

Till minne av Stuart Hall (1932-2014)

Stuart Halls dialogiska interventioner

Johan Fornäs

Universitetsvärlden brukar ålägga sig tre huvuduppgifter: forskning, undervisning och samverkan med det omgivande samhället. Trots att högskolejobbet domineras av undervisning tenderar den vetenskapliga världens kvalitets- och meritbedömningar att ensidigt lägga störst vikt vid forskning och dithörande publicering, och samtidigt betona forskarens individuella prestationer snarare än bidragen till kollektiva miljöer.

Det finns flera anledningar att ifrågasätta detta tänkande, och då inte enbart av pragmatiska bemanningsskäl. De rådande kriterierna riskerar nämligen att undervärdera omistliga kreativa kvaliteter som överskrider gränserna mellan dessa tre verksamhetsgrenar. Förmedling och samverkan är inte bara sekundära påbyggnader på den vetenskapliga forskningens bas, utan i många fall tar kunskapsutvecklingen vägen genom lärandeprocesser och dialoger över institutionella gränser.

Den 10 februari avled en kollega som just förmådde göra pedagogik och överbryggande samspel vetenskapligt produktiva. Den jamaicansk-brittiske kulturteoretikern Stuart Hall var både tänkare, lärare och samverkare, men då inte som tre åtskilda uppgifter utan som oskiljbara element i samma intellektuella rörelse. Hans vetenskapliga betydelse låg i hög grad i kapaciteten att göra kollektiva processer till kärnan i kunskapens teori- och metodutveckling. Hans kommunikativa förmåga till dialogiska interventioner är väl värd att inspireras av, inte minst inom medie- och kommunikationsvetenskapen.

Just MKV är nog det akademiska ämne där Halls verk vunnit starkast inbrott i den vetenskapliga kanon, åtminstone i Norden. Bland sociologer, statsvetare, antropologer, etnologer, historiker, språk- eller litteraturvetare har han naturligtvis många enskilda anhängare, särskilt bland dem som sysslar med postkoloniala studier och i viss mån även inom diskursanalysen. Men han verkar där sällan ha letat sig in i grundkurslitteraturen på tillnärmelsevis samma sätt som inom medievetenskapen, där inte minst hans encoding/decoding-modell blivit klassisk.

Egentligen vågar jag här bara uttala mig om Sverige, och även där har jag rätt begränsad kunskap om hur det egentligen ser ut i andra ämnen än mina egna. En hastig sökning på nätet och i min egen bokhylla identifierade bara fem sammanhang där Halltexter utgetts på svenska: "Rasism som ideologisk diskurs" (1989) i tidskriften *Häften för Kritiska Studier* (1993); "Cultural studies och dess teoretiska arv" (1992) i tidskriften *Zenit* (1997); "Betydelse, representation och ideologi. Althusser och den post-strukturalistiska debatten" (1985) i antologin *Samtidskultur och kommunikation* (1999); "Kulturell identitet och diaspora" (1990); "När inträffade 'det postkoloniala'? Tankande vid gränsen" (1996) i antologin *Globaliseringens kulturer* (1999); samt "Kodning och

avkodning” (1980) i antologin *Samtidskultur* (1999). Det kan finnas ytterligare något enstaka exempel, men redan här kan man se flera talande mönster. Medieklassikern är den som skrevs först. Majoriteten av texter hör till det postkoloniala fältet. Och majoriteten publicerades på svenska 1999, med två undantag från 1993 och 1997, men alltså samtliga inom ett rätt snävt tidsspann, vilket antyder att det svenska Hallintresset var som störst på andra halvan av 90-talet. Hall var så vitt jag vet heller ingen särskilt flitig besökare på våra breddgrader: jag känner inte ens till om han någonsin besökte Sverige.

Nyheten om Halls död gav mot bakgrund av denna ganska begränsade dokumenterade reception upphov till en förvånansvärt stark våg av sorg och saknad i de sociala medierna. Få betecknar sig väl som ”Hallister” men många har uppenbarligen berörts av hans gärning. Här fanns ett överraskande starkt inslag av kärlek och djup respekt – Hall sörjdes nästan som en kulturvetenskapens Nelson Mandela. Vad har gett honom en så framträdande plats i mångas hjärtan?

Halls bana fascinerar, men inte genom något solitärt storverk utan med sin kommunikativa karaktär. Det är där jag tror man måste söka förklaringen till hans stora betydelse men kanske också svårigheten att klart identifiera hans egna bidrag.¹

En gränsöverskridande bana

Stuart Hall föddes i Kingston 3 februari 1932 och blev 82 år. Fadern var United Fruits första svarta economichef på Jamaica, medan modern hade brittiskt vita rötter. Stuart fick klassisk engelsk utbildning och engagerade sig i självständighetskampen. 1951 kom han till England för studier vid Oxford. Han startade den inflytelserika tidskriften *New Left Review* i en anda av odogmatiskt självständigt ”marxism utan garantier”.

Han verkade som lärare och redaktör i London från 1961 men flyttade 1964 till Birmingham som forskare vid det nybildade Centre for Contemporary Cultural Studies, vars ledning han övertog 1972. CCCS vann nationell och internationell berömmelse för att med små resurser utveckla en otroligt produktiv miljö där studenter och lärare organiserade studiegrupper och publicerade stenciler och antologier som kom att avsätta djupa spår i kulturforskningens politiska historia. Hans företrädare Richard Hoggart och Raymond Williams var vid sidan av det akademiska starkt engagerade i folkbildning, och det gällde också Hall genom hela hans karriär, ända fram till hans sista rader i boken *After Neoliberalism?* (2013).

Som sociologiprofessor vid Open University från 1979 fortsatte Hall att ordna kurser, antologier och diskussioner som överskred alla möjliga gränser. På slutet vacklade hälsan, men han förblev en central referenspunkt inom en rad olika ämnen och fält, och särskilt då det som kallas cultural studies eller kulturstudier. Regissören John Akomfrah ger i installationen *The Unfinished Conversation* (2012) och filmen *The Stuart Hall Project* (2013) en fin bild av hans nyfiken dialogiska engagemang.

Hall gick i första ledet i att omvandla brittiska cultural studies från att vara en lokal gruppering eller riktning som kallades ”Birminghamskolan” till att bli dagens globala och vitalt mångfasetterade fält för kulturstudier. Hans hängivna insiktstörst smittade av sig på studenter och kollegor över hela världen, och förhindrade att kulturstudierna som så många andra en gång nydanande riktningar stelnade till rigid dogmatik.

Ett dialogiskt verk

Halls tidiga texter i *The Popular Arts* (1964), *Resistance through Rituals* (1975) och *Culture, Media, Language* (1980) rörde medier, populärkultur och ungdomskultur. Den brittiska subkulturforskningens analyser av ungdomsstilar som rituellt motstånd eller kulturaliserad politik fick genomslag långt utanför universiteten. Hans kommunikationsmodell för hur mening in- och avkodas av mediernas producenter respektive publik hör trots sina begränsningar till medievetenskapens grundkurs.

Sedan kom antologier om andra politiska och sociala frågor, såsom *Policing the Crisis* (1978), *The Politics of Thatcherism* (1983), *Politics and Ideology* (1986) och *New Times* (1989). Hall myntade begreppet Thatcherism och analyserade kritiskt de nya hegemoniska (förhärskande) former för konservatism och liberalism som länge höll Storbritannien och hela världen i ett järngrepp. Inspirerad av bland andra Antonio Gramsci, Louis Althusser, Ernest Laclau och Chantal Mouffe var han samtidigt i hög grad självkritisk gentemot vänsterns oförmåga att hantera nyliberalismens och högerpopulismens utmaningar.

Hall engagerade sig så småningom allt starkare i frågor om migration, mångkultur, rasism och etnicitet, i böcker som *Questions of Cultural Identity* (1996) och *Different: A Historical Context* (2001). Han blev helt central i fältet för postkoloniala studier, men också i en vidare tematisering av hur identiteter och skillnader konstrueras genom sociala samspel och förblir ständigt motsägelsefullt fragmenterade och föränderliga, vilket även influerade dem som undersökte genus och sexualitet.

Alla nämnda titlar skrevs tillsammans med andra. Andra storheter blir kända för ett eller flera massiva egna verk som får vid spridning, men Hall var annorlunda. Han varken tog någon doktorsexamen eller gav ut egna monografier. I stället verkade han tillsammans med andra i kurser, antologier, tidskrifter, radio och TV, konferenser, utställningar och andra kollektiva projekt. Han var ingen solospelare, utan en klok och lyhört pådrivande medspelare – ett slags kollektiv mentor, lite som Mandela.

Varken till formen eller innehållet stelnade Halls arbete någonsin till ett avrundat Verk, utan var ständigt i process, i samspel med andras idéer. De kulturstudier han inspirerade förblir ett rörligt politiskt projekt, ingen fixerad akademisk disciplin. Han bildade ingen fast skola utan öppnade framåtsyftande samtal med ingripande syfte. Det är ingen slump att två volymer tillägnade Halls arbete heter *Critical Dialogues in Cultural Studies* (1996) och *Without Guarantees* (2000).

En kommunikativ röst

Halls insatser förenade alltså på ett fruktbart sätt egenskaper som annars brukar glida isär, men som sammantaget gjorde honom till en i högsta grad *kommunikativ* forskare.

För det första hade han något att *säga*, att kommunicera. Han drev linjer, med en osviklig förmåga att som vägvisare samla spretiga perspektiv till en övertygande riktning i den politiska debatten. Hans kunskapssökande måste göra skillnad i den sociala världen – i politik, kultur och vardagsliv. Kulturstudierna måste göra interventioner, och inte bygga slutna teoretiska luftslott av inåtvänt mediterande. I fokus stod makt, men inte som metafysisk essens utan som något konkret och socialt, i relation till motstånd

men också till mening och identitet. Strävan att knyta samman mening och makt eller kultur och politik delade hans kulturstudier med den äldre kritiska teorin liksom med kultursociologin.

Hall vidgade kulturforskningens fält genom att ta tidigare föraktade ”låga” fenomen på allvar: populärkultur, mediekultur, arbetarkultur, mångkultur... Inget mänskligt var främmande för honom – eller för kulturstudierna i hans anda. Han förlorade sig ändå inte i obskyra detaljer utan förmådde vaket identifiera aktuella huvudfrågor och orientera i en snårig politisk och teoretisk terräng. Med okuvlig energi och vilja till förändring förmådde han samtidigt se nyanser och komplexitet.

För det andra förmådde han nämligen också *lyssna* och förmedla andras tankar, inte bara låsa in sig i ett rättroget läger. Där skilde han sig från många med stark egen agenda men föga intresse för vad andra har att tillföra. Hall hade en imponerande kombinatorisk och kommunikativ begåvning.

Exempelvis urskilde han 1980 två konkurrerande huvudparadigm i kulturstudierna: en historiskt inriktad kulturalism som Hoggart och Williams företrädde, och en yngre strukturalism som upplöste kulturella helheter i diskursiva konstruktioner. Men medan många radikaler tog för givet att man måste ta ställning för de senare mot de förra så betonade Hall i stället att bägge behövdes för att motverka varandras brister. Strukturalismen sätter frågetecken kring kulturernas helhetlighet medan kulturalismen problematiserar strukturtänkandets brist på historisk förändringstematik.

När han sedan 1997 skrev om representationer lät han strukturalistisk semiotik från Saussure till Barthes brytas mot Bachtins mer processorienterade dialogicitet. Aldrig räckte ett teori bygge ensamt till, utan det fanns alltid utrymme att diskutera vidare från andra perspektiv.

Få har lika tydligt genomfört ett så brett gränsöverskridande dels mellan olika ämnen och dels mellan akademien, kulturlivet och politiken. Hall vann erkännande inom många vetenskapliga fält, vilket delvis förklarar bredden i reaktionerna på hans död. Hans namn står centralt i så vitt skilda fält som mediastudier, kulturstudier, sociologi, politisk teori, antropologi och postkoloniala studier, och för dem som studerar så vitt skilda ting som populärkultur, ideologier och identiteter.

Brobyggandet sträckte sig långt utanför akademien. Han deltog i flera konst- och utställningsprojekt och var mycket jazzintresserad. Den tidskrift han var med och startade 1995 fick heta *Soundings*, som betyder sondering eller pejling men också associerar till ljud och därmed röster. Hela hans intellektuella arbete var en pejling av samtidens ödesfrågor, med musikaliska kvaliteter i det emotionellt engagerande och det polyfoniska samspel, i mönster av call and response, där tydliga teman bryts i levande improvisationer.

En generös inspiratör

Jag har en känsla av att Halls verk ibland förminsкас genom att det betraktas som mer pedagogik än forskning. Han ”reduceras” då till förmedlare av andras tankar (från Gramsci till Mouffe) snarare än att fullt ut erkännas som självständig teoretiker. En sådan inställning missar den kreativa kärnan i den typ av kommunikativt kunskapssökande som han var en av de främsta företrädarna för. Han var en inflytelserik nytänkare – men

inte genom att ställa sig vid sidan och skära av förbindelserna med andra, som så många andra teoretiker gör när de bygger isolerade fästningar och nästan bara nämner andra för att ta avstånd från dem. Halls nytänkande utvecklades i stället i täta och mångstämmiga dialoger. De som ser honom som bara en sekundär introduktör gör ett fatalt misstag, och inser inte hur mycket bättre sätt att förstå världen han erbjöd just genom sin polyfoniska öppenhet. Han var helt enkelt åtskilligt mycket klokare och mångsidigare än de flesta av dem han samtalade med. I hans fall drev den folkbildande omsorgen samtidigt en självständig spjutspets in i forskningsfronten.

Halls kommunikativa förmågor grundades i hans egen bana och position i samhället och akademien. Med sin jamaicanska bakgrund såg han sig som ”familiar stranger” i Storbritannien, en ”inside outsider” som behöll viss distans till brittiska institutioner och därmed förstod dem bättre och förmådde röja nya vägar genom de intellektuella fälten. Han var gränsöverskridande banbrytare men samtidigt brobyggare, en fritt nätverkande intellektuell, en akademiker-aktivist som navigerade mellan olika aktuella teoretiska riktningar, alltid med klokt nyanserad men samtidigt bestämd och kritisk röst. Socialt knöt han ihop olika grupper i gemensamma projekt på ett sätt som få andra förmådde, och personligt framträdde han som en människa med särskilda kvaliteter: med pondus, allvar och närvaro i tidens stora frågor, någon som övertygande bottnade i egna erfarenheter.

Stuart Hall gjorde skillnad – inte i ensamt majestät utan i samverkan med andra. Den täta kombinationen av tänkare, lärare och samverkare gjorde hans insikter klarare och rikare än dem vars idéer han samspelade med. Hans dialogiska interventioner är därför väl värda att låta sig inspireras av.

Not

1. En tidigare version av artikeln publicerades i *Svenska Dagbladet* Under strecket 17 februari 2014. Jämför även min artikel ”The Dialectics of Communicative and Immanent Critique in Cultural Studies”, *tripleC*, 11:2 (<http://www.triple-c.at/index.php/tripleC/article/view/504>).

Ägandekoncentration, förlagsstrategier och litterär kvalitet

*Synen på vertikal integration på den
svenska respektive tyska bokmarknaden*

Anna-Maria Rimm

Abstract

Denna studie jämför förlagsstrategier på två europeiska bokmarknader med fasta respektive fria bokpriser: Tyskland och Sverige. Fokus ligger på fenomenet vertikal integration. Ägandekoncentration är en central fråga i dagens förlagsbransch. Stora internationella mediekoncerner, där näthandelsjätten Amazon utmärker sig som det främsta exemplet, växer fram i snabb takt och tar över fler och fler led i det litterära systemet. Inledningsvis presenteras en översikt över de två bokmarknaderna. Därefter följer en komparativ intervjubaserad analys där ledande aktörer i de respektive bokbranscherna ger sina perspektiv på fenomenet vertikal integration och dess konsekvenser. Frågor som diskuteras är huruvida ägandekoncentration på bokmarknad är ett problem för oberoende förlag, vilka strategier olika förläggare nyttjar på sina nationella bokmarknader respektive globalt samt vilka åtgärder man från branschen föreslår i syfte att jämna ut konkurrensförhållanden på marknader som domineras av ett fåtal aktörer, exempelvis vad gäller prislagstiftning. Vidare diskuteras frågan om vertikal integration påverkar bredd i utgivningen, tillgänglighet på böcker och ”litterär kvalitet”.

Keywords: bokmarknad, vertikal integration, litteratursociologi, marknadsstrategier, bokpriser, Amazon

Introduktion

En central fråga i dagens globala bokbransch är frågan om ägandekoncentration. Stora internationella mediekoncerner konsolideras med rask takt över hela världen och tar över allt fler led i bokens värdekedja.¹ Processen brukar kallas *vertikal integration*. Som internationella exempel finns distributörer och återförsäljare som Amazon – som dessutom tillverkar hårdvara och plattformar för läsning, försäljning och egenutgivning av e-böcker – som nu ger sig in i den traditionella förlagsbranschen. Samtidigt ser vi tendenser till att även mindre aktörer integrerar sig vertikalt. Allt fler förlag, såväl stora som små, försöker börja sälja sina böcker direkt till konsument via onlineförsäljning och interaktion via sociala medier.

I Sverige har vi några stora dominerande förlagsgrupper som ingår i mediegrupper som även bedriver återförsäljning och distribution: KF Media och Bonniers.² Tillsammans äger de en ansenlig del av den svenska bokmarknaden, medan ett smärre antal mellanstora förlag och ett stort antal småförlag delar på en betydligt mindre marknadsan-

del. Metoden är kostnadseffektiv då den innebär ett minskat beroende av mellanhänder.³ Situationen har eskalerat de senaste åren. Som Staffan Sundin uttrycker det har “den vertikala och horisontella integrationen [...] ökat och de största koncernerna har centraliserat sina organisationer [...] De två stora aktörerna på den svenska bokmarknaden, Bonniers och KF Media, har genomgående varit drivande aktörer i dessa processer.”⁴ Intressant är att Sundin alltså menar att svenska privata aktörer, på eget initiativ, tillåtit stärka landets ägandekonzentration. Vertikal integration existerar visserligen i de flesta andra länder i västvärlden, men kan sägas utmärka sig som särskilt stark i Sverige, där det kulturpolitiska intresset för frågan är relativt klen.

Här skiljer sig Sverige exempelvis åt från sina nordiska grannar, där en aktiv diskussion om vertikal integration länge förts på politisk nivå och man arbetat med konkurrenslagstiftning på olika sätt. I t.ex. Norge har man fortfarande kvar fasta bokpriser – från branschhåll bl.a. med argumentet att minska riskerna för vertikal integration – medan det i Danmark, som införde fria bokpriser 2011, uppstått en kraftig reaktion mot fripris-systemet, främst från bokhandlarhåll.⁵ Även på EU-nivå diskuteras frågan om fenomenet aktivt, ofta med fokus på moms, prissättning och hur man genom lagstiftning ska skydda “bokens värde” och en diversifierad bokmarknad där oberoende aktörer måste få plats.⁶ De europeiska länderna har vitt skilda förutsättningar såväl vad gäller politiska och socioekonomiska villkor som kulturella traditioner och ideologiska uppfattningar om bokens värde, men diskussionen existerar likväl brett, inte sällan med europeiskt protektionistiska argument. I en rapport från forskningsinstitutet CMPF (som finansieras av EU-kommissionen) skrader man inte orden i sina förslag på åtgärder för målet: en pluralistisk europeisk bokmarknad där många aktörer ska få existera:

Given the evolving social, political and economic framework, it is important to understand how and to what extent the European Union can intervene in matters of media pluralism and media freedom. Even if EU competencies sometimes appear to be scattered and residual in respect of the Member States, the European Union has not been, and cannot be, “neutral” on the issue of media pluralism and media freedom. [...] When appraising the impact of an anticompetitive deal on competition for content, not only economic arguments, but also non-economic and cultural arguments should be taken into account. [...] In particular, the EU should take into consideration the harmonisation of media ownership, ownership transparency and, especially in an online environment, libel and copyright.⁷

På EU-nivå är frågan alltså högst närvarande och ståndpunkten tydlig: EU-länderna ska inte vara “neutrala” vad gäller de konsekvenser som ägandekonzentration i mediebranschen kan ge upphov till.

I Sverige ser det dock annorlunda ut. Även om frågan om vertikal integration ofta lyfts internt i den svenska bokbranschen är den anmärkningsvärt frånvarande i den kulturpolitiska debatten.⁸ Talande är att avsnittet “Marknadens utveckling och vertikal integration” endast utgör 6 av totalt 627 sidor av den senaste svenska Litteraturutredningen.⁹ Här konstateras att “[d]en mest påtagliga utvecklingen under den senaste tioårsperioden är [...] en utveckling mot vertikal integration på marknaden. Flera av de stora förlagen och koncernerna har under perioden gått in i andra led på marknaden, främst distributions- och återförsäljarledet”, och att “det höjts röster för att situationen kan komma att hämma konkurrensen på marknaden och snedvräda prisbilden samt hindra

mindre aktörer från att nå ut med sina produkter till konsumenterna.”¹⁰ Parallellt framhålls det, frånvaron av politisk diskussion till trots, att vertikal integration är ett problem:

Tydligt är att ökad ägarkoncentration och vertikal integration riskerar att hämma innovationstakten i sektorn eftersom dominerande aktörer i många fall har svaga incitament att släppa fram nya affärsmodeller. Vidare är det viktigt att uppmärksamma risken att tekniska plattformar utvecklas som fungerar begränsande för mindre aktörer. Till detta ska även läggas det informationsövertag som kan uppstå genom att vissa aktörer kan få tillgång till sådant som köpbeteenden och försäljningsstatistik även för konkurrenternas produkter. Det kan förväntas att frågor om informationstillgång kommer att bli allt viktigare i och med teknikutvecklingen.¹¹

I branschorganet *Svensk bokhandel*, dagspress och magasin debatteras fenomenet ofta.¹² Det kritiseras bland annat för skapande av privata monopol, ett omöjliggörande av konkurrens på liknande villkor, prisdumpning och “bästsäljerism”, minskad bredd i litteraturutbudet och därmed – i förlängningen – risk för försvagad litterär “kvalitet” och variation.¹³ Vidare förstärker ägandekoncentration på bokmarknaden kontrollen och insamlandet över det som kallas *metadata*. Metadata – i korthet “data om data” – är all den information som ett företag kan samla in om sina konsumenter och därefter, genom algoritmer, spetsa sin marknadsföring och öka försäljningen. De som sitter på flera kanaler i värdekedjan – förlag, fysisk- och nätbokhandel, distribution, återförsäljning, bokklubbar och i vissa fall även TV-kanaler, tidskrifter och dagstidningar – har här extremt stora fördelar. Konsumentkännedom har länge varit centralt i förlagsvärlden, men dess betydelse har ökat lavinartat i och med den digitala utvecklingen som lett till markant förändrade affärsmodeller och möjligheter till insamlande av konsumentinformation. Problemet med transparens i statistiken påpekas också av en svensk branschjournalist.¹⁴

Samtidigt försvarar vissa vertikal integration. Man argumenterar för att en modell som väger samman produktion och återförsäljning (inte bara egen, utan även genom exklusiva avtal med andra återförsäljare, t.ex. kedjor som Rusta och Åhléns) gör boken billigare för konsumenten och stärker dess ställning generellt: all läsning är bra läsning. Genom en sammanvägd ekonomi har man också råd med icke-lönsam utgivning av exempelvis lyrik eller översatt litteratur från små språkområden.¹⁵ Få aktörer i branschen vill därtill reglera den fria marknadsekonomin.

Många menar att mindre och mellanstora förlag på senare tid fått nya möjligheter och gynnats av de nya konsumtions- och distributionskanaler som internet medfört. Detta har inneburit lägre kostnader för *alla* förlag, men kanske mest märkbart för småförlagen, vars möjligheter att nå ut bredare än vad som tidigare var möjligt. Med Chris Andersons begrepp “the long tail” kan man tala om en lång svans av nischade, småsäljande produkter (i det här fallet “smala” böcker efterfrågas i liten utsträckning), vars totala marknadsvärde är av en sådan omfattning att de trots allt är lönsamma.¹⁶ Och aldrig har det varit så lätt att som enskild individ bli sin egen förläggare som idag, även om det är svårt att bli upptäckt utan att ha ett traditionellt förlag i ryggen.¹⁷

”Producenternas” åsikter och det litterära systemet i stort

Statistiska undersökningar om ägande i mediebranschen och analyser från de sociologiska och medie- och kommunikationsvetenskapliga fälten är förtjänstfullt representerade

inom svensk och internationell forskning.¹⁸ Litteraturvetenskapliga undersökningar av fenomenet lyser dock med sin frånvaro. En anledning är givetvis det snabbt skiftande medielandskapet som kräver en aktualitet som är svår att förena med traditionella litteraturvetenskapliga metoder. Samtidigt är frågan central ur ett litteraturvetenskapligt perspektiv och bör undersökas. Ägandekoncentration på bokmarknaden berör inte bara det litterära systemets marknadsmekanismer, utan påverkar också variation, utbud och tillgång till information: den litteratur som finns synlig och tillgänglig för konsumenterna. Detta kan i förlängningen sägas vara en demokratifråga som borde röna större kulturpolitiskt och vetenskapligt intresse. Måhända, som många i branschen argumenterar för, får ägarförhållanden i branschen därav t.o.m. konsekvenser för själva *innehållet* i den litteratur som produceras, konsumeras och blir läst. En viss typ av litteratur tillåts inte ta plats i ett litterärt kretslopp som domineras av ett fåtal koncerner, och författare och förläggare tvingas anpassa sin produktion därefter för att överleva – den “litterära kvaliteten” hotas.¹⁹

I det följande ämnar jag undersöka hur tongivande aktörer i bokbranschen i två olika europeiska länder, Sverige och Tyskland, ser på frågan om vertikal integration. Studien är komparativ och baserad på kvalitativa djupintervjuer med jämförbara aktörer från respektive land. De aktörer som intervjuats är alla inflytelserika i sina respektive länders litterära system, somliga främst genom ekonomiskt kapital, andra genom kulturellt, några genom både och. Fokus har lagts på “producenternas” syn på frågan. Mottagarnas, den bokköpande allmänhetens, perspektiv behandlas således inte. Tanken är att studien ska fungera som ett komplement till de statistiska mätningar om ägandekoncentration i mediebranschen som redan finns: min ambition är gå ner på individnivå och jämföra de enskilda aktörernas respektive perspektiv – emellertid givetvis mot bakgrund av övergripande socioekonomiska och kulturella strukturer. Genom att intervjua ett fåtal personer snarare än att göra en enkätundersökning är målet att kunna få ta del av personliga erfarenheter och få mer utförliga svar på frågor som exempelvis huruvida man som producent anser att ägarförhållanden i bokbranschen får konsekvenser för “litterär kvalitet” och i förlängningen utformningen av litteratursamhället i stort.

Ett av huvudskälen till att det är intressant att studera icke-anglosaxiska marknader är att utvecklingen ännu ligger långt efter den i USA och Storbritannien. Därtill skiljer sig synen på boken som vara, traditioner kring bokhandel och läsning, e-bokens utbredning och förlagens storlek från den anglosaxiska marknaden.²⁰ I jämförelse med den förenas Tyskland och Sverige. Å andra sidan kan man inte generalisera de europeiska länderna till rätt och slätt “Europa” – världsdelen är mångfacetterad. De tyska och svenska bokmarknaderna har skilda förutsättningar, såväl i fråga om kulturpolitik, ägandemönster, fria respektive fasta bokpriser samt Amazon, som är etablerade i Tyskland men ännu inte i Sverige. Ändock anser jag att det är möjligt och värdefullt att göra en komparativ undersökning just genom mitt angreppssätt. Jag analyserar individers uppfattningar, och dessa är inte endast avhängiga nationell tillhörighet och lagstiftning utan även faktorer som förlagsprofilering – något som korsar landsgränserna och snarast har att göra med nischning och litterära genrer att göra.²¹

Centrala frågor i studien är: anser man att vertikal integration är ett problem eller inte, och vad får den för konsekvenser för det litterära systemet generellt?²² Vilka strategier använder förlagen för att överleva och vilka politiska åtgärder föreslår man? Anser man att själva innehållet i litteraturen, den “litterära kvaliteten” påverkas av vertikal

integration?

I studien har 17 aktörer intervjuats, 8 från Tyskland, 8 från Sverige samt en representant för den europeiska bokhandlareföreningen. Respondenterna har anonymiserats. Samtliga intervjuer genomfördes i februari-oktober 2012. Urvalet har skett efter principen att aktörerna ska vara representativa och jag har därför valt att intervjua jämförbara personer i respektive land. Aktörerna kommer från förlag av olika storlek, branschorganisationer och journalistik. Intervjumetodiken är semistrukturerade kvalitativa intervjuer, eftersom jag är intresserad av de olika individernas personliga upplevelser och självsyn, något som är svårt att mäta via enkäter där frågorna lätt får karaktären av objektiva påståenden.²³ Samma grundfrågor ställdes dock till samtliga. Förlagen jag fokuserat på ger ut allmänlitteratur; förlag som endast sysslar med till exempel läromedel har uteslutits. Undersökningen är efter en inledande bakgrundsbeskrivning tematiskt disponerad. Första avsnittet rör frågan om man anser att vertikal integration är ett problem eller inte. Därefter diskuteras aktörernas olika konkurrensstrategier och deras förslag på åtgärder för att minska snedvriden konkurrens. Slutligen ställs frågan huruvida ägandekonzentration är ett hot mot "litterär kvalitet".

När begreppet "oberoende förlag" här används betecknar det endast förlag som *inte* ingår i större ägargrupper eller konglomerat. Ofta används termen "oberoende" från såväl bransch- som politiskt håll för att beskriva mindre företag som är "kreativa", "alternativa" och står utanför den kommersiella marknaden. Man ser dessa förlag som givare av mångfald vars kulturella kapital, för att tala med Bourdieu, överstiger deras ekonomiska värde.²⁴ De kan alltså komma med ett relativt stort mervärde även om de bara står för en marginell del av den totala omsättningen på marknaden.²⁵ Många bokförlag använder själva termen "oberoende" som en (positiv) positioneringsstrategi där man vill ge intryck av att förmedla produkter vars litterära kvalitativa värde sätts högre än det ekonomiska intresset. Jag vill dock understryka att jag inte lägger in någon värderande innebörd i termen "oberoende" i denna studie.

Informanter

Tyskland

- A.* VD för ett mindre oberoende förlag med färre än 10 personer anställda. Tonvikt på populärlitterär utgivning. Förläggaren är även aktiv i Börsenvereins (den tyska Förläggare- och Bokhandlareföreningen) arbetsgrupp för oberoende förlag.
- B.* VD för ett mindre oberoende förlag med färre än 10 personer anställda. Tonvikt på utgivning av lyrik och vetenskaplig litteratur.
- C.* VD för ett mycket stort förlag som sedan ett antal år ingår i en internationell förlagsgrupp. Bred allmänlitterär utgivning av såväl prosa, lyrik, handböcker, populärlitteratur och facklitteratur.
- D.* VD för ett mellanstort oberoende förlag med fler än 20 personer anställda med utgivning av klassiker, lyrik, vetenskaplig litteratur, barnböcker och tidningar.
- E.* Företrädare för Börsenverein, förlagens och bokhandelns intresseorganisation i Tyskland.
- F.* Branschjournalist och bloggare.

G. Journalist, översättare, f.d. agent och anställd på stor internationell förlagsgrupp.

H. Förläggare på mellanstort oberoende förlag med fler än 20 personer anställda. Utgivningsprofil s.k. "kvalitetslitteratur".

Sverige

I. VD för mindre oberoende förlag med färre än 10 personer anställda, inriktning på allmänlitteratur. Aktören är även aktiv inom branschorganisationen Nordiska oberoende förlagsföreningen.

J. Förläggare från stort förlag inriktat på allmänlitteratur. Förlaget ingår i en större mediegrupp. Personen är därtill aktiv inom branschorganisationen Svenska Förläggareföreningen.

K. VD för oberoende förlag med färre än 10 anställda, inriktade på "kvalitetslitteratur".

L. VD för mellanstort oberoende förlag med fler än 10 personer anställda, inriktade på facklitteratur.

M. Förläggare för mindre oberoende förlag med färre än 10 anställda, inriktade på populärlitteratur.

N. Aktiv medlem av Svenska bokhandlareföreningen.

O. Branschjournalist.

P. Förläggare på stort förlag inriktat på allmänlitteratur. Förlaget ingår i en större mediegrupp och har hundratals anställda.

Europa

Q. Företrädare för den europeiska bokhandlarföreningen.

Likheter och skillnader på den tyska respektive svenska bokmarknaden

Sverige har en liten bokmarknad, är ett litet språkområde med relativt stor andel översatt litteratur. Svenska Bokhandlareföreningen och Svenska Förläggareföreningen är två separata organisationer.²⁶ Bokmarknaden domineras av svenska och nordiska förlagsgrupper snarare än globala medieföretag.²⁷ Momsen på pappersböcker är låg (6 % år 2013, 25 % på eböcker) och konkurrenslagstiftningen är förhållandevis liberal. Fria bokpriser har tillämpats sedan 1970.²⁸ Ofta anförs argumentet att de fria bokpriserna är en central förklaring till att allt fler svenska förlag och bokhandlar går på knäna. Denna uppfattning har exempelvis Författarförbundet givit uttryck för.²⁹ Samma argument, eller kanske snarare farhågor, framfördes av bokbranschens parter redan 1970 då de fasta priserna hävdades.³⁰ I Svenska Förläggareföreningens rapport *Bokmarknaden 2012* hävdas vidare att det går sämre för förlag i friprisländer än i fastprisländer vilket kan förklaras med prispress.³¹ Man menar att fördelarna visserligen är lägre priser för konsumenterna, men nackdelarna stora ekonomiska förluster för förlagen och bokhandeln.

Tyskland, däremot, är världens tredje största bokmarknad.³² Bokmomsen på pappersböcker är liksom i Sverige relativt låg (7 % år 2013, 19 % på eböcker).³³ Landet tillhör

den hälft av EU-länderna som har fasta bokpriser, ett system som infördes redan 1816. Den nuvarande lastiftningen från 2002 stipulerar att all sorts litteratur, såväl skön- som facklitteratur, ska ha enhetspriser under en karenstid på 18 månader efter utgivning. Den tyska fastprislagen fastställer tydligt att den är till för att skydda boken som en produkt med ett värde utöver andra varor, bredd i utgivningen och tillgänglighet för konsumenterna.³⁴ De tyska förlagen är generellt sett mindre vertikalt integrerade än i Sverige, samtidigt som det globala amerikanska jättekonglomeratet Amazon etablerat sig till skillnad från i Sverige.³⁵ Amazon är dock på väg till Sverige och man planerar att börja sälja titlar på svenska under första kvartalet 2014.³⁶

Den oberoende fysiska bokhandeln är trots Amazons inträde på den tyska marknaden starkare än i Sverige. De fasta bokpriserna pekas ofta ut som den huvudsakliga orsaken till detta. Böcker kostar detsamma på nätet som i bokhandeln.³⁷ Ett antal riktigt stora kedjor, däribland Thalia och Hugendubel, finns, men i likhet med andra länder i västvärlden går de allt sämre.³⁸ Som intervjuade aktör H säger:

It is [...] a question of variety. In Germany, we love the variety. That is also the idea of the traditional German physical bookstore. To go to the bookstore you know, meet a bookseller that can recommend something new to you which you haven't heard of before to discover. That is a whole tradition for us, a different approach. The big chains have problems. They have to downsize and they start selling other products, sweets and so on. You can't really fill a big, big shop with books."³⁹

De oberoende bokhandlarna är också ännu många, och det går snabbt att beställa tryckta böcker från dem: i regel levereras de inom 24 timmar. Aktör Q, från den europeiska bokhandlarföreningen European Booksellers Federation, anser att den tyska bokhandelsmodellen är mycket välfungerande och unik i sitt slag i Europa.⁴⁰

Branschorganisationen Börsenverein des Deutschen Buchhandels företräder både förlag och bokhandel. Fördelen med att ha en och samma lobbyorganisation är att man talar med *en* röst inför de inhemska politikerna, för EU o.s.v. Man representerar rätt och slätt "bokbranschen". Politikerna sägs heller inte vara särskilt intresserade av branschens interna stridigheter enligt organisationen. Men enligt en central företrädare för Börsenverein finns alltfler konflikter inom sammanslutningen. Gapet mellan bokhandlarnas och förlagens perspektiv ökar varje år: inte minst genom näthandeln vilket fört med sig att allt fler förlag vill börja sköta sin egen försäljning vilket upprör de fysiska bokhandlarna.⁴¹

Vertikal integration – problem eller inte?

Majoriteten av de intervjuade svenska aktörerna anser att ägandekonzentration i bokbranschen är ett stort problem. Ett par undantag finns, främst bland informanterna från de större förlagen, men även aktörer från mindre förlag ser vissa fördelar med ett system där återförsäljningsledet samögs med förlagsgrupper. De kritiska synpunkterna dominerar dock. Grovt sett kan kritiken och oron sägas gälla problemen med *tillgänglighet* (att få in sina böcker i en bokhandel som ägs av konkurrenter), de vertikalt integrerade konkurrenternas tillgång till de oberoende förlagens *metadata*, jättarnas möjlighet att konkurrera genom *prisdumpning*, ett *hämmat debattklimat* genom en allmän rädsla för att stöta sig med konkurrenter som man står i beroendeställning till samt bristen på en

kulturpolitik som uppmärksammar dessa frågor. Samtliga problem menar man bidrar till ekonomisk osäkerhet, vilket gör att man t.ex. tvingas använda sig av frilansande personal istället för att anställa permanent – detta är dock en taktik som även större vertikalt integrerade förlag nyttjar.⁴²

Att sälja in sina böcker i bokhandeln upplever många av de svenska informanterna som ett stort problem, i synnerhet till de stora vertikalt integrerade bokhandlarna.⁴³ Inköp till kedjorna sker centralt med allt färre personliga möten mellan förlag och lokal kedjefilial. Den oberoende fysiska bokhandeln, som unisont hyllas av samtliga intervjuade svenska aktörer och ses som något man vill slå vakt om, “snarast affektionsmässigt”, tar heller inte in tillräckligt stora kvantiteter för att det ska bli riktigt lönsamt. För de flesta är nätbokhandeln nu den största kunden.⁴⁴ Undantaget är aktör P som företräder ett stort förlag som ingår i en förlagsgrupp som äger fysisk bokhandel – vederbörandes förlag har just den fysiska bokhandeln som sin främsta kanal. P anser heller inte att vertikal integration är ett problem i Sverige och att det inte är sant att författare på hans förlag får större exponering i bokhandel trots att de ingår i samma ägargrupp. P tycker inte att det överhuvudtaget märks att hans förlag ingår i en ägargrupp som har bokhandel. I linje med detta menar P att minskad bredd i det litterära utbudet inte har att göra med ägandestrukturer. Den beror istället på den fysiska bokhandelns kris vilken har lett till ökad bästsäljerism: man måste satsa på säkra kort. Det stora problemet P ser är istället amerikanska Amazon snarare än nationell vertikal integration.⁴⁵

I linje med de svenska oberoende förläggarnas negativa syn på de stora nationella mediegrupperna är ett flertal kritiska mot debattklimatet i branschen som man anser vara dåligt. Det blir lätt en “svartvit” diskussion när man istället borde fundera på dynamiska lösningar och samarbeta mer, både stora och små aktörer.⁴⁶ J menar att Förläggareföreningen inte har tillräckligt högt i tak när det kommer till diskussionen om ägandekonzentration.⁴⁷ K, som företräder ett litet förlag, hävdar att “det är väldigt skadligt för branschen i sin helhet. Trovärdigheten försvinner. Det finns en känsla av maktlöshet. Det finns inget man kan göra egentligen. Det enda man skulle kunna göra är någon form av lobbyarbete för fasta priser eller reglering av marknaden.”⁴⁸ Från politiskt håll finns inget större intresse för frågan varken från höger- eller vänsterblocket enligt K.⁴⁹ Branschjournalisten O och aktör N instämmer – från kulturpolitiskt håll intresserar man sig mest för läsning och momsfrågor.⁵⁰ En svensk småförläggare säger att hen är försiktig med att yttra sig kritiskt om konkurrerande storförlag eftersom att hen inte vill stöta sig med dem. Denna rädsla har också fått samma aktör att undvika att öppna en egen nätbokhandel och sälja böcker direkt från hemsidan. Man vill inte göra konkurrerande stora nätbokhandlar irriterade, “vi kämpar hela tiden med att föra en sorts diplomatisk verksamhet i bokbranschen för att behålla trovärdighet både gentemot kunderna och branschen. Det är hela tiden en balansgång”.⁵¹

Ett problem flera svenska aktörer lyfter är att en vertikalt integrerad bokmarknad innebär att de konkurrenter som även äger bokhandel får tillgång till övriga förlags metadata och säljstatistik. Samtidigt kan de oberoende förlagen inte ta del av konkurrenternas statistik. Man betraktar detta som “orättvist” och påpekar därtill att bristen på transparent statistik är ett stort problem i branschen generellt.⁵² Denna synpunkt återfinns såväl hos förläggare från oberoende förlag som förläggare från större förlagsgrupper och branschjournalisten O.⁵³ L tycker att det är ett problem att förlagskoncernerna har stärkt sitt grepp om nätbokhandeln och menar att det nog är lätt för dem att de frestas

att marknadsföra sina egna titlar.⁵⁴ En mindre svensk förläggare, å andra sidan, känner stark lojalitet mot en stor näthandelskedja eftersom denna varit mycket behjälplig när förlaget startade.⁵⁵

Vad gäller de tyska aktörerna, å andra sidan, anser en tydlig majoritet att nationell vertikal integration inte är något problem alls. A, till exempel, som driver ett litet oberoende förlag och dessutom är aktiv i Börsenvereins arbetsgrupp för oberoende förlag, tycker inte att ägandekonzentration är något som påverkar hen i särskilt hög utsträckning – det finns andra, större problem för de mindre förlagen. Aktör B, E och G ser det som helt otänkbart att bokhandel skulle ägas av förlag i Tyskland. B och G hänför bägge detta till en tradition i tysk bokbransch att förlag och bokhandel är separerade. Detta beror enligt dem inte på några ideologiska skäl, utan snarast på en lång tradition av specialiserad marknadsekonomi.⁵⁶

Aktörerna D och H, som båda är förläggare på mellanstora tyska förlag med inriktning mot "kvalitetslitteratur", menar dock att vertikal integration är ett mycket stort problem i alla fria marknadsekonomier. Informant D:

[...] publishing in this capitalistic world is a question not only of quality, but mainly of marketing, money. So, if you have enough marketing money and you have enough bad books, it is of course easy to make a big campaign, sell a "100 shades of gray" and so on, which means that we are facing really great risks now. First: who's controlling the booksellers?⁵⁷

D anser att det är den amerikanska jätten Amazon som är problemet. Hen tror liksom A, B och G att det är fullkomligt orealistiskt att tyska förlag skulle börja köpa upp bokhandel och att detta härrör från en tidig tradition av specialisering av bokmarknaden.⁵⁸ H instämmer – det är otänkbart på flera plan, dels av tradition, dels på grund av ideologi: "I can't imagine having an agency, a publishing house, a distributor, a bookstore etc under the same roof. It is completely unthinkable. These are different sides of the game."⁵⁹

Aktör E, som företräder branschorganisationen Börsenverein, och C, som representerar en stor förlagsgrupp, tycker att var och en ska göra det den är bäst på: förläggaren förlägga, bokhandlaren sälja.⁶⁰ Dock behöver detta inte innebära att vertikal integration är ett problem – C menar att även förlagsägda bokhandlar kan vara riktigt bra så tillvida de tillhandahåller ett utbud som ger ekonomisk vinst och bredd i det litterära utbudet:

I think that you shall always do what you are good at. So if you are a good bookseller, you should always sell the books that have the best selling potential for good sales figures. So if there is a bookstore within an organization, whether with an organization such as a publisher or such as a perfume seller, such as Thalia in Germany, these bookshops should be accounted for their results. And they should have a broad variety of good books and bestsellers. And I don't think that they all come from the ones owned by publishers, even if they are market leading with 45 or 50 % of market share, so I don't see a problem with publishers owning bookstores.⁶¹

Men C ser samtidigt inga rimliga ekonomiska skäl till att tyska förlag i nuläget skulle börja köpa bokhandlar eftersom den fysiska bokhandeln krisar. Det är inte någon idé, det är inte strategiskt. Det finns redan ett antal riktigt stora bokhandelskedjor – som Thalia, Hugendubel och Amazon – och det vore inte särskilt förnuftigt att köpa dem och

försöka konkurrera.⁶² Den tyska branschjournalisten F menar vidare att bokhandel och förlag, kedjor *och* oberoende boklådor samarbetar i högre utsträckning i Tyskland än i andra länder i västvärlden. De interna stridigheterna är inte särskilt många – huvudfienden är istället Amazon. F ser den kombinerade förläggare- och bokhandlarföreningen Börsenverein som en välskött organisation, effektiv, utan jämförelse med motsvarande organisationer i andra länder och bedömer att det är Börsenvereins förtjänst att den tyska bokmarknaden ännu är jämförelsevis välfungerande internationellt sett, även om den står inför utmaningar.⁶³

Det största hotet för majoriteten av de tyska aktörerna är alltså Amazon.⁶⁴ Man anser att Amazons ankomst till Tyskland är huvudorsaken till den tidigare så livaktiga fysiska bokhandelns kris. Här märks följaktligen ett visst mått av tysk kritik mot vertikal integration i form av just Amazon mot den tyska bokbranschen i sin helhet. Aktör D: “In the future, you say that the books are coming from the net – who controls the net?”⁶⁵ E, som visserligen företräder branschorganisationen Börsenverein och i allra högsta grad kan sägas tala i egen sak, oroas över att de tyska bokkonsumenterna inte ens vet att priserna på tyska böcker är fasta. Det vill säga, en bok kostar lika mycket på Amazon som i den fysiska tyska bokhandeln:

So Amazon is the real threat. The fascinating thing in comparison with other countries that have Amazon is that in Germany, it is all about convenience, because we do have the fixed bookprices. You don't get the books for a cheaper price from Amazon in Germany. But it's also because only about a half or a little less of the population know about the fixed prices. It's not just in their mind. They think that Amazon is cheaper.⁶⁶

Samtidigt har bokhandeln av tradition hög status i Tyskland, distributionsnätet är välutvecklat och effektivt – i regel kan konsumenten få en beställd bok inom 24 timmar levererad till sin lokala bokhandel. Amazons allt starkare ställning beror enligt E på att kunderna inte känner till fastprissystemet.⁶⁷ Branschjournalisten G tror att ebokens tröga utveckling i Tyskland har att göra med att den fysiska bokhandeln ändå ännu är så effektiv. Samma aktör tycker till skillnad från övriga tyska respondenter att Amazons inträde på den tyska bokmarknaden är positivt: företaget är en innovatör som förhoppningsvis sparkar igång eboksmarknaden.⁶⁸

Ingen av de tyska intervjuade aktörerna anser att debattklimatet i bokbranschen är dåligt – däremot framkommer kritik från många håll att intresset är klen från politiskt håll.⁶⁹ Politikerna intresserar sig främst för frågor om moms och upphovsrätt.⁷⁰ C, som företräder en stor global förlagsgrupp, tror att anledningen till att politikerna främst intresserar sig för momsfrågor är för att man vill värna bredd och tillgänglighet, oavsett vem som äger vad i bokkedjan och om förlagen ingår i större mediegrupper eller ej.⁷¹

Ser man då några fördelar med vertikal integration i de respektive länderna? En aktör från en av de större svenska förlagsgrupperna gör det: det skänker en trygghet för alla som arbetar inom förlagsgruppen, även för författarna. Ekonomin blir mer stabil. Man kan ha en långsiktighet i utgivningen och även ge ut icke-lönsamma titlar.⁷² Ytterligare en förläggare från ett stort vertikalt integrerat svenskt förlag påpekar att fenomenet kan vara ett sätt att hålla den fysiska bokhandeln vid liv, vilket gagnar alla parter på marknaden och inte bara de som arbetar inom de vertikalt integrerade förlagen.⁷³ Men samma aktör framhåller också att vertikal integration innebär många hämmande aspek-

ter för branschen. Förtroendegraden minskar generellt mellan olika förlag.⁷⁴ Ett annat argument en representant för ett mindre oberoende förlag framhåller är att priset trots allt har blivit lägre för slutkund i Sverige genom den vertikala integrationen, vilket hen anser är positivt.⁷⁵ Inga av de tyska aktörer som intervjuades såg några fördelar med ägandekonzentration på bokmarknaden.

Sammanfattningsvis tycks den tydligaste skiljelinjen huruvida vertikal integration är ett problem eller inte vara nationell: de respektive förlagens inriktning och profilering spelar mindre roll än de länder de är baserade i. De tyska aktörerna, även från stora mediegrupper, har en negativ inställning till fenomenet samtidigt som man knappt ser det som ett existerande problem: istället är det internationell ägandekonzentration i form av Amazon som oroar. Några av de svenska informanterna, å andra sidan, pekar på vissa fördelar med nationell ägandekonzentration – detta gäller intressant nog t.o.m. representanter för små oberoende förlag. En klar majoritet av de intervjuade svenskarna hade dock en negativ grundsyn på vertikal integration.

Strategier och åtgärder

Det kan alltså konstateras att såväl de svenska som tyska aktörerna ser ägandekonzentration som ett problem, om än på olika plan: svenskarna är generellt kritiska till de nationella stora mediegrupperna medan tyskarnas huvudvärk är amerikanska Amazon.

Flera av de svenska aktörerna tror att fasta bokpriser kan vara en lösning, även om man ser det som orealistiskt: “I de länder som har fasta bokpriser har man inte vertikal integration på samma uttalade sätt, men de länder som har fria priser har en liknande situation som vi. Men det går inte att skruva tillbaka klockan.”⁷⁶ Fria bokpriser har funnits länge i Sverige, och det finns inget intresse vare sig från politiskt håll eller branschorganisationerna att gå tillbaka till fastprissystemet.⁷⁷ Åsikten att marknaden kan reglera sig själv är dominerande. J och P, från större svenska förlagsgrupper, drar paralleller till grannlandet Norge, vars fastprissystem i deras ögon lett till för höga priser vilket drabbar konsumenterna.⁷⁸ L från ett mindre svenskt oberoende förlag menar å andra sidan att synen att böcker ska vara billiga är “olycklig” och att förlagen generellt, istället för att plädера för en återgång till fasta bokpriser, borde arbeta mer med dynamisk prissättning utifrån olika utgivningskategorier och materiell kvalitet. “En fin bok” som kostar mycket att tillverka men som kan gå i arv och har ett värde även som materiell artefakt bör kosta mer än en e-bok.⁷⁹ Även P, från en stor vertikalt integrerad förlagsgrupp, tycker trots allt att friprissystemet lett till att böcker är alldeles för billiga i Sverige och att prispresen ökat i och med näthandeln.⁸⁰

I Tyskland finns som bekant fasta bokpriser och samtliga tyska informanter är ense om att de bör bevaras. Aktör A ser de fasta bokpriserna som något oerhört viktigt, utan dem skulle förlagen inte kunna överleva. Om fria priser skulle införas skulle dessutom Amazon bli ett mycket större problem för alla på marknaden, menar flera, eftersom det med stor säkerhet skulle leda till prisdumpning.⁸¹ D och G hävdar att fasta bokpriser är en garant för “litterär kvalitet”, och deras uppfattning är att såväl stora som små förlag i Tyskland här är överens⁸²: [...] if you get books in the supermarkets for 10 euro cheaper, the problem is that the bookseller is not living on high quality literature, it's living on pornography, crime, romance.⁸³ I linje med detta uppskattar även aktör C, som företräder en mycket stor internationell förlagsgrupp, fasta bokpriser. Det som hen sett på större

friprismarknader är att bokens kulturella värde utarmats genom att återförsäljare som Amazon använder böcker som billigt lockbete:

...they try to use books like sweets. "Come to our shop, come to our platform, our business model. You can buy Dan Brown or Harry Potter for just 10 dollars, and if we have you as a customer, we can offer you a tv, a washing machine or whatever." They have great margins on electronics, for instance. [...] So they buy books for 10 dollars from the publishing house and sell them for 8. It's a loss, but it's a marketing loss. Why should we waste our culture?⁸⁴

Fasta priser främjar alltså kvalitet och kulturellt värde enligt C. Svenska L och M instämmer och hänvisar till Frankrike och Tyskland där litteraturens värde enligt dem inte urholkats i lika hög grad som i Sverige och USA.⁸⁵ Tyska E, som företräder Börsenverein, hävdar att såväl förlag, bokhandel som en politisk majoritet vill behålla de fasta priserna i Tyskland för att skydda marknaden, bibehålla en bredd i utbudet och undvika bästsäljerism.⁸⁶ Förläggaren H ser de fasta priserna som ett "skydd" för både förlag och bokhandel gentemot stora globala återförsäljare:

The fixed bookprices protect us and is more secure. It helps us to conserve variety, both for the publishing houses and for the variety of titles. We can publish books that we know won't sell more than 3 000 copies. So we know that when people buy that book, they don't care if the book costs them 21 or 22 euros, so, it kind of compensates for the smaller amount of books being sold. So then if the big bookstores move in and destroy our model of calculation by selling it for less, that would be very hard.⁸⁷

Om man bortser från stora åtgärder som konkurrenslagstiftning och fasta bokpriser, vilka strategier står till buds för oberoende aktörer för att överhuvudtaget komma fram på marknaden? Ett par av de svenska informanterna uppger att de – åtminstone för att ta sig in på marknaden och bli upptäckta – använt sin identitet som oberoende uppstickare som en central strategi.⁸⁸ I synnerhet aktör K, som företräder ett litet förlag inriktat på s.k. "kvalitetslitteratur" företräder den här synen, som inte sällan även innehåller en annan strategi – en vilja att få sitt förlag förknippat med just "kvalitet":

...nischningen har varit en bra inledande positioneringsstrategi. Vi vill göra kvalitetslitteratur. Första åren hade vi väldigt idealistiska ambitioner – vi ville ge ut böcker som vi tyckte förtjänade att ges ut i Sverige och bli stora, det fanns inga som helst kvalitetskompromisser. Litteraturen skulle vara bra, en käftsmäll, även formmässigt, vi gjorde väldigt radikala omslag som ett slags protest mot rådande situation på marknaden. Det här fick ut oss bland recensenterna. Vi var kaxiga.⁸⁹

L, som företräder ett oberoende svenskt förlag med längre historia än K:s, satsar mer på långsiktighet och ett stabilt men inte "kaxigt" varumärke.⁹⁰

Men det handlar inte bara om "kvalitet" utan också de titlar man lyckas få kontrakt på. Tyska A, från ett mindre oberoende förlag, upplever att det finns två separata kretslopp för småförlagen och de större. De små har sin egen marknad och de stora sin.⁹¹ Samma sak vittnar svenska L från ett mellanstort förlag om: "vi slåss inte om jättekontrakten, men vill hitta sidospåren utgivningsmässigt".⁹² Här kan man se hur digitaliseringen av marknaden underlättat och dra tydliga paralleller till Chris Andersons resonemang om

“the long tail” där en lång svans av nischade, småsäljande produkter (i det här fallet ”smala” böcker som efterfrågas mindre än bästsäljare), har ett totalt marknadsvärde av en sådan omfattning att de trots allt är lönsamma.⁹³ Svenska P från en stor mediegrupp tycker att nischning och ett ökat antal småförlag är väldigt positivt för bokmarknaden i sin helhet – hen vill inte ha en marknad där bara ett fåtal jätteförlag finns.⁹⁴

Flera av aktörerna från svenska oberoende förlag säger sig använda strategin att bygga upp ett etablerat varumärke och en trogen kundkrets som känner till det väl och förknippar det med en viss sorts litteratur.⁹⁵ Förlagsprofilen blir väldigt fundamental. Nischningen kan också ske genom samarbeten, genom att man förknippas med förlag som ger ut liknande litteratur och deltar i “rätt” sammanhang.⁹⁶ Svenska O, som i egenkap av branschjournalist har en bred utblick både mot Sverige och internationellt, ser nischning och positionering som en allt tydligare trend på bokmarknaden globalt.⁹⁷ Även P från en stor svensk förlagsgrupp förutspår att förlagsnamnet som varumärke kommer att bli allt viktigare i framtiden för samtliga aktörer på marknaden, inte minst på grund av trenden med ökad egenutgivning där de etablerade förlagen har en tydlig konkurrensfördel med sitt starka varumärke gentemot författare som ger ut böcker på eget förlag.⁹⁸

Förlagssamarbeten är generellt en strategi som förenar de intervjuade tyska och svenska oberoende förläggarna. Dessa samarbeten är antingen formaliserade, tillkomna av ekonomiska och/eller praktiska skäl, eller mer informella samarbeten som främst går ut på att utbyta erfarenheter. I båda länderna finns i linje med det också större organisationer för oberoende förlag: i Sverige NOFF, i Tyskland Arbeitskreis kleinerer unabhängiger Verlage (AkV), en underavdelning till Börsenverein. Dessa sysslar med kunskapsutbyte och lobbyarbete.

På sätt och vis tycks småförlagen själva vara på väg att bli vertikalt integrerade genom dessa utökade samarbeten och digitaliseringens möjligheter att kunna sköta allt fler led i bokkedjan själva.⁹⁹ Svenska aktör K: “Hos oss börjar tanken väckas att vi ändå inte kan påverka de storas vertikala integration, men vi kanske kan göra en egen – tyvärr, men det är så man börjar tänka.”¹⁰⁰ Parallellt pekar P, som företräder ett förlag som ingår i en stor mediegrupp, på att samarbeten mellan hens och andra förlag försämrats:

“...nu så är det väl kanske så att det är ett skarpare konkurrensförhållande mellan förlagen än vad det var när jag började. Det har förändrats väldigt mycket över tid. Tidigare så var det så att man betraktade varandra väldigt mycket som kolleger och då kunde man ju kanske samarbeta enklare. Nu betraktar sig många mera som konkurrenter och det har väl också att göra med att tidigare så konkurrerade inte vi om upphovsmännen med varandra, utan det var en annan tid med ramavtal [...] det fanns inga agenter på marknaden och hade en författare ett förlag som den trivdes med skulle det till väldigt mycket att man bytte, det var ett ‘gentlemen’s agreement’.”¹⁰¹

Här syns en stor skillnad mellan större förlag, som påverkats mer av det framväxande systemet med litterära agenter än mindre och mellanstora svenska förlag som oftast agerar agenter själva. P tycker inte bara att författarna blivit mer otrogna, utan även medarbetarna som tenderar att byta arbetsplats oftare – det är faktorer som dessa som har försämrat hens förlags samarbete med andra. Det blir en konkurrens om attraktiva medarbetare.¹⁰²

Det kan konstateras att de nationella skiljelinjerna vad gäller syn på åtgärder mot vertikal integration är mindre än i frågan om huruvida fenomenet är ett problem eller

ej. Här förenas mindre oberoende förlag i de olika länderna i långt högre utsträckning. Detsamma gäller idéer kring taktik och strategi, där mindre oberoende förlag i båda länder nyttjar liknande metoder för att nå ut och överleva: däribland arbete med ett starkt varumärke, en tydlig förlagsprofilering och samarbeten med andra mindre förlag.

Särskilt anmärkningsvärt är att överraskande många svenska informanter är övertygade om att en återgång till fasta bokpriser skulle vara en effektiv åtgärd i syfte att minska den vertikala integrationens konsekvenser. Detta är i mitt tycke högintressant, eftersom frågan om fasta bokpriser är totalt frånvarande i svensk kulturpolitik till skillnad från i Tyskland. De tyska informanterna, såväl från större som mindre förlag, var unisont för fortsatta fasta bokpriser just som en metod att motverka negativa effekter av ägandekonzentration.

Ägandekonzentration som ett hot mot "litterär kvalitet"?

En svensk aktör menar att det är en tydlig tendens att storförlagen "skurit ned på kostnadssidan [...] och organisationsmässigt" istället för att "satsa på intäktssidan" som ekonomisk strategi, vilket i förlängningen hotar "kvalitetsutgivning" och redaktionell kompetens.¹⁰³ En annan svensk förläggare pekar på att man lägger mer pengar på marknadsföring än redaktionellt arbete nuförtiden, och att denna utveckling i USA lett till en kraftig ökning av populärlitteratur och minskning av det hen kallar "kvalitetslitteratur".¹⁰⁴ Samma argument framförs av tyska H för situationen på den tyska marknaden.¹⁰⁵

Allmänhetens och statsmaktens syn på "litterär kvalitet" i Sverige är något som flera av de svenska informanterna tar upp. En person från en större svensk förlagsgrupp menar att flera aspekter av den nationella bokbranschen inte följer en unison affärslogik eller påverkan från politiskt håll, utan att inhemska traditioner, kultursyn och konsumentvanor spelar stor roll. Personen anser att detta även kan vara en central anledning till att man har fasta bokpriser i vissa länder: det är *inte* för att skydda förlagen och slå vakt om mångfald utan beror rätt och slätt på nationella sedvänjor, köpvanor och synen på litteratur som vara.¹⁰⁶ P, som också företräder en stor svensk förlagsgrupp, håller dock inte med om att man kan urskilja konsumenters attityder gentemot läsning och menar att det i vilket fall inte spelar så stor roll *vad* man läser, det viktiga är *att* folk läser: det må vara populärlitteratur eller smalare genrer, det spelar ingen roll.¹⁰⁷

Flera av de tyska aktörerna menar att man i Tyskland ser boken som något extra värdefullt och inte som en vara vilken som helst.¹⁰⁸ Tyska C, från en stor global förlagsgrupp, håller dock inte riktigt med om denna kultursyn utan menar att skillnaderna mellan Tyskland och Sverige i det här avseendet snarast beror på att Sverige är en väldigt liten marknad med färre aktörer.¹⁰⁹ Svenska P från en svensk större förlagsgrupp har samma åsikt.¹¹⁰

På den tyska förläggare- och bokhandelsföreningen Börsenvereins hemsida framgår tydligt dess syn på de oberoende förlagens roll som kulturbärare och en garant för mångfald i bokbranschen:

Die kulturelle Vielfalt wird in Deutschland maßgeblich von der Existenz und dem Wirken der vielen kleineren unabhängigen Verlage geprägt. Sie wäre ohne die Kreativität und Innovation dieser Verlage nicht denkbar. Gerade diese Verlage setzen Trends, reagieren flexibel auf Veränderungen und entdecken neue Themen

und/oder Autoren. Sie wagen außergewöhnliche Projekte und setzen diese mit viel Engagement, Enthusiasmus und Risikobereitschaft auch um. Der Erhalt dieser Vielfalt – wie auch der im Sortimentsbuchhandel – ist die Voraussetzung für die Preisbindung von Verlagserzeugnissen.¹¹¹

Men A, som själv är aktiv i AkV, tycker inte att denna syn riktigt stämmer. Litterär kvalitet hänger inte per definition ihop med huruvida förlaget i fråga är stort eller litet. Litet behöver inte med självklarhet innebära “bra”, och vice versa med stora förlag.¹¹² Aktör B, även denne tysk oberoende småförläggare, instämmer. B tycker att att småförlag ofta är förmättna och anser sig vara förmer än andra.¹¹³

De svenska oberoende aktörerna argumenterar dock ofta genom att hänvisa till sig själva som utgivare av mer “kvalitativ litteratur”. K ser dock ett problem i detta, eftersom efterfrågan inte är så stor på den sortens litteratur och hävdar att “i Sverige har vi verkligen ett djupt kulturförakt. Jag vill verkligen hävda att det är så. Förakt mot kulturen, jag vet inte vad det kommer av.¹¹⁴ Men svenska L håller inte med utan “vill tro” att “svensken är bildad och att det finns ett sug efter den allmänbildande litteraturen”.¹¹⁵ P från en stor svensk mediegrupp instämmer.¹¹⁶ L menar att man trots allt kan vända småförlagens svåra ekonomiska situation genom att satsa just på “kvalitet”, inte bara vad gäller innehållet i böckerna utan hela processen. Genom att man inte har råd att anställa en stor personalstyrka kan man istället skraddarsy projekt i högre utsträckning:

“[d]et är en styrka, både vad gäller formgivningen men också marknadsföringen. Man har inte den här stora gigantiska basen som allting ska gå igenom utan man kan ta hänsyn till projektets unika egenskaper. [...] Här handlar det också om kvalitet. Vår strategi är kvalitet i utförandet från topp till tå. Vi åtnjuter stort förtroende hos de enskilda recensenterna och bokhandlarna. Vertikal integration stärker bestsellerismen.”¹¹⁷

Även här framkommer alltså synpunkten att småförlag står för kvalitet medan större förlag står för bästsäljare. Men är detta frivilligt? L anser inte det. “Vi letar efter en bestseller, vi måste stärka de titlar vi satsar på. Även vi måste ha bestsellers.”¹¹⁸ K pekar också på riskerna en allt för kvalitetsinriktad nischning kan innebära: “Folk förstår inte, vem vill läsa den här typen av litteratur? Varför vill ni göra böcker som ser ut som de gör? Som är obehagliga? Som när vi gjorde vår första bok, till exempel, och presenterade den för ett antal kedjor så tyckte de att omslaget var för svårt.”¹¹⁹

Framtiden: global snarare än nationell vertikal integration?

I den svenska statliga Litteraturutredningen från 2012 konstateras det att “den största förändringen [vertikal integration medför] är dock att de stora förlagskoncernerna flyttat fram sina positioner i återförsäljarledet.” Detta betraktas som ett problem.¹²⁰ Majoriteten av de svenska aktörerna är av samma åsikt. Respondenterna från den tyska bokbranschen ser dock inte fenomenet som något större problem överhuvudtaget. En tydlig slutsats som studien visar är att anledningen till dessa skilda uppfattningar är att Sverige domineras av nationella vertikalt integrerade förlags- och bokhandelsgrupper, medan den tyska bokbranschen upplever sig hotad av den transnationella vertikalt integrerade jätten Amazon.

Företaget har ännu inte etablerat sig i Sverige, men det är ytterst troligt att det snart sker. Om Amazon som internationell återförsäljare och distributör med oslagbart starka muskler som flyttar fram sina positioner på den svenska bokmarknaden är det sannolikt att den svenska bokbranschen omdanas i tysk riktning: det blir “alla mot Amazon”. Den fysiska bokhandeln går på knäna såväl i Sverige, Tyskland som globalt, och ett tydligt resultat av denna studie är följaktligen att aktörerna i Tyskland – där Amazon redan etablerat sig – inte är särskilt oroliga över att förlagsgrupper ska köpa upp återförsäljare. Varför skulle man göra det, när det troligtvis ändå är en förlustaffär och möjligheterna att konkurrera med jätten är obefintliga, trots att man har fasta bokpriser i landet och böcker inte kostar mer från Amazon än från annan bokhandel?

Det senaste årets utveckling, med ett Amazon i svenskt antågande gör också att flera av de svenska aktörerna drar liknande slutsatser: det är ingen idé att ens försöka genom att konkurrera mot Amazon om de kommer till Sverige. Värt att bära i åtanke är också det svenska friprissystemet, som innebär att Amazons påverkan på den svenska bokmarknaden förmodligen blir långt mer kännbar än den blivit i fastprislandet Tyskland – just fasta bokpriser är vidare något som de tyska respondenterna framhåller som det sista “skyddet” mot Amazon, bästsäljerism, prisdumpning och urholkad “litterär kvalitet”. Vidare tror ett antal av de svenska aktörerna att införandet av fria bokpriser banade väg för en starkare ägandekonzentration på marknaden. I teorin vill man som åtgärd återgå till ett fastprissystem även om man håller det för orimligt.

Samtidigt som ett enda gigantiskt internationellt företag tar ett allt starkare grepp om den globala bokmarknaden kan man se en parallellrörelse både i Sverige och Tyskland att samarbeten ökar mellan olika förlag oavsett storlek. En strategi som tillämpas är att gå ihop och samarbeta kring försäljning, till exempel gällande e-böcker men också vad gäller distribution, insäljning, lobbyarbete och erfarenhetsutbyten. En slutsats som här kan dras är alltså att en central strategi för mellanstora och mindre förlag i en vertikalt integrerad global bokmarknad är att själva bli vertikalt integrerade. En annan förlagsstrategi som omnämns är direkt kopplad till digitaliseringen av bokbranschen: den har gjort det möjligt även för mindre företag att hoppa över allt fler mellanled i bokkedjan och istället sköta det mesta på egen hand, från produktion, distribution, marknadsföring och återförsäljning.

Frågan huruvida vertikal integration hotar “litterär kvalitet” besvaras på olika sätt – det är svårt att generalisera kring detta, i synnerhet eftersom kvalitetsbegreppet i sig är subjektivt. Emellertid visar studien att en strategi som många oberoende förlag nyttjar är att lansera sitt varumärke som starkt kvalitetsnischat. Man har insett att det inte går att konkurrera med de stora jättarna utan att den enda möjligheten till överlevnad är en renodlad profilering.

Men denna strategi kan delvis sägas vara framtvingad av marknadens ökade polarisering. Och frågan som följer blir: är detta i förlängningen verkligen en hållbar strategi? Eller finns det en risk att, som den danska litteraturvetaren Hans Hertel påpekat, att de mindre och mellanstora förlagen blir subkulturer som oskadliggörs i de speciallitterära kretsloppen medan de stora förlagen dominerar de masslitterära och intermediala kretsloppen? Leder en kvalitets- och integritetsorienterad profilering rent av till ökad isolering och polarisering på bokmarknaden eller är den en styrka retoriskt och marknadsmässigt?¹²¹ Till syvende och sist behöver alla förlag, oavsett storlek och ägande, intäkter för att överleva.

Noter

1. Eva Hemmungs Wirtén, "The Global Market 1970-2000: Producers", *Blackwell Companion to the History of the Book* red. Simon Eliot & Jonathan Rose (London, 2007), s. 395 ff.
2. Här åsytas förlag som ger ut s.k. allmänlitteratur. Förlag som endast ger ut läromedel, såsom Liber, undantas. De tre största läromedelsförlagen är Liber, Studentlitteratur och Gleerups. Se Ann Steiner, *Litteraturen i mediasamhället* (Lund, 2 uppl. 2012), s. 77 ff.
3. Kjell Bohlund & Bengt Brodin, "Förlagen behöver bokhandeln", *SvB* 17 februari 2012.
4. Staffan Sundin, "Ökad integration och koncentration", *Läsarnas marknad, marknadens läsare – en forskningsantologi*, red. Ulla Carlsson & Jenny Johannisson, SOU 2012:10, s. 306.
5. Eli M. Nolan, *Media Ownership and Concentration in America* (New York, 2009), Gillian Doyle, *Media Ownership: the economics and politics of convergence and concentration in the UK and European media* (London, 2002), Steiner, s. 90 ff., "Bokavtalen", <http://www.bokhandlarenforeningen.no/Bransjeavtalen/> Bokavtalen (hämtad 12 februari 2014), Kjell Bohlund & Bengt Brodin, *Bokmarknaden 2012* (Stockholm, 2012), s. 28.
6. För en översikt över de olika europeiska ländernas lagstiftning och diskussion om ägandekoncentration på bokmarknaden, se t.ex. Giovanni Gangeni, "Exploring the economic aspects of media pluralism and media freedom in the European Union", European Union Competencies in Respect to Media Pluralism and Media Freedom, CMPF Policy Report January 2013, s. 38 ff. och *E-books. Developments and Policy considerations*, OECD Digital Economy Papers No 208, s. 46 ff.
7. "Executive summary", European Union Competencies in Respect to Media Pluralism and Media Freedom, CMPF Policy Report January 2013, s. 10 f.
8. Elisabet Fredrikson, "Remissvar på departementspromemorian (Ds 2012:13)" från NOFF, 22 september 2012.
9. *Läsandets kultur. Slutbetänkande av litteraturutredningen*, SOU 2012:65 (Stockholm, 2012), s. 262-264 samt 387-389.
10. SOU 2012:65, s. 262f.
11. SOU 2012:65, s. 388.
12. Se t.ex. Gunnar Ardelius, "Ägandet i bokbranschen måste utredas ordentligt", *DN* 22 mars 2013, Adam Svanel, "Mästarnas marknad", *Fokus*, 28 september 2012, Pelle Andersson, "Bonniers kväver nytänkande", *DN* 7 maj 2012, Kristoffer Lind, "Bonniers dominans skapar tystnad", *SvD*, 13 maj 2012, Susanne Hamilton, "Mångfalden är hotad", *SvB* 22 mars 2011.
13. Begreppet "litterär kvalitet" används ofta i debatten men är i mina ögon ett problematiskt begrepp, omöjligt att definiera och ytterst kontextbundet.
14. Intervju med aktör O.
15. Se t.ex., s. 14, Lars Schmidt, "Det hänger på skjortan", *SvB* 2013:15, Lina Kalmteg, "Ny teknik ska sälja fler böcker", *SvD* 23 maj 2009, "Hallå där, Håkan Rudels!", *SvB* 2011:11, "Hallå där, Håkan Rudels!", *SvB* 2009:11.
16. Chris Anderson, *The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More* (New York, 2006).
17. "Self-Publishing Sees Triple-Digit Growth in Just Five Years", http://www.bowker.com/en-US/aboutus/press_room/2012/pr_10242012.shtml
18. Se t.ex. Nordicoms återkommande mediestatistik och analyser i *Nordic Media Trends*. Här bör också den brittiske sociologen John B. Thompson nämas. Thompson har ägnat en stor del av sin karriär åt analyser av bokmarknadens mekanismer, bl.a. i *Merchants of Culture* (2010) För närvarande arbetar han med ett projekt om digitaliseringen av bokbranschen. Johnsons metoder är främst sociologiska och marknadsanalytiska.
19. Pelle Andersson, "Bonniefamiljen styr våra tankar", 9 november 2010, Svt Debatt, <http://debatt.svt.se/2010/11/09/ordfronts-forslagschef-bonnierfamiljen-styr-vara-tankar/> (hämtad 6 mars 2014).
20. Intervju med F och G – båda tyska branschjournalister med amerikanskt respektive brittiskt ursprung och med erfarenhet av att arbeta på amerikanska förlag och agenturer.
21. Jfr Daniel C. Hallin & Paolo Mancini som i *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics* (Cambridge, 2004) diskuterar olika strategier för komparation mellan olika länders mediasystem.
22. Termen introducerades i Sverige av Gunnar Sahlin i dennes avhandling *Författarrollens förändringar och det litterära systemet 1770-1795* (diss, Stockholm, 1989), s. 2 Med termen avser Sahlin litteraturens materiella villkor, vilka enligt honom består av förlagssystem, upphovsmanntjänst, distribuering, litteraturens mottagande samt övrigt samhälleligt (till exempel politiskt och ekonomiskt) inflytande som påverkar den litterära processen. Sahlin har i sin tur hämtat detta begrepp från den tyske bokhistorikern Reinhard Wittman, se Reinhard Wittman, *Buchmarkt und Lektüre im 18. und 19. Jahrhundert. Beiträge zum Literarischen Leben 1750-1880*, Studien und Texte zur Sozialgeschichte der Literatur 6 (Tübingen, 1982), s. 233.

23. Se t.ex. G. Ahrne & P. Svensson, *Handbok i kvalitativa metoder* (Malmö, 2011) och S. Kvale & S. Brinkmann, *Den kvalitativa forskningsintervjun* (Lund, 2009).
24. Pierre Bourdieu, *La distinction: critique sociale du jugement* (Paris, 1979), passim.
25. Jfr Ewa Anderssons avhandling om oberoende skivbolag, *Oberoendets praktik* (diss. Sundsvall, 2012), s. 1 f.
26. www.booksellers.se, www.forlaggare.se
27. SOU 2012:65, s. 262.
28. Kjell Bohlund & Bengt Brodin, *Bokmarknaden 2012. Rapport från Svenska Förläggareföreningen och Svenska Bokhandlareföreningen* (Stockholm, 2012), s. 28 f., SOU 1997:141, s. 57.
29. Se t.ex. Lars Andersson, "Rädda branschen med fasta bokpriser", *SvD* 20 mars 2013 och "Inför fasta bokpriser", Mats Söderlund, *DN*, 23 november 2009.
30. SOU 1997:141, s. 58.
31. Bohlund & Brodin 2012, s. 11 f.
32. Rüdiger Wischenbart, "Drawing the Global Map of Publishing Markets 2012", rapport från International Publishers Association tillgänglig på: http://www.internationalpublishers.org/images/stories/PR/2012/global_statistics.pdf (hämtad 2 oktober 2013) samt "The World's 60 Largest Book Publishers, 2013", *Publisher's Weekly*, 19 juli 2013.
33. "VAT/GST/Sales Tax Rate: Global Survey on Books and Electronic publications", rapport från International Publishers Association tillgänglig på: <http://www.internationalpublishers.org/images/stories/VAT/24157%20-%20a4%20portrait%20world%20map%20books%20-%202010%20v1%208%20full%20book.pdf> (hämtad 2 oktober 2013).
34. Verena Sich, *The System of Fixed Book Prices in Germany: A short overview of the history, the regulations, and the impact of retail price maintenance*, konferensbidrag Frankfurt/Seoul 2004, tillgängligt på <http://www.tau.ac.il/~nirziv/FixedBookPricesinGermany1.pdf>, s. 4 ff., Helge Rønning, Tore Slaata, Olav Torvund, Håkon Larsen & Terje Colbjørnsen, *Till bokas pris. Utredning av litteraturpolitiska verkemedler i Europa*, utredning för det norska Kulturdepartementet överlämnad 15 februari 2012, s. 3 samt 19 ff.
35. Enligt den norska fastprisutredningen från 2012 pekas den svenska bokmarknaden ut som särskilt vertikalt integrerad ur ett europeiskt perspektiv. Se Rønning et al 2012.
36. Niklas Strömberg, "Förhandlingar med Amazon inne i slutfas", *Svensk bokhandel* 2013:17.
37. Amanda DeMarco, "The Goose That Laid the Golden Egg: A Brief Lesson in German Publishing Psychology", *Publishing Perspectives* 30 maj 2011, <http://publishingperspectives.com/2011/05/german-publishing-psychology/> (2012-09-06).
38. Tamara Weisse, "How is the bricks-and-mortar book trade responding to the digital challenge?", *Überblick. German Book Industry Insight* 2011:2, s. 25.
39. Intervju med H.
40. Intervju med Q.
41. Intervju med E.
42. Intervju med L och P.
43. Intervju med K och L.
44. Intervju med I, K och L.
45. Intervju med P.
46. Intervju med I och J.
47. Intervju med J.
48. Intervju med K.
49. Intervju med K.
50. Intervju med N och O.
51. Intervju med K.
52. Intervju med I.
53. Intervju med I, J, N och O.
54. Intervju med L.
55. Intervju med K.
56. Intervju med B, E och G.
57. Intervju med D.
58. Intervju med D, A, B och G.
59. Intervju med H.
60. Intervju med C och E.
61. Intervju med C.
62. Intervju med D och C.
63. Intervju med F.

64. Intervju med B, C, D, E, F och G. Flera svenska respondenter ser också Amazon som ett stort hot, t ex aktör L som fruktar prisdumpning på marknaden.
65. Intervju med D.
66. Intervju med E.
67. Intervju med E.
68. Intervju med G.
69. Intervju med A.
70. Intervju med B, C, E och G.
71. Intervju med C.
72. Intervju med P.
73. Intervju med J.
74. Intervju med J.
75. Intervju med K.
76. Intervju med L.
77. Intervju med J, L, O och P.
78. Intervju med J och P.
79. Intervju med L.
80. Intervju med P.
81. Intervju med A, C och F.
82. Intervju med D och G.
83. Intervju med D.
84. Intervju med C.
85. Intervju med L och M.
86. Intervju med E.
87. Intervju med H.
88. Intervju med H, K och M.
89. Intervju med K.
90. Intervju med L.
91. Intervju med A.
92. Intervju med L.
93. Anderson, Chris, *The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More*, New York, 2006.
94. Intervju med P.
95. Intervju med K och L.
96. Intervju med K och L.
97. Intervju med O.
98. Intervju med P.
99. Intervju med M. Även stora vertikalt integrerade förlag i Sverige samarbetar i viss mån med andra förlag (intervju med P).
100. Intervju med K.
101. Intervju med P.
102. Intervju med P.
103. Intervju med I.
104. Intervju med M.
105. Intervju med H.
106. Intervju med J.
107. Intervju med P.
108. Intervju med A, E och F.
109. Intervju med C.
110. Intervju med P.
111. <http://www.boersenverein.de/de/portal/akv/158258> (hämtad 15 oktober 2013).
112. Intervju med A.
113. Intervju med B.
114. Intervju med K.
115. Intervju med L.
116. Intervju med P.
117. Intervju med L.
118. Intervju med L.
119. Intervju med K.
120. SOU 2012:65, s. 387.

121. Hertel, Hans, "Boken i mediasymbiosens tid", *Litteratursociologi. Texter om litteratur och samhälle*, red. Furuland, Lars & Svedjedal, Johan, Lund, 1997, s. 201-222.

Eksklusive informanter

Om interviewet som redskab i produktionsanalysen

Hanne Bruun

Abstract

I produktionsanalysen som medievidenskabelig disciplin spiller det kvalitative forskningsinterview en væsentlig rolle som datagenereringsredskab. Samtidig er det en forskningsinterviewgenre, som er overset i den medievidenskabelige metodelitteratur, der i meget høj grad er udarbejdet med henblik på publikums- og mediebrugsanalysen. Artiklen bidrager derfor til en belysning af de centrale karakteristika ved genren, der har konsekvenser for såvel forskningsprocessen som forskningsresultaternes validitet. Beherskelsen af denne form for forskningsinterview er central for at opnå indsigt i, hvordan kulturproduktion foregår og forandrer sig inden for relativt lukkede privatøkonomiske medieorganisationer i konkurrence. Artiklen tager udgangspunkt i den metodeforskning, der knytter sig til især sociologien og etnografien, som har bidraget med at fremhæve og reflektere over centrale problemstillinger og udfordringer forbundet med den forskningsinterviewgenre, som betegnes som 'elite interviewing' (f.eks. Moyser & Wagstaffe 1987; More & Stokes 2012; Aguiar & Schneider 2012). Artiklen argumenterer for, at fremfor elite er *eksklusiv* en mere præcis karakteristik af den type informant, der er tale om, og de metodiske problemstillinger, det medfører. Kvale og Brinkmanns model for en interviewundersøgelses syv stadier (Kvale og Brinkmann 2008) vil blive anvendt som matrix i fremstillingen og illustreret med eksempler fra egne produktionsanalytiske forskningsprojekter. Artiklen ønsker på den baggrund at bidrage til at styrke den metodiske transparens og refleksion i én af medievidenskabens centrale discipliner.

Keywords: kvalitativ metode, eliteinterview, medieproduktionsanalyse, eksklusive informanter

Introduktion

Inden for produktionsanalysen som medievidenskabelig disciplin er forskningsinterviewet uhyre benyttet som et redskab i datagenereringen og dermed i opbygningen af analyseobjektet. Men i forskningsbidragene er redegørelser for, hvad der kendetegner denne form for forskningsinterview og dets anvendelse i den konkrete analysesammenhæng ikke synderligt udfoldet. Et eksempel på denne lidt paradoksale situation er *Television Producers* af Jeremy Tunstall (1993). Bogen bygger i ekstrem grad på forskningsinterviewet som datagenereringsredskab, men kun en kursorisk oversigt over, hvor mange producere, der blev interviewet, afslag på interviews og manglende respons, opgøres i bogens appendiks. Bogen indeholder ingen metodiske præsentationer eller refleksioner, ej heller over selve interviewmetoden som sådan i medieproduktionsanalysen. Et tilsvarende ekstremt eksempel er Borns ganske indflydelsesrige bog *Uncertain Vision*

(2004), hvor der ofres knap fire sider ud af 564 på metode herunder brugen af bogens helt centrale redskaber: observationer og interviews. Andre bidrag har i et lidt større omfang reflekteret over aspekter af den særlige *genre* af forskningsinterviewet, som bringes i anvendelse (f.eks. Dornfeld 1998; Grindstaff 2002; Caldwell 2008; Bruun 2011), men nogen udfoldet belysning af genren er der ikke tale om.

Generelt er produktionsforskningen således præget af meget sparsom interesse for at undersøge, hvad der karakteriserer den særlige udgave af det kvalitative forskningsinterview, der anvendes, og hvilke konsekvenser det redskab har for forskningsprocessen og -resultaterne. Dette er især påfaldende, hvis man sammenligner med forholdene i den kvalitative publikums- og mediebrugsanalysen, som har haft metodisk transparens som kvalitetskrav gennem mange år og derfor har fået lukket denne 'black box' grundigt op (Olsen 2002). Set på den baggrund fremstår produktionsanalysens brug af forskningsinterviewet som både teoretisk og metodisk underbelyst.

Artiklens mål er således at bidrage til at få belyst, hvad der kan siges at karakterisere denne forskningsinterviewgenre. I dele af sociologien og etnografien findes en metodelitteratur, som kan inspirere til dette. Inden for disse fagligheder kaldes genren 'elite interviewing', og bliver ofte brugt til netop at udforske samfundsmæssige og organisatoriske elitors praksisser og værdier. Der har dog heller ikke her været en særlig stor forskningsmetodisk interesse (se Harvey 2011: 11; Arguiar og Schneider 2012: 6-10). Men den er betydeligt mere udfoldet og med en relativt lang forskningshistorie sammenlignet med andre fagfelter. Eksempelvis fremhæver Moore og Stokes (2012), at inden for deres fagfelt 'business management and organization' resulterede en systematisk søgning i den metodiske litteratur i, at der kun blev fundet én blandt 30 velkendte metodelæreboer, der indeholdt termen 'elite', og det alene som en reference (ibid: 443). En lignende tilstand synes at være tilfældet i den litteratur om kvalitativ metode, der anvendes i medieforskningen. Et eksempel kan være Kvale og siden Kvale og Brinkmanns meget anvendte lærebog *Interview. Introduktion til et håndværk*. Bogen har været genoptrykt og revideret flere gange, men først i 2008-udgaven, der også er oversat til engelsk, afsættes knap en side (s. 167) til denne forskningsinterviewgenre.

I det følgende lægges der ud med at karakterisere, hvad vi skal forstå ved elite, og på den baggrund vil *eksklusive informanter* blive præsenteret som en alternativ betegnelse, som måske er mere relevant for den forskningsinterviewgenre, som produktionsanalysen anvender. Dernæst vil Kvale og Brinkmanns analysemodel for kvalitativ interviewforskning (2008) fungere som matrix for at se på, hvad der gør interview med eksklusive informanter til en særlig forskningsinterviewgenre. Der vil blive lagt vægt på, hvor denne genre grundlæggende synes at adskille sig fra publikums- og mediebrugsanalysens brug af det kvalitative forskningsinterview. Centrale forskelle kan findes på tre stadier i forskningsprocessen. For det første i forbindelse med forskningsspørgsmålets eller erkendelsesinteressens aktørsyn. For det andet i forbindelsen med det metodiske design og for det tredje i forbindelse med afrapportering af forskningsresultaterne. Undervejs vil jeg gøre brug af illustrative eksempler fra egen produktionsanalytisk forskning.

Fra elite til eksklusivitet

I den omtalte metodelitteratur om 'elite interviewing' er definitionen af interviewgenren præget af to grundlæggende antagelser hvad angår selve elitebegrebet. At studere en

elite er for det første det samme som at studere *magten* i samfundet. Analyseobjektet er magtfulde personer eller repræsentanter for magten placeret i betydningsfulde institutioner og organisationer i et samfund. At studere eliten involverer desuden ofte et studie af mere generelle magtstrukturer i et samfund, der kan være baseret på køn, klasse og etnicitet (Moysen og Wagstaffe 1987). Hos Aguiar og Schneider (2012) beskrives det at fokusere på eliter sammenfattende som ”studying up the social structure” ved hjælp af kvalitativ metode (ibid.: 9). Der er samtidig tale om, at eliten studeres for sin egen skyld, således at det er forståelsen af elitens livsverden, der er målet. Et eksempel på denne optik er Karen Hos etnografiske analyse af Wall Street-eliten (2012), hvor målet er at få indsigt i værdisystemet i den professionelle kultur hos ”investment bankers” (ibid.: 29) og denne kulturs konsekvenser. At fokusere på at få indsigt i elitens livsverden er ifølge Ho på mange måder i modsætning til den sociologiske og etnografiske forskning mere eller mindre ekspliciterede værdimæssige kodeks, hvis implicite formål i høj grad er ”’giving voice’ to marginalized others” (ibid.: 36). At ville analysere eliten kræver derfor både grundlæggende metafaglige overvejelser og selvrefleksion hos forskeren, som selv tilhører en (uddannelses)elite. Den anden dominerende antagelse, der præger elitebegrebet i forskningstraditionen, er, at eliten anskues som magtfulde gatekeepere for eller indehavere af information om de processer eller organisatoriske strukturers virkemåder, som forskeren ønsker at undersøge. Eliten besidder en form for ekspertviden, man som forsker har brug for at få adgang til for at kvalitetssikre sin forskning (Moysen og Wagstaffe 1987: 4).

Udover denne gennemgående kobling til magtbegrebet findes der i litteraturen om ’elite interviewing’ en væsentlig diskussion af, hvad der overhovedet skal forstås ved en elite, som også er relevant for produktionsanalysen (se Harvey 2011; Welch et al. 2002; Richards 1996). Trods kravet om at inkludere spørgsmålet om magt, som er afgørende for definitionen, kan elite defineres horisontalt, dvs. anskues som forskellige former for magt, som definerer disse eliter, der ikke nødvendigvis er forbundne eller samvirker direkte. F.eks. kan der tales om en kulturel, en økonomisk, en bureaukratisk og en politisk elite, samt en række undergrupper af disse inden for specifikke felter. Elite kan desuden defineres vertikalt, dvs. anskues som toppen af et samfundsmæssigt og/eller et organisatorisk hierarki, men hvor det kan være svært at afgøre, hvor et eliteniveau kan siges at begynde i denne struktur og hvorvidt der er tale om en struktur af lokal, national eller global karakter (Moysen og Wagstaffe 1987).

Alt i alt peger metodelitteraturen på, at elitebegrebet ikke er specielt entydigt og at det både er et dynamisk og relationelt begreb. At definere en elite synes dermed i høj grad at fremstå som et empirisk spørgsmål i forhold til konkrete undersøgelser af specifikke sektorer eller sociologiske felter (Harvey 2011: 433; Welch et al. 2002). Afhængig af kontekst opstår netop spørgsmålet om, hvilke *typer* af eliter, der skal arbejdes med. Et bud på en typologi, som synes anvendelig i medieproduktionsanalysen, fordi den involverer informantens adgang til en lokal, national eller ligefrem international *offentlighed* og kan rumme det dynamiske aspekt, præsenteres af Moore og Stoke (2012). De tager udgangspunkt i en bestemmelse af de forskellige eliter involveret i professionel fodbold som sektor (ibid.: 450). Fordi vi har med professionel fodbold at gøre, rummer elite-definitionen både spillere, trænere, managers og administration samt en distinktion mellem graden af magt og det kendskab, den brede offentlighed kunne tænkes at have til informanterne. Det giver et system med tre prototyper: Den første kaldes *Macro-Elite/*

Celebrity og har en høj grad af magt og kendisstatus. Eksempler på faktiske informanter placeret i den prototype er Messi, Ronaldo og Alex Ferguson. Prototype to kaldes *Micro-Local Elite/Public 'Background' Figure*, som har høj grad af magt men en lavere grad af kendisstatus, og den tredje er *Eclipsed-Faded-Fallen Elite/Celebrity* med lav magt men med høj grad af kendisstatus (ibid: 453). Et konkret eksempel på en informant, der placeres i denne prototype er Paul Gascoigne. Men eftersom der er tale om et dynamisk og relationelt system, kan konkrete informanter være præget af et miks af prototypiske træk. Et eksempel fra medieindustrien kunne være den danske prisbelønnede dokumentarfilmskaber og forhenværende tv-vært Mads Brügger, som siden 2010 også har været programchef på radiostationen *Radio24syv*. Brügger kan dermed siges at besidde træk fra både prototype et og to.

Sammenlignet med analyser af fodboldindustrien har medieproduktionsanalysen dog typisk med informanter at gøre, som er *professionelle medieproducenter, der betjener offentligheden*, fremfor eliter i en kulturindustri, der i forskellige grader er afhængige af (masse)medieinstitutionerne som adgangsgivere til offentligheden. Der er således tale om informanter en form for magt over de kommunikationsmidler, som samtidig er medieforskerens genstandsfelt. Mange af informanterne vil tilmed have en høj grad af kendisstatus i hvert fald i en national kontekst. Elite/celebrity-informantens aktuelle position i det "elite/celebrity eco-system" (Moore og Stoke 2012: 453), som findes i en bestemt kontekst, vil derfor have konsekvenser for forskningsadgangen, forskningsinterviewets forløb og de forskningsmæssige resultater.

På baggrund af disse bud på, hvad man kan forstå ved en elite i en medieproduktionsanalytisk kontekst, vil jeg foreslå, at man kunne arbejde med en opdeling mellem to former for magt, der som udgangspunkt skal adresseres i brugen af forskningsinterviewet. For det første kan der tales om, at en form for *objektiv magtposition* hos informanten indgår i genren og i kraft af denne, besidder informanten en særlig attraktiv viden. Denne form for magt er den, metodelitteraturen om 'elite interviewing' er mest fokuseret på. I forlængelse heraf og for det andet kan der tales om en *interpersonel magt*, der har betydning for forskerens *mulighed* for at få viden og/eller adgang til at konstruere et forskningsobjekt. Den form for magt kan indgå i genren enten i en konkret situation eller på længere sigt, når samarbejdet er afsluttet og forskningsresultaterne er offentliggjort. I forhold til de informanter, som Moore og Stokes (2012) kalder "elite/celebrity" og hvoraf nogle er "eclipsed-faded-Fallen" (ibid: 453) og derfor ikke (mere) har samme grad af andel i den objektive magt, kan, når vi har med medieproducenter at gøre, sagtens have meget høj interpersonel magt f.eks. demonstreret ved ikke at ville deltage i interviewet, samtidig med, at deres viden er uhyre væsentlig og måske helt afgørende for at få belyst forskningsspørgsmålet. Et eksempel fra min egen forskning i tv-satiren er, at interviews med en pensioneret executive producer, Inger Stilling, som var producer på genren i 30 år, var helt afgørende for mig.

Det er derfor især blandingen mellem former for objektiv og interpersonel magt hos informanter, hvis profession er at producere medieindhold til en offentlighed, som produktionsanalysen vil have som en udfordring. Derfor forekommer *eksklusive informanter* at være en mere præcis betegnelse for den form for elite/celebrity-informanter, der er tale om. Det er det to grunde til. I produktionsanalysen bruges interviews med eliten for det første ikke primært med det formål at udforske, hvad der karakteriserer disse eliter i sig selv og deres livsverden. De interviewede fungerer derimod som mid-

del til at opnå indsigt i et forskningsspørgsmål, der angår vilkår for produktionen af de medieprodukter i bred forstand, der skabes inden for organisatoriske rammer og under indflydelse af samfundsmæssige kræfter så som teknologi, økonomi og politik. At opnå indsigt i, hvad der foregår i mediernes 'kulisse', er det centrale, og *bestemte personer* vil kunne besidde den specifikke viden, der er behov for, i konstruktionen af et analyseobjekt. Som i sportens verden er eksklusivrettigheder noget, der rummer adgang til et særligt indhold, som *ikke* kan erstattes af adgang til noget andet indhold. Det samme gælder for eksklusive informanter: De giver qua deres person adgang til en særlig viden, som ikke kan erstattes af en anden persons viden. Her adskiller disse informanter sig desuden fra det, som journalister og sociologer kalder ekspertkilder (Littig 2009), som der på et givent felt som regel er flere af (eksempelvis medieforskere). Det er ikke tilfældet med eksklusive informanter. For eksempel kan et interview med kanalchefen på DR1 ikke erstattes af et interview med en anden kanalchef. Denne bestemmelse af medieproduktionsanalysens elite informanter som eksklusive sender bølger af konsekvenser ind i selve den produktionsanalytiske forskningsproces, som vil blive illustreret i de følgende dele af artiklen.

Erkendelsesinteressen og aktørsynet

Hos Kvale og Brinkmann (2008) er det første stadie for en forskningsinterviewundersøgelse, at erkendelsesinteressen er klart formuleret, da den er afsættet for alle metodologiske spørgsmål og beslutninger i de efterfølgende seks stadier. I forbindelse med projekter, der involverer interviews med eksklusive informanter, kræves i udgangspunktet refleksioner over, hvilken magtopsik ens produktionsanalyse er præget af. Produktionsanalysen er, som nævnt, generelt kendetegnet ved at ville ind i medieorganisationernes 'kulisse'. Målet er på baggrund af den form for ikke-offentlig tilgængelig viden at kunne forklare årsager til medieindholdets karakteristika og produktionsvilkår, som hverken mediesystemanalysen eller tekst- og publikumsanalysen kan svare på. Men denne 'kulisse' er befolket af mennesker i deres professionelle funktioner indlejret i organisatoriske og konkurrenceudsatte mediesystemiske kontekster. Erkendelsesinterensens aktørsyn bliver dermed betydningsfuldt for den teoretiske tilgang og de metodiske greb i forhold til empirien. Det grundlæggende spørgsmål for forskeren er at gøre sig klart, hvordan man forstår den kausale relation mellem de objektive betingelser for medieproduktion og de producerende medieaktørers arbejde, som medieindholdet formodes at være et resultat af. Hvor er magten over, hvordan indholdet kommer til at se ud, placeret, og hvad består magten af? Er produktion af medieindhold f.eks. determineret af politiske, økonomiske eller organisatoriske kræfter, eller er genrekonventioner determinerende? Eller er produktion af medieindhold tværtimod determineret af de kreative evner og det innovative arbejde, som medieproducenter besidder og udfører individuelt og i samarbejde?

Frandsen (2007) har i en analyse af struktur-aktør-temaet i den medieproduktionsanalytiske forskningstradition peget på, at der kan identificeres to grene, der repræsenterer to optikker på spørgsmålet om magtens placering. Den ene gren er den auteur-orienterede tilgang, der er udbredt inden for studier, hvor der fokuseres på filmindustrien. Den anden gren er den medieindustri-orienterede tilgang, der fokuserer på produktionen af forskellige former for tv- og avisindhold, og er domineret af nyhedsproduktionsstudier.

Frandsen redegør for de teoretiske og metodologiske forskelle mellem de to grene, og hun argumenterer for, at de er tæt knyttet til det analyseobjekt, forskningsinteressen tager udgangspunkt i. Hvis forskerne er interesserede i filmmediet, har de en tendens til at fokusere på menneskelige aktører og kreativitet. Strukturel magt anses for enten en modstander eller som en medspiller i forløsningen af de ekspressive og kunstneriske ambitioner hos aktøren. Hvis forskerne er interesserede i nyhedsproduktion, er der en tendens til at fokusere på funktionalistiske eller kritisk-teoretiske tilgange til de strukturelle kræfter og til at fremhæve de kollektive dimensioner ved medieproduktionsprocessen frem for de individuelle aktørers kreative evner og ekspressive behov.

Hvad enten man abonnerer på den ene eller den anden tilgang til dikotomien, har det konsekvenser for forskningsinterviewgenren. Betragtes de interviewede som magtfulde aktører i deres egen verden og måske med mulighed for at ændre og bestemme over, hvordan ydreverden ser ud (Se f.eks. Tunstall 1993)? En anden mulighed er at betragte informanterne som magtesløse ofre for strukturelle kræfter i og uden for organisationen. Informanterne kan i den optik anses for at være mere eller mindre bevidste om deres egen magtesløshed og kan evt. betragtes som nogen, der er ofre for et selvbedrag eller anvender en psykologisk forsvarsmekanisme mod de etiske dilemmaer, denne erkendte magtesløshed kan medføre (Se f.eks. McManus 1994). En tredje mulighed er at betragte forholdet mellem aktør og struktur som det grundlæggende empiriske spørgsmål, som skal belyses i ens forskning, og hvor dikotomien afløses af en interesse for *samspillet* mellem magtfulde aktører og strukturer (Se f.eks. Bruun 2011).

Målet er ikke her at svare på, hvad der er den 'korrekte' magtopsik, men blot at pege på, at det aktørsyn, som ens erkendelsesinteresse og videnskabsteoretiske afsæt er præget af, vil skulle medtænkes, da det har konsekvenser for ikke alene projektets teoretiske kohærens, men for mulighederne for at få skabt et analyseobjekt. Hvordan vil det aktørsyn, der arbejdes med, eksempelvis påvirke informanternes motivation for at deltage i selve interviewet, den måde, der skal interviewes på, og muligheden for at skabe tillid mellem interviewer og informant? Desuden bør det overvejes, hvordan ens aktørsyn vil påvirke den fremstilling af de interviewede, forskeren ender med at give. Hvis resultatet er, at de eksklusive informanter fremstilles som mere eller mindre ureflekterede 'puppets on a string', kan det provokere mange professionelle aktørers selvforståelse og sikkert også forskerens egen. Hvis informanterne derimod fremstilles som magtfulde enkeltindivider, kan det opleves som en forherligelse eller en anklage.

Udover erkendelsesinteressens aktørsyn og de konsekvenser det kan få for forskningsprocessen og –resultaterne, kan afkastet ved at stille op til interview ofte også være til at overskue for informanterne. Det er derfor forskerens store problem at få erkendelsesinteressen (om)formuleret, så den fremstår med en vis nytteværdi for de eksklusive informanter, hvilket kan give motivation til at hjælpe. Hos Welch et al. (2002) anbefales det, at forskeren fremstiller sit projekt som netop et videnskabeligt projekt, men sig selv i rollen som "an informed outsider who is willing to listen" (ibid: 624) for derved at forsøge at bygge bro over den professionelle kløft mellem forsker og informant, men uden at forsøge at benægte den. Hvordan en erkendelsesinteresse 'sælges' til eksklusive informanter af forskellig slags er derfor afgørende at gennemtænke, igen fordi det hænger sammen med overhovedet at få mulighed for at konstruere et analyseobjekt og dermed producere viden. Min erfaring er, at appeller til informanternes kreative indsats og erfaring *skal* indgå i 'salgs materialet', men der skal samtidig tænkes i, hvad de

forskellige informanternes professionelle virke er. F.eks. har jeg oplevet, at der synes at være en større grad af modstand at arbejde med hos journalister og fakta-producenter end hos skuespillere, stand-up'ere og underholdningsproducenter. Derimod er informanter fra topledelse i medieorganisationer ofte relativt lette at få i tale, sandsynligvis fordi de er de mest objektivt magtfulde, og fordi de ofte er meget vant til at tale om medieorganisationens virke og samfundsmæssige betydning med mere eller mindre informerede 'outsiders'.

Adgangsproblemet og angsten for 'cold calling'

Disse grundlæggende overvejelser vil have konsekvenser for næste stadie i forskningsprocessen, som hos Kvale og Brinkmann (2008) kaldes "design" (ibid: 129). Dette drejer sig om planlægning af undersøgelsens konkrete metodiske tilgang, hvor man f.eks. beslutter sig for, hvilke og hvor mange informanter, man ønsker at få i tale, og dernæst rekrutterer disse. Stadiet er naturligvis slet ikke uproblematisk i publikums- og mediebrugsanalysen, men i en sammenligning med produktionsanalysen dog noget lettere, da det er muligt at udskifte informanter i rekrutteringen. I produktionsanalysen, som arbejder med eksklusive informanter, er der bestemte personer, som man *skal* have i tale. Manglende adgang til disse kan være ødelæggende for hele forskningsprojektets validitet og kan i værste fald betyde, at et forskningsprojekt må opgives. Fordi produktionsanalysens formål er at få indsigt i, hvad der foregår i 'kulissen' og at offentliggøre denne indsigt, kan det opfattes som farligt, ubehageligt eller bare forstyrrende og tidsrøvende for medieorganisationernes ansatte. Som Mikecz (2012: 483) fremhæver, så viser forskningslitteraturen inden for 'elite interviewing' desuden, at disse informanter i meget høj grad er i stand til at skærme sig mod tilgængelighed netop på grund af deres elitestatus. Det forhold gælder naturligvis også for eksklusive informanter. De er ofte omgivet af gatekeepers, der skal forhindre adgangen, og de er tilmed selv i stand til at forhindre adgang til anden information. Samtidig er de travle mennesker, der skal have grunde til f.eks. at besvare forskerens (mange) henvendelser og skal kunne se, at det ikke vil være enormt tidskrævende eller besværligt. At der ikke opnås kontakt er enhver produktionsforskers mareridt og et fænomen, som i metodelitteraturen kaldes "cold calling" (Thomas 1995: 8).

Emnet 'adgang' er af disse grunde centralt i mange bidrag til produktionsanalysen som disciplin, netop fordi man har med eksklusive informanter at gøre.¹ Som nævnt, foregår megen professionel medieproduktion i mere eller mindre lukkede og ofte helt eller delvis privatøkonomiske organisationer, som er i indbyrdes konkurrence på et marked. Derfor er informanterne grundlæggende ikke så ivrige efter og har ofte slet ikke lov til at fortælle outsiders med nok så ædle motiver noget om, hvad der foregår i produktionsprocesser, om fremtidige planer og strategier etc. Dette kan f.eks. give konkurrenterne på mediemarkedet et indblik, der ikke er ønskværdigt, eller sænke informantens professionelle markedsværdi. Det paradoksale er, at netop fordi det er svært at få adgang og dermed producere viden om 'kulissen', er behovet for dokumentation tilsvarende stort. De eksklusive informanter kan typisk ikke tilbydes anonymitet, hvilket man ganske let kan gøre i publikums- og mediebrugsanalysen, uden at det går ud over validiteten. For at undgå potentielle personlige og organisatoriske konsekvenser, er det derfor langt nemmere rutinemæssigt *ikke* at give forskeren adgang.

At opnå adgang er kort sagt et vanskeligt, tids- og forhandlingskrævende arbejde. Hvis den faktisk opnås, kan måden, den er opnået på, tilmed have konsekvenser. Frandsen (2007) skelner mellem to grundlæggende måder. Adgang til konstruktionsarbejdet kan gives i form af *en handel*, der indgås eller som *en gave*, der gives (ibid.: 48). Hvis der er tale om en handelsrelation, er der ofte tale om klare forventninger om præcise modydelser fra forskeren og bestemte forventninger til parternes roller. Her nærmer forskeren sig aktionsforskerens eller konsulentens rolle, og målet er typisk at få systematisk viden om, hvordan noget vellykket faktisk er foregået, eller hvordan noget evt. kan forbedres. Ofte vil handelsrelationen betyde, at forskningens resultater er fortrolige eller pålægges nogle restriktioner i forbindelse med en eventuel offentliggørelsen. Hvis dette indgår i handelsrelationen vil den være af begrænset interesse for forskere, der er ansat til at bidrage til den offentligt tilgængelige viden og skal meritere sig ad den vej. Adgang kan dog også gives som en gave, hvor forventningerne til forskerens modydelser er noget mere uklare, fordi relationen får en moralsk og symbolsk dimension. Det kan give forskeren problemer med at finde en rolle i forhold til gavegiveren uden at fornærme eller ligefrem skade denne med en eventuel kritisk analyse af det, der er blevet givet adgang til (ibid.: 49). Opnået adgang skal derfor analyseres for, hvad der motiverer ens handelspartner eller gavegiver, og hvilke muligheder det giver for en analytisk platform for forskeren. Langt den meste produktionsanalytiske forskning er præget af adgang som gave, og den gaveøkonomiske relation vil derfor typisk spille en central rolle i forskningsinterviewgenren.

Den gaveøkonomiske relation prægede også mit projekt om tv-satirens programudvikling og produktionshistorie (Bruun 2011), hvor erkendelsesinteressen umiddelbart var ganske fredelig for gavegiverne. Målet var at få *forklaret* årsager til en udviklingsproces i en tv-underholdningsgenres produktionskultur med fokus på perioden 1996 til 2010 og belyse konsekvenserne for det underholdningstilbud, publikum gives, samt public service-tv's forandrede rolle som væsentlig underholdningsproducent i Danmark. Spørgsmål om og bedømmelser af *programmernes* kvalitet samt politiske og etiske dimensioner var ikke undersøgelsens mål. De serier, som udgjorde projektets to cases, var desuden betragtet som succeser på hver sin måde og i hver sin historiske kontekst, og begge var placeret i en fjern eller nær fortid i forhold til interviewtidspunktet. Den yngste case omfattede udviklingen af DR2 og kanalens programprofil, og DR2 var ligeledes betragtet som en succes, der havde bidraget til fastholdelsen af DR's samlede seerandel på det danske tv-marked. Samlet set, gav mit projekt derfor ikke anledning til at betragte dets formål som en afdækning af eller afsløring af årsager til fiaskoer og placering af ansvaret for disse. Vi var tværtimod i færd med at tale om årsager til en genrehistorisk udvikling, om produktionsformerne bag succesfulde produktioner og en succesfuld DR-kanal.

Men på trods af erkendelsesinteresser, der ikke umiddelbart er problematiske for den gaveøkonomiske relation, kan relationen også være præget af det specifikke analyseobjekt, der søges skabt. I mit projekt om programudviklinger og produktionskulturelle forandringer i det politiske talkshow var der eksempelvis en anden forsigtighed at spore hos de eksklusive informanter. Trods en vinkling af erkendelsesinteressen og casevalget, som lignede satire-projektets, var det langt sværere at få interviews i stand. Det skyldes muligvis, at dispositioner inden for den tv-journalistiske genrepalette i modsætning til underholdning har en langt større politisk bevågenhed internt i public service-organisa-

tionen. Den politiske interesse i den mediesystemiske kontekst kunne tilmed formodes at spille en rolle. Begge dele kunne medføre en større forsigtighed. Desuden kan forskellene mellem de to projekter skyldes, at to meget forskellige grupper af professionelle var involveret: satiremagere, forfattere, skuespillere og underholdningsredaktører på forskellige organisatoriske niveauer versus journalister og aktualitets- og nyhedsredaktører på forskellige niveauer. Den værdimæssige ramme, som bestemte genrer befinder sig indenfor, spiller dermed også en rolle for den specifikke gaveøkonomiske relation og dermed for forskerens muligheder for at skabe et analyseobjekt og for offentliggørelse.

Eksklusive informanter og interviewet som en asymmetrisk social relation

I metodelitteraturen om kvalitative interview fremhæves det asymmetriske magtforhold mellem forsker og informant som en central udfordring for forskeren. Den interviewede er dog automatisk og forholdsvis ureflekteret anskuet som den svage part i den sociale relation, som forskningsinterviewet skaber (Kvale og Brinkmann 2008: 50). Denne antagelse bør gives et serviceeftersyn, når man har med eksklusive informanter at gøre. Welch et al. 2002 peger på, at i 'elite interviewing' er asymmetrien i udgangspunktet vendt på hovedet. Informanterne i deres fire casestudier af "corporate elites" i mange tilfælde reagerede på asymmetrien ved at optræde patroniserende og utålmodigt overfor forskeren (ibid: 621). Som Welch et al. fremhæver må forskeren desuden forvente at indgå i et organisatorisk hierarki, hvor informanterne bruger deltagelsen i forskningsinterviewet i en professionel sammenhæng. Det kan f.eks. være at sige ja til et interview, fordi forskeren har fået adgang til organisationen via ens chef. Eller det kan være, at forskeren ligefrem anvendes som en slags nyttig idiot internt i organisationen og/eller i forhold til ydverdenen (ibid: 621). Asymmetrien kan uden tvivl også i interviews med eksklusive informanter give sig udslag i de beskrevne karakteristika på grund af den særlige form for magtrelation. Men reaktioner på asymmetrien dog også, og måske mindre paranoidt, betragtes som udtryk for reaktioner på et møde mellem fagprofessionelle, hvor der er status på spil og hvor status netop er til forhandling og derfor en mere dynamisk relation.

Forhandlinger om, hvad der er elite og ikke mindst, hvem der har elitestatus, følger således med helt ind i selve interviewsituationen og vil præge forskningsprocessen i sin helhed, og de drejer sig blandt andet også om motiver for overhovedet at deltage set fra den eksklusive informants synsvinkel. Det er værd at huske, at forskeren har også selv adgang til offentligheden enten som medvirkende i mediernes behandling af medierne eller som forfatter til bøger og artikler i en mere eller mindre eksklusive offentlige fora. Dette kan gøre, at relationen kan betragtes som mere symmetrisk, hvilket kan spille en rolle for både den manglende lyst til at medvirke hos informanterne eller til faktisk at ville medvirke for at kunne påvirke forskerens fortællinger. En forskers status som professionel bidragyder til den medie- og kulturdebatende offentlighed kan f.eks. betyde, at vedkommende får medieproducenter i tale, som ellers ville have ignoreret forskeren. Men samme status kan også tænkes at give problemer, hvis resultaterne af ens forskning ikke anses for at udvise en passende taknemmelighed i forhold til gavegiveren.

Netop fordi medieproduktionsanalysen har med mere eller mindre offentligt kendte informanter at gøre, spiller både personlig markedsværdi og eftermæle en central rolle. Dette må ikke nedgøres af forskeren som utidige stjernerkykker e.l., men accepteres dels

som en væsentlig etisk udfordring i den produktionsanalytiske forskning, dels som en del af forskningsresultaterne. I mit projekt om forandringer i tv-satirens produktionskulturs udvikling spillede karrierepleje og eftermæle naturligvis en rolle i de interviews, jeg gennemførte. Hos de yngre informanter var der en gennemgående interesse i at afværge en potentiel fortælling om, at den politiske tv-satire på grund af censur eller (parti)politiske interesser var blevet nedprioriteret til fordel for den sociale tv-satire. Blandt informanter involveret i den politiske tv-satire var der derimod en interesse for at kritisere den programhistoriske udvikling og den aktuelle tilstand i produktionskulturen, hvor den politiske satiriske retning ikke længere var enerådende. Altså en fortælling om bevidst nedprioritering af denne form for tv-satire fra magtfulde instansers side i og uden for public service-institutionerne. Et andet gennemgående motiv var naturligvis og heldigvis at forklare mig, der kom fra en anden professionel kontekst, hvordan forholdene i mediebranchen var, for derved at præge analysens resultater. En gennemgående fortælling var, at mediebranchen og komikerbranchen i særdeleshed var præget af tilfældigheder, heldige og uheldige sammentræf og især af enkeltpersoners betydning mere end af bevidst strategi, planlægning og systemisk tvang. Den fortælling var dog samtidig og af de samme informanter suppleret med en fortælling om netop tv-konkurrencens, seertallenes og de økonomiske vilkårs funktion og ofte ødelæggende betydning for den kulturproduktion, som public service-institutionerne var sat til at varetage.

Motiver for at deltage i interviews skal alt i alt ikke betragtes som fejlkilder, der skal eller kan undgås. De skal i stedet analyseres i et *interaktionelt perspektiv*, og hvor statusforhandlinger også informerer om forskningsobjektet og dermed bidrager til forskningsresultaterne (Alasuutari 1995: 85-115). Af samme årsag er behovet for at skabe en tillid til forskerens projekt og ikke mindst person hos de eksklusive informanter afgørende. Harvey (2011), der har arbejdet med professionskulturer i den internationale økonomiske og politiske elite, beskriver en række meget praktiske greb til at skabe tillid: At forskeren er i stand til (1) at give en kortfattet og ikke-akademisk beskrivelse af projektet og hvorfor informantens bidrag er centralt (2) at give præcis information om tidsrammen for interviewet og formen (face-to-face eller medieret) samt (3) beskrive offentliggørelsesbehovet og hvor informationerne skal bruges. Det sidste vil være af stor betydning i forhold til eksklusive informanter, hvis professionelle virke netop er eller har været produktion af offentligt medieindhold. Tillid kan sandsynligvis også opbygges på baggrund af hidtidig forskning og optræden i medierne samt personlige meritter og kommunikative evner, som Frandsen fremhæver (2007: 47).

Metodelitteraturen med udgangspunkt i managementforskning i organisationer og virksomheder gør meget ud af måden, forskeren henvender sig på, og fokuserer mest på breve og mails. I forhold til mediebranchens eksklusive informanter synes det at ringe at være en mere effektiv henvendelsesform og/eller at gå via 'advokater' for ens projekt, fuldt op af forskerens opringninger og efterfølgende mails eller brug af sociale medier til at give mere udfoldende beskrivelser og sikre aftaler. Det lykkedes mig for eksempel at få kontakt til satiremager, instruktør og musiker Rune Tolsgaard og instruktør Jesper Rofelt med hjælp fra daværende chefredaktør i DR-Perspektiv Ulrik Skotte. Det kan desuden stærkt anbefales at anvende 'snowballing'-strategier, hvor hvert interview afsluttes med spørgsmål om hjælp til kontakt til næste informant. Dette har ikke blot til formål at skaffe adgang til flere af de eksklusive informanter, men kan også bruges i forhold til informanter med en meget høj grad af kendisstatus, således at

man bevæger sig sidelæns ind på disse ofte meget beskyttede informanter frem frontalt. Hvem, der har anbefalet informanten, skal desuden nævnes i henvendelsen, da dette kan være motiverende for deltagelse at blive fremhævet som en central vidensressource og eventuel kreativ bagmand. At denne meget mundtlige og person-til-person-drevne henvendelsesform er vigtig skyldes sandsynligvis to ting. For det første spejler forskeren derved den måde, aktørerne selv arbejder på. For det andet benytter forskeren sig af de værdistrukturer, der præger mediebranchen, hvor personlige netværk og værdsættelse af individuel kreativitet er betragtet som uhyre væsentlige former for kapital. Begge dele kan derfor være tillidsskabende.

Et tilsvarende centralt greb til at skabe tillid, som fremhæves i metodelitteraturen om 'elite interviewing', er, at forskeren fremstår som én, der har en omfattende baggrundsviden om det, der skal spørges om, og har en faglig indsigt i professionelle problemstillinger i informantens verden (Mikecz 2012; Harvey 2011; Ryan og Lewer 2012). Dette er naturligvis akkurat lige så væsentligt i forhold til interview med eksklusive informanter, og hvor især indsigt i de produkter, der produceres, er afgørende. Et eksempel kan være min adgang til et interview med TV 2/New's Kulturredaktør Arne Notkin. Hans deltagelse var uden tvivl baseret på, at jeg i telefonsamtalen, der skulle overbevise ham om at deltage, kunne give en analyse af det politiske talkshows udvikling i dansk tv siden 1988 og en række aktuelle programmers dramaturgi. Forskeren skal kort sagt forsøge at fremstå forberedt, som indehaver af en professionel viden og som én person, der er ude efter ny viden i forlængelse heraf.

De stillede spørgsmål skal kunne signalere den attitude hos forskeren. De skal samtidig have en sådan art, at de faktisk kan fremskaffe ny viden. Som påpeget i metodelitteraturen om 'elite interviewing' kan kritiske spørgsmål stillet på grundlag af viden og indsigt i informantens professionelle verden og dens problemstillinger højne tilliden til forskeren og skabe ny viden (Kvale og Brinkmann 2008: 179; Welch 2002: 616; Thuesen 2011: 620). Ifølge Welch et al. (2002) er målet derfor at ramme en balance mellem at være insider og outsider, kritisk og loyal på samme tid. Den kritiske spørgestil skal dog omgås med forsigtighed, så interviewet ikke udvikle sig til en diskussion, eller det der er værre, men fastholder rollefordelingen mellem interviewer og interviewet. Hvis man er trænet i den kvalitative modtageranalyse, vil det at stille kritiske spørgsmål tit indebære en vis overvindelse. Erfaringen i den forskningsdisciplin er, at spørgsmål, hvor informanten bliver bedt om at forsvare sig over for en kritisk forsker, meget let kan blokere for tilliden. De skal derfor bruges med stor forsigtighed. I forbindelsen med forskningsinterviewgenren i produktionsanalysen har forskeren derimod med informanter at gøre, der qua deres professionelle virke er vant til at optræde og kommunikere i medierne. De har kort sagt et andet udgangspunkt og, som nævnt, en række andre mulige motiver for at deltage.

Et anden central udfordring for balancen mellem tillid og fremskaffelse af ny viden i interviews med eksklusive informanter, som ofte bliver interviewet af journalister og evt. selv er journalister, er reelt at få adgang til 'kulissen'. Målet er at undgå repetition af de allerede offentliggjorte anekdoter og den officielle, pakkede information tilgængelig i forskellige former for ekstramaterialer om et medieprodukts genesis (Caldwell 2008; Gamson 1995). Borer (2012) redegør for sine vanskeligheder i forbindelse med et projekt om sportsstjerner i amerikansk baseball. En effektiv strategi var at pointere, at han netop var forsker og *ikke* journalist og derfor ville stille andre slags spørgsmål. Man kan dog

også opleve informanter, der fortæller løs om en kulisseedfærd, men hvor indholdet er ubrugeligt, fordi det faktisk ikke er i stand til at svare på det, forskeren ønsker svar på, ikke kan støttes af andres bidrag eller ligefrem er juridisk problematisk. Et eksempel kan være mit eget forskningsinterview med en kendt, dansk skuespiller, satireforfatter og -redaktør. På trods af min briefing om, hvad jeg skulle bruge interviewet til, brugte vedkommende store dele af et timelagt telefoninterview og af et efterfølgende to timers langt ansigt-til-ansigt-interview på at fortælle historier, som desværre ikke kunne offentliggøres inde for rammerne af dansk injurielovgivning. De blev tilmed heller ikke støttet af andre informanter.

Interviews, hvor en officiel eller juridisk problematisk diskurs fylder store dele af interviewet, er ikke nødvendigvis ubrugelige, men kan faktisk informere om analyseobjektet. Hos Caldwell (2008) betragtes den officielle kulisse-information som udtryk for de mange typer af selvrefleksivitet, der præger den produktionskultur, der rammesætter amerikansk tv-fiktionsproduktion. Juridisk problematisk information kan ligeledes karakteriserer en produktionskulturs selvforståelse uden dog at kunne bruges direkte i offentliggørelsen af forskningsresultaterne. For ikke at risikere at fornærme og demotivere informanten ved helt at afvise den slags information anbefaler metodelitteraturen om 'elite interviewing' da også forskeren "to go with the flow" og lade informanten "run with the story" (Ryan og Lewer 2012: 82). At der er dagsordner på færde hos eksklusive informanter må således grundlæggende betragtes som forskningsresultater. Samtidig er det væsentligt at være opmærksom på, at forskeren selv er del af en elite og at magtrelationen mellem forsker og eksklusiv informant på godt og ondt kan ændre sig både i løbet af interviewet og i forskningsprocessen.

Offentliggørelse, magt og etik

Som antydnet i forbindelse med adgangsproblematikken og den gaveøkonomiske etik, der hersker i langt den meste produktionsanalytiske forskning, har begge dele også konsekvenser for afrapporteringen af forskningsresultaterne. Hos Kvale og Brinkmann (2008) er offentliggørelse stadie syv i forskningsprocessen, og bliver mest behandlet som et spørgsmål om at skrive læseværdige rapporter. For produktionsanalysens vedkommende er dette sidste stadie derimod forbundet med risici, der rækker ud over at kede ens læsere.

Dokumentationskravet i produktionsanalysen som disciplin betyder, at det er nødvendigt, at interviewudsagn bliver citeret som del af fremlæggelsen af et samlet data-materiale. Og fordi vi har med eksklusive informanter at gøre, er den enkelte informants udsagn af stor værdi og uerstattelige. Selvom fortrolighedsklausuler og anonymitet er fristende at tilbyde i forhandlingen om at få adgang til information, er det risikabelt for validiteten. Produktionsanalytisk forskning beskæftiger sig desuden med en forholdsvis overskuelig professionel medieindustri, med specifikke cases og med informanter, der af samme grund er lette at identificere (se eksempelvis Grindstaff 2002). Som nævnt betyder disse forhold, at en proaktivt gennemtænkning af erkendelsesinteressens aktørsyn er central. En oplagt mulighed for at sikre sig forskningsetisk er at forskeren give informanterne mulighed for at læse manus eller dele af det før offentliggørelsen. Dette kan tilmed være med til at få misforståelser udredt eller småfejl rettet. Dog skal man være opmærksom på, at der kan være tale om, at informanterne ikke bryder sig om den analyse, forskeren fremlægger. Det kan ske på trods af, at man har informeret nok så

meget om målet med ens forskning, opbygget en tillidsfuld relation og ikke selv opfatter resultaterne som kontroversielle. Selvom man som forsker kan vælge at offentliggøre alligevel, med mindre man er kontraktligt forhindret i det, kan den beslutning have konsekvenser for ens fremtidige produktionsanalytiske forskningsmuligheder afhængig af informanternes objektive magtposition og interpersonelle magt. Om det er en risiko, man som forsker må eller bør løbe, kan kun afgøres konkret. Der er næppe tvivl om, at forskningsspørgsmålene i produktionsanalysen som forskningstradition er præget af, hvad der *kan* lade sig gøre at undersøge uden at få problemer med offentliggørelsen af forskningsresultaterne.

To forhold skal dog nævnes, der kan være med til at dæmpe angsten for ikke at kunne publicere ens forskning og risikoen for at blive forhindret i at kunne bedrive produktionsanalytisk forskning i fremtiden. For det første er medieindustrien præget af en meget høj puls, nye produkter og forandringer, hvor konkurrencestrategisk følsomme emner eller tiltag har en relativ kort levetid. Ofte vil det, der opfattes som følsomt, mens forskeren interviewer, derfor være langt mindre følsomt eller overstået, når forskningsresultaterne offentliggøres. Forskningsverdenens langsommere puls er i den forstand en stor fordel, da der her er tale om meget lange deadlines og lav publiceringsfrekvens. For det andet er medieverdenen og forskningsverdenen to forholdsvis uafhængige felter med hver sin målgruppe. Især foregår forskningsverdenens publicering i stigende grad i ofte ganske lukkede, faglige fora, som hverken den brede offentlighed eller medieindustriens aktører frekventerer.

Trods denne beroligelse, så er der et punkt, hvor de eksklusive informanternes magt og ikke mindst de forskningsetiske hensyn fortsat skal iagttages. Når det drejer sig om personfølsomme emner eller forhold, der kan have betydning for den enkelte aktørs professionelle markedsværdi eller eftermæle er erfaringen, at de to deadline-regimer og adskilte offentligheder ingen betydning har. Ho (2012) fremhæver, at fortrolighedsproblemer i forbindelse med udgivelsen af hendes bog om professionskulturen blandt Wall Street-eliten løste sig selv, fordi mobiliteten i analyseobjektet er meget høj og bogen udkom flere år efter, at data var indsamlet. I mellemtiden havde hendes informanter derfor skiftet job så mange gange, at det blev uproblematisk at offentliggøre deres bidrag. Trods sammen høje mobilitet i medieindustrien må en sådan forældelse for personfølsomme emner og forhold *ikke* forudsættes. Det skyldes for det første, at vi har med eksklusive informanter at gøre, dvs. deres kendis-status, kreative og professionelle kunnen er en personbunden vare, hvis markedsværdi og eftermæle skal beskyttes, som allerede beskrevet. For det andet skal forskeren, hvis man ønsker at fortsætte med produktionsanalytisk forskning, kunne komme tilbage til et forholdsvis begrænset antal etablerede medieorganisationer af forskellig slags, hvor informanterne cirkuleres med høj frekvens. Rygtet om forskerens etos i form af behandling af informanterne i tidligere forskning og øvrige optræden i offentligheden kan derfor sagtens været løbet forud, på godt og ondt.

Konkluderende bemærkninger

Denne artikels ambition har ikke været at give en fuldstændig analyse af, hvad der kan siges at karakterisere den forskningsinterviewgenre, som medieproduktionsanalytisk forskning anvender. Ej heller at levere en form for opskrift på, hvordan man så rent

faktisk interviewer eksklusive informanter og bearbejder de indsamlede data. Ambitionen har derimod været at fokusere på centrale punkter, som adskiller genren fra den form for forskningsinterviewgenre, der anvendes i publikums- og mediebrugsanalysen. I den kvalitative metodelitteratur udgør denne nærmest idealtypen for et kvalitativt forskningsinterview, og den er en genre, som mange medieforskere desuden er fortrolige med at bruge i praksis.

På den baggrund har målet for det første været at bidrage til at styrke evnen til at kunne skifte mellem og reflektere over anvendelsen af *forskellige* forskningsinterviewgenrer i medievidenskaben generelt. At kunne det må siges at være en central kompetence for forskere og studerende, der arbejder med forskningsspørgsmål, der skifter mellem eller i stigende grad går på tværs af de traditionelle opdelinger mellem de medievidenskabelige discipliner. Artiklen har for det andet villet argumentere for, at en belysning af den forskningsinterviewgenre, der kan kaldes 'interview med eksklusive informanter', vil kunne bidrage til en styrkelse af den metodeteoretiske refleksion og transparens inden for produktionsanalysen selv. Produktionsanalyse er, trods den aktuelle voksende interesse for disciplinen, fortsat den medievidenskabelige disciplin, der er lidt en dværg både metodeteoretisk og i form af konkrete undersøgelser. Men fordi disciplinen synes at være i fremgang må opmærksomheden også rettes mod at en styrkelse af den metodeteoretiske og forskningsprocesorienterede bevidsthed og selvrefleksion i disciplinen, så den kan komme på niveau med publikums- og mediebrugsanalysen.

Note

1. Se Frandsen 2007 for en udfoldet gennemgang af forskningslitteraturens behandling af adgangsproblematikken.

Referencer

- Aguira, L.L.M. og Schneider, C.J. (2012) (red.) *Researching Amongst Elites*. Farnham: Ashgate.
- Alasuutari, P. (1995) *Researching Culture. Qualitative Method and Cultural Studies*. London: Sage.
- Borer, M.I. (2012) 'Interviewing Celebrities: Strategies for Getting Beyond the Sound Bite', i Aguirra, L.L.M. og Schneider, C.J. (red.) *Researching Amongst Elites*. Farnham: Ashgate.
- Born, G. (2004) *Uncertain Vision*. London: Vintage.
- Bruun, H. (2011) *Dansk tv-satire. Underholdning med kant*. København: Books on Demand.
- Caldwell, J.T. (2008) *Production Culture*. Durham: Duke University Press.
- Dornfeld, B. (1998) *Producing Public Television, Producing Public Culture*. Princeton: Princeton University Press.
- Frandsen, K. (2007) 'Produktionsanalyse: Teoretiske og metodiske problemstillinger', in Bruun, H. og Frandsen, K. (red.) *Tv-produktion – nye vilkår*. Frederiksberg: Forlaget Samfundslitteratur.
- Gamson, J. (1995) 'Stopping the Spin and Becoming a Prop. Fieldwork on Hollywood Elites', i Hertz, R. og Imber, J. (1995) (red.) *Studying Elites Using Qualitative Methods*. London: Sage.
- Grindstaff, L. (2002) *The Money Shot. Trash, Class, and the Making of TV Talk Shows*. Chicago: University of Chicago Press.
- Harvey, W.S. (2011) 'Strategies for conducting elite interviews', *Qualitative Research* 11(4), 431-441.
- Ho, K. (2012) "'Studying Up" Wall Street: Reflections on Theory and Methodology', i Aguirra, L.L.M. og Schneider, C.J. (red.) *Researching Amongst Elites*. Farnham: Ashgate.
- Kvale, S. og Brinkmann, S. (2008) *Interview. Introduktion til et håndværk*. København: Hans Reitzels Forlag.
- Littig, B. (2009) 'Interviewing the Elite – Interviewing Experts: Is There a Difference?', i Borger, A., Littig, B. og Menz, W. (red.) *Interviewing Experts*. Chippenham: Palgrave Macmillan.
- McManus, J. H. (1994) *Market Driven Journalism. Let the Citizen Beware*. London: Sage.
- Mikecz, R. (2012) 'Interviewing Elites: Addressing Methodological Issues', *Qualitative Inquiry* 18(6), 482-493.

- Moore, N. og Stokes, P. (2012) 'Elite interviewing and the role of sector context: an organisational case from the football industry', *Qualitative Market Research: An International Journal* 15(4) 483-464.
- Moyser, G. og Wagstaffe, M. (1987) (red.) *Research Methods for Elite Studies*. London: Allen & Unwin.
- Olsen, H. (2002) *Kvalitative kvaler. Kvalitative metoder og danske kvalitative interviewundersøgelers kvalitet*. København: Akademisk Forlag.
- Richards, D. (1996) 'Doing Politics. Elite Interviewing: Approaches and Pitfalls', *Politics* 16(3), 199-204.
- Ryan, S. og Lewer, J. (2012) 'Getting in and Finding Out: Accessing and Interviewing Elites in Business and Work Contexts', i Aguirra, L.L.M. og Schneider, C.J. (red.) *Researching Amongst Elites*. Farnham: Ashgate.
- Thomas, R.J. (1995) 'Interviewing Important People in Big Companies', i Hertz, R. og Imber, J. (red.) *Studying Elites Using Qualitative Methods*. London: Sage.
- Tunstall, J. (1993) *Television Producers*. London: Routledge.
- Thuesen, F. (2011) 'Navigating Between Dialogue and Confrontation: Phronesis and Emotions in Interviewing Elites on Ethnic Discrimination', *Qualitative Inquiry* 17(7), 613-622.
- Welch, C., Marschan-Piekkari, R., Penttinen, H. og Tahvanainen, M. (2002) 'Corporate Elites as informants in qualitative international business research', *International Business Review* 11, 611-628.

“Som at blande olie og vand ...”

Om journalistisk formidling af forskning

Charlotte Wien, Judy Hermansen & Per Østergaard

Abstract

Det er en almindelig forestilling, at (al) forskning kan og bør formidles til et bredt publikum, og at både forskere og journalister kan have stor glæde af at samarbejde med hinanden om forskningsformidling. Formålet med denne artikel er at vise, at så simpelt er det ikke. Der er vægtige grunde til, at det gang på gang mislykkes, og at oplevelsen ofte er frustrerende for begge parter. I denne artikel vil vi efter en kort litteraturoversigt redegøre for et kvalitativt eksperiment med forskningsformidling, som vi har foretaget på Syddansk Universitet. Eksperimentet gik ud på at bringe 10 forskellige forskere sammen med hver en journalist. Deres fælles opgave bestod i at formidle forskerens forskning. Det forsøg kom der en masse refleksion – men ingen publicerbare forskningsformidlende journalistiske produkter – ud af.

Keywords: forskningsformidling, nyhedskriterier, eksperiment, kvalitative interview, samarbejdsrelationer, forskere

Introduktion

Med et budget på ca. 200 mio. danske kroner er ”Galathea 3” danmarkshistoriens hidtil største og dyreste eksperiment med forskningsformidling. Projektet gik ud på at lade et skib sejle jorden rundt med en række forskere om bord. Undervejs skulle forskerne indsamle og bearbejde data. Med på skibet var også et hold journalister, der skulle formidle forskernes arbejde til den brede befolkning.

Projektet var inspireret af de to tidligere Galathea-ekspeditioner i hhv. 1845-47 og 1950-52. Især Galathea 2 havde været en succes og opnåede meget stor folkelig opmærksomhed – så meget, at ca. 20.000 danskere var mødt op på Langelinje Kaj i København for at hilse skibet velkommen, da det vendte hjem den 29. juni 1952 (Nielsen 2008).

Men på trods af et stort budget og stor velvilje fra både politikere, forskere og medier lykkedes det ikke for ”Galathea 3” at opnå nær den samme succes. Det blev klart, da skibet var nået ca. halvvejen rundt om jorden. Anledningen var, at journalisten Anders Lund Madsen – som selv havde været dybt involveret i planlægningen af ekspeditionen – fik trykt kronikken ”Den Sejlende Børnefødselsdag” i Jyllands-Posten (Madsen 2006). Her gav han en velskrevet, veloplagt og sønderlømmende kritik af ekspeditionen, hvor han bl.a. hævdede, at ekspeditionen var ved at ”forbløde på grund af idioti, inkompetence og alment pladder [...]”, at ekspeditionens ledelse havde taget skridtet fra “[...] den almene tøsedreng og helt ind i stupiditetens mørkeland” i forbindelse med udvælgelsen

af ekspeditionens forskningsprojekter, og at forskningsprojekterne ombord var "[...] røvsyge og visionsløse [...]".

I den debat, der fulgte, var både forskerne og journalisterne enige om, at ekspeditionen ikke var nogen nævneværdig forskningsformidlingsmæssig succes, men der var stor uenighed om årsagerne dertil. Forskerne argumenterede for, at "Galathea 3" var en forskningsekspedition, og at den derfor i højere grad burde have været tilrettelagt, så forskernes behov var blevet tilgodeset. Journalisterne argumenterede tilsvarende for, at togtet var en formidlingsekspedition, og at det derfor snarere burde have været tilrettelagt sådan, så det var deres behov for gode billeder og 'gode historier', der var blevet imødekommet. Det interessante i debatten var, at de to sæt af behov tilsyneladende udelukkede hinanden: Skulle man tilfredsstille forskerne, kunne man ikke tilfredsstille journalisterne og omvendt.

Desværre var der ingen om bord, der havde som forskningsprojekt at monitorere mødet mellem forskere og journalister, så helt præcist hvad der gik galt, hvorfor, hvornår og hvordan, ved vi ikke. Men efter nogen tid døde debatten ud, og der er næppe mange, der i dag skænker "Galathea 3" ret mange tanker. Men det gør vi på Syddansk Universitet i den forskergruppe ved Institut for Marketing og Management, der forsker i forskningsformidling. For "Galathea 3" udgør et skoleeksempel på den forestilling, der hersker i store dele af befolkningen, blandt politikerne, mediefolk og forskerne selv, nemlig at såfremt man bringer en forsker og en journalist sammen, og begge parter er interesserede deri, så kan journalisten ved hjælp af den traditionelle journalistiske "værktøjskasse", som han har erhvervet gennem sin uddannelse og siden udviklet vedligeholdt, med sin erfaring som journalist hjælpe forskeren med at formidle hans forskning eller gøre det for ham.

Forestillingen tager udgangspunkt i en antagelse om, at (al) forskning kan og bør formidles til et bredt publikum, at forskerne selv er ude af stand til det, at journalisterne har nogle særlige værktøjer, der gør, at de kan løfte formidlingsopgaven for forskeren, og at begge parter derfor – såfremt de er villige dertil – kan have stor glæde af at samarbejde: Journalisterne får "gode historier", og forskerne får offentlig opmærksomhed, og gennem opmærksomheden skabes goodwill i befolkningen og hos politikerne.

Formålet med denne artikel er at vise, at så simpelt er det ikke.

Gennem artiklen vil vi vise, at den traditionelle journalistiske værktøjskasse passer så dårligt til formidling af forskning, at anvendelsen heraf kan virke hæmmende – snarere end fremmende – for formidlingen af forskning.

Vi beskæftiger os i denne artikel ikke med mødet mellem specielt trænede videnskabsjournalister og medievanter forskere, men med mødet mellem almindelige generalistuddannede journalister og forskere med relativt beskedne medieerfaring.

Det sker, at det lykkes at skabe forskningsformidling ved blot at bringe journalister og forskere i forbindelse med hinanden, men der er vægtige grunde til, at det gang på gang mislykkes, og at oplevelsen ofte er frustrerende for begge parter.

Det vil vi vise på tre måder. Først vil vi kort præsentere en del af den centrale litteratur på området og vise, hvordan litteraturen om forskningsformidling peger på, at selvom forskerne er mere synlige i medierne end nogensinde før, så er der gode grunde til at forvente, at samarbejdet mellem journalist og forsker om formidling af forskning ikke er let. I den forbindelse vil vi desuden kort præsentere resultaterne af en nyere kvantitativ undersøgelse af forskeres og journalisters samarbejde i forbindelse med den daglige nyhedsproduktion.

Herefter vil vi i redegøre for dataindsamlingsmetoden i forbindelse med et kvalitativt eksperiment med forskningsformidling, som vi har foretaget på Syddansk Universitet. Eksperimentet gik ud på at bringe 10 forskere sammen med hver en journalist. Deres fælles opgave bestod i at formidle forskerens forskning. Det forsøg kom der en masse refleksion – men ingen publicerbare forskningsformidlende journalistiske produkter – ud af.¹

Det vigtige og vanskelige møde

Men inden vi kommer så vidt, vil vi først redegøre for, hvorfor vi mener, at det er vigtigt at undersøge, hvad der sker i samspillet mellem forskere og journalister, når målet med mødet er at formidle forskning.

Mediernes dækning af forskningen og brugen af forskerne i mediedækningen har stor indflydelse på såvel befolkningens som politikernes holdning til forskning (Peters et al. 2008). For eksempel førte intensiv mediedækning af forsøg med genmodificerede kartofler til en stærk folkelig modstand mod genmodificerede afgrøder og efterfølgende et europæisk moratorium mod fødevarer, der indeholder GMO (Randersom 2008), og på det seneste er den samme skepsis blevet udtrykt over for virkningerne af nanopartikler på vores helbred (Mølgaard 2010). Befolkningens og politikernes holdninger til forskning er af stor betydning for forskerne, da det jo i sidste ende er borgerne og politikerne, der tager stilling til, hvilke forskningsområder den offentligt finansierede forskning skal dække.

Men det økonomiske pres på medierne betyder, at det i stadigt stigende omfang er nyhedsjournalister og ikke specialiserede videnskabsjournalister, der får til opgave at dække forskningen (Nelkin 1999). Og det er problematisk, da det meste af den aktuelle forskning er for kompliceret for journalisterne selv at sætte sig ind i (Tanner 2004). Det øgede pres på medierne betyder også, at kildernes tilgængelighed bliver udslagsgivende for hvem, der får taletid, og det sker derfor i stadig stigende omfang, at lægfolk og meningsdannere uden videnskabelig baggrund sætter dagsordenen i verserende debatter om forskning (Pedersen 2005). Dette har især været tydeligt under klimadebatten, hvor sådanne har haft næsten frie hænder (Ebdrup 2008; Scientists 2007). Et andet slående eksempel stammer fra England i 2002, hvor britiske medier skrev, at forskere nu var i stand til at klonе mennesker. Medierne bragte nyheden ukritisk, hvilket fik forskerne på området til at trække sig ud af den offentlige debat, da de mente, at medierne håndterede sagen uansvarligt (Science 2008). Et sådant fravær af modsigelser skaber ekstra plads til lægfolk og meningsdannere, og det tjener det videnskabelige samfund langt bedre at deltage i mediedækningen af forskningen (Nature editorial 2005). Men jf. eksemplet med ”Galathea 3” er det slet ikke så let endda.

Man behøver ikke dykke ret dybt i litteraturen om forskningsformidling for at finde en række forklaringer på, hvorfor mødet mellem journalister og forskere både på ”Galathea 3” og i andre sammenhænge kan være en frustrerende oplevelse for begge parter.

Hvad siger litteraturen?

Godt nok har flere undersøgelser vist, at forskerne er ”på” i medierne som aldrig før (Albæk, Christiansen, & Togeby 2003; Bauer & Gregory 2007; Hargreaves & Ferguson 2000), at forskerne har professionaliseret deres omgang med pressen (Bauer & Gregory

2007; Wien 2013), og at samarbejdsrelationen mellem forskere og journalister de seneste 10-15 år er blevet bedre (Bubela & Caulfield 2004; Gascoigne & Metcalfe 2010; Hargreaves & Ferguson 2000; Mountcastle-Shah et al. 2003; Moyer, Greener, Beauvais, & Salovey 1995; Peters 1995; Reed 2001; Roche & Muskavitch 2003; Valenti 1999).

Dette er formentlig en konsekvens af, at mindst tre forskellige kræfter presser, skubber og trækker forskerne ud i den offentlige arena: Dels er der et politisk pres på forskerne for at retfærdiggøre den skattefinansierede forskning overfor borgerne (Gascoigne & Metcalfe 2010). Dels trækker journalisterne i stigende omfang på forskere som ekspertkilder, fordi forskerne kan give de journalistiske produkter det strejf af objektivitet, hvorpå journalistikkens legitimitet hviler (Skovsgård 2009:59ff). Og sidst, men ikke mindst, ser flere og flere forskere medieoptræden både som en pligt og som en metode til at generere goodwill blandt befolkningen, politikere og bevillingsgivere (Peters et al. 2008). Det har fået nogle forskere til at tale om en "scientification" af medierne (Hansen 2009).

Men dykker man dybere ned bag konstateringen af forskernes tiltagende synlighed i medierne, så viser det sig, at det langt fra er "alle" forskere, der er "på". Dels er der tale om en betydelig tordenskjoldseffekt, hvor det er de samme forskere, der optræder igen og igen (Albæk 2011; Arnoldi 2005; Martin 1991; Wien 2001). Dels synes der at være en klar tendens i retning af, at især samfundsvidenskabelige og humanistiske forskere finder vej til avisernes spalter, mens det sker i langt mindre omfang for forskere fra det naturvidenskabelige, sundhedsfaglige og tekniske område. Det viser både danske (Albæk et al. 2003; Wien 2013) og internationale undersøgelser (Russell 2010: 175).

Parallelt hermed har engelske og amerikanske forskere peget på, at fordi forskere og journalister konstruerer viden efter forskellige og modstridende principper, og fordi de journalistiske nyhedskriterier ikke stemmer særligt godt overens med den videnskabelige verdens normer og standarder, så må man forvente, at samarbejdet mellem dem er vanskeligt, hvis målet er, at journalisten skal formidle forskerens forskning (Peters et al. 2008).

Så umiddelbart synes litteraturen at pege i to forskellige retninger: På den ene side viser den, at forskerne er på som aldrig før, og at samarbejdet med journalisterne går bedre end nogensinde. På den anden side peger forskningen på, at det kun er relativt få individuelle forskere fra særlige fagområder, der er "på", og at samarbejdet mellem forsker og journalist om forskningsformidling er vanskeligt.

Russell tilbyder en forklaring på dette tilsyneladende paradoks: Han hævder nemlig, at forskere kun kan opnå succes i medierne, hvis de følger mediernes spilleregler, som grundlæggende er uforenelige med den videnskabelige verdens normer og standarder (Russell 2010: 173). I forlængelse heraf er det muligt at forme en hypotese om, at det især er de forskere, der kan og vil følge mediernes spilleregler, der er synlige i medierne, mens resten af forskningsverdenen henligger i relativt mediemæssigt mørke.

På denne baggrund satte vi os for at undersøge, hvilken rolle danske forskere i dag spiller i nyhedsmedierne. Undersøgelsen er afrapporteret andetsteds (Wien 2013), og vi vil derfor i det følgende nøjes med at referere til dens hovedpointer og ganske kort skitsere det metodiske set-up. På baggrund af systematiske søgninger i Infomedia over fire måneder udvalgte vi 640 avisartikler, hvor danske forskere blev citeret. Artiklerne blev herefter kodet for 11 forskellige variabler. Når en artikel var kodet, ringede vi først til den journalist, der havde skrevet artiklen og stillede et antal spørgsmål vedrørende:

a) arbejdsrelationen mellem journalisten og forskeren i forbindelse med den konkrete artikel og b) journalistens generelle syn på arbejdsrelationen med forskerne. Derefter kontaktede vi den citerede forsker og stillede et parallelt batteri af spørgsmål. Samplingsmetoden betød således, at det i denne undersøgelse kun var de forskere, der er ”på” i medierne, der blev interviewet. I alt blev 362 journalister og 342 forskere interviewet. Metodisk henter undersøgelsen inspiration fra en række tidligere arbejder, hvoraf Peters klassiske undersøgelse fra 1995 er den væsentligste (Peters 1995).

Undersøgelsen viste for det første, at i mere end 80 procent af de tilfælde, hvor en forsker blev citeret i aviserne handlede artiklen ikke om forskning, og i mange tilfælde var emnet for artiklen kun perifert relateret til forskerens arbejde. Forskerne optræder med andre ord hovedsageligt i rollen som ekspertkilder, der kommenterer dagens nyheder.

Undersøgelsen viste også, at langt hovedparten af de forskere, der optrådte (ca. 70 procent), var fra enten humaniora eller samfundsvidenskab. Den afslørede en betydelig såkaldt tordenskjoldseffekt, idet over 70 procent af de adspurgte forskere hævdede, at de udtalte sig til medierne mindst én gang om måneden. Desuden var både forskere og journalister enige om, at det var journalisten, der havde taget initiativet til kontakten (88 procent af journalisterne svarede, at de havde taget initiativet til kontakten, 94 procent af forskerne bekræftede dette). Journalisterne var ligeledes storforbrugere af forskere som kilder: 80 procent hævdede, at de brugte forskere mindst en gang om ugen. Disse medievanter forskere og forskervante journalister hævdede ikke overraskende, at samarbejdet mellem dem var godt (83 procent af journalisterne og 91 procent af forskerne). En ganske interessant pointe ved undersøgelsen var, at ca. 30 procent af de interviewede forskere havde modtaget formel medietræning, mens blot 6 procent af journalisterne havde modtaget formel undervisning i at formidle forskning.

Denne tidligere undersøgelse tyder dermed på, at de forskere, der optræder i medierne, optræder efter mediernes spilleregler, og hvis det er sandt, at disse ikke er forenelige med forskningens spilleregler, så røres der herved ved et ganske interessant problem for forskningen og formidlingen af samme.

Design og data

Derfor satte vi os for at foretage et eksperiment, hvor en forsker med ingen eller kun relativt beskeden medieerfaring og en journalist med ingen eller kun relativt beskeden erfaring med formidling af forskning sammen skulle skrive en artikel til regionalavisen Fyns Stiftstidende om forskerens forskning. Der blev udvalgt 10 forskere fra forskellige discipliner indenfor humaniora, samfundsvidenskab og naturvidenskab. Forskerne repræsenterede fagområder, som normalt ikke har en let adgang til medierne. Da forsøget var baseret på forskernes frivillige deltagelse var mulighederne for at bestemme præcist hvilke fagområder, der skulle repræsenteres, begrænsede. Ligeledes var det begrænset i hvor høj grad, der kunne skeles til, hvor let eller vanskeligt forskerens forskning ville være at formidle. Fælles for alle de forskningsprojekter, der indgik i forsøget var dog, at de enten var langt fremskredet, i afslutningsfasen eller afsluttet inden forsøget startede.

Vi ansatte 6 cand. public. studerende. De cand. public.-studerende er færdiguddannede journalister i færd med en akademisk overbygningsuddannelse og har som minimum 12-18 måneders praktisk journalistisk erfaring bag sig. Flere af dem havde

desuden i kortere eller længere perioder været ansat ved avisen og kendte dermed både den, dens redaktionelle processer og dens publikum godt.

Vi ansatte de studerende i hver 30 timer, så vi var sikre på, at der var rigeligt med tid, og vi lod bevidst rammen være meget fri: Der blev givet en omfangsmæssig grænse på ca. 650 ord pr. artikel, og der blev sat en deadline ca. en måned senere, ligesom både journalister og forskere var informeret om, at artiklerne skulle udarbejdes med henblik på publicering i *Fyens Stiftstidende*. Dette kan synes som en metodisk svaghed, da det begrænser mulighederne for at generalisere vores konklusioner. Denne svaghed er dog uundgåelig, da det var nødvendigt for både forskere og journalister at have et konkret medie og dets målgruppe for øje under arbejdet med artiklen (se også fodnote 2).

Der blev ikke givet anvisninger vedrørende genre, emne, stil, eller hvilken sektion artiklen skulle rettes mod. Der blev heller ikke givet anvisninger på, hvordan de to skulle samarbejde. Det var et bevidst metodisk valg. Vi ønskede jo netop, at det skulle være et samarbejde, hvor forskeren havde rige muligheder for at sætte dagsordenen. Havde vi sat en formmæssig ramme, ville forskeren have været tvunget til at indordne sig under den, og en sådan ville have været sat på avisens betingelser.

Vi var i første omgang ikke interesseret i de artikler, der blevet skrevet, men fokuserede på processen som en mulighed for at indsamle data, der kunne give indsigt i, hvordan forsker og journalist oplevede situationen, og hvilke strategier og hvilke værktøjer de hver især brugte til at omgås hinanden og løse opgaven. Der blev gennemført separate semistrukturerede interview (Kvale & Brinkmann 2009) med henholdsvis forsker og journalist før og efter processen med at skrive artiklen. Inspireret af aktionsforskning (Somekh 2006) blev forsøget gennemført i to omgange. I første omgang med seks journalister og seks forskere. Herefter fulgte en session, hvor avisens samfundsredaktør gav efterkritik og coachede journalisterne, hvorefter eksperimentet blev gentaget med fire af de seks journalister og fire nye forskere. Vores forsøg resulterede i ni – og ikke som forventet 10 – journalistiske artikler, der handlede om forskernes arbejde. Den 10ende artikel blev aldrig skrevet, da hverken journalisten eller forskeren – trods gensidig velvilje og sympati – kunne finde en medieegnet (angrebs-)vinkel.

Alle interview og træningssessionen blev optaget, transskriberet og deltagerne anonymiseret. Efterfølgende blev der foretaget en åben kodning af de transskriberede interview og på den baggrund er analysen foretaget (L.B. Andersen, Hansen, & Klemmensen 2012; Lindlof & Taylor 2002).

Analyse

De gode viljer

Formålet med denne artikel er som nævnt, at gøre op med forestillingen om, at såfremt man bringer en forsker og en journalist sammen, og begge parter er velvillige, så er de sammen i stand til at formidle forskerens forskning. Derfor er udgangspunktet for analysen at påvise, at parternes velvilje var til stede: Vi fandt den hos både forskerne, journalisterne og hos mediet. Tre citater fra interview før artikelprocessen gik i gang underbygger denne påstand.

En af forskerne udtrykker det sådan:

Forsker: [...] de fleste [forskere] skal nok have sådan et lille skub.

Interviewer: Jo, jo, fordi man egentligt gerne vil [formidle sin forskning] ikke?

Forsker: Ja, for jeg synes, at det er umådeligt vigtigt, ikke også?

Jørgen, Humaniora 1

En journalist udtrykker det sådan:

Interviewer: [...] hvorfor du gerne vil være med i det her projekt?

Journalist: Fordi forskere og journalister kan bruge hinanden – derfor. Fordi jeg har en tro på, at vi kan samarbejde: De kan lære af os, eller vi kan hjælpe dem med nogle formidlingsværktøjer, som de måske ikke har haft øje for.

Johannes, Journalist 1

At det på trods heraf ikke lykkes at skabe nogle forskningsformidlende journalistiske produkter kunne jo så skyldes, at parterne mistede velviljen, da de mødtes. Men kun i et enkelt tilfælde tilkendegiver forskeren, at samarbejdet med journalisten ikke har fungeret optimalt. Alle øvrige forsøgspersoner udtrykker sympati og respekt for deres partner og dennes faglighed og udtrykker også efter forsøget, at de gerne vil arbejde videre med formidling af forskning til den brede befolkning.

Heller ikke hos avisen mangledede der velvilje: I den session, hvor avisens samfundsredaktør gav efterkritik og coachede, sagde han indledningsvis:

[...] jamen altså det er jo en fandens rolle jeg er havnet i, fordi jeg er kommet til at skrotte jer alle sammen, og jeg burde jo så kunne fortælle jer, hvad I så skal gøre i stedet for, og det kan jeg faktisk ikke, [...]. Vi har ellers et erklæret mål på Fyens Stiftstidende om, at vi gerne vil have flere af denne her type artikler, eller i hvert fald det her stof – populærvidenskab – i avisen. Så vi vil gå meget langt for at få det inden for skydeskiven, [...]. Fyens Stiftstidende [...] vil rigtig gerne, og min chefredaktør har jo støttet det her projekt og har måske ligefrem opfordret til, at der blev sat noget af den her slags i gang, så på alle måder, også hjemme på avisen, ville det have været nemmest at trykke det og sige, at det var nydeligt....

Redaktøren

Med andre ord blev resultatet af vores eksperiment – set fra et journalistisk produktperspektiv – ret nøje det samme, som resultatet af Galathea3 ekspeditionen.² For vi kan konstatere, at det ikke lykkedes at skabe nogle journalistiske produkter, der var åbenlyst velegnede til at gengive i avisen, og vi har for så vidt hermed vist, at parternes vilje til forskningsformidling ikke i sig selv er nok.

Men bag denne konstatering ligger spørgsmålet om, hvorfor det ikke lykkedes. For at nærme os et svar herpå vil vi indledningsvis se nærmere på redaktørens kritik.

Redaktørens kritik

I den session, hvor redaktøren gav efterkritik, kredsede han om en række problemer i forbindelse med sprog, genvalg og form. Især kritikken af sproget og genvalget var meget kontant.

[Artiklerne lider under] vakkende disponering kombineret med pludselige anfald af svulstig selvpromovering og teatraliske kreative forfattetilløb, [...]. [En yderligere grund til, at artiklerne ikke kunne trykkes er], at genrerne slet ikke er overholdt

i nogle af de her [...], vi starter med noget reportage [...], så kommer der en lille faktaoplysning om, hvad det her ellers handler om, og så tager forskeren krafteder-mame ellers ved Fanden og taler sig fuldstændig tom i citater og til sidst, når man ikke kan finde på noget at citere ham for mere, så laver man ellers lige et portræt af manden, så vi er altså både i gang med reportage og interview og portræt og videnskabshistorie i langt de fleste af historierne på en gang. Det holder aldrig.

Redaktøren

Kritikken er, som det fremgår, primært rettet mod journalisterne, og de forsvare sig i den efterfølgende diskussion med redaktøren og under de efterfølgende individuelle interview med, at de – fordi deres traditionelle journalistiske værktøjer ikke passede til opgaven – forsøgte at bruge dem kreativt. Nedenstående eksempel fra en artikel er medtaget som illustration af denne pointe og viser, hvordan det tager sig ud i praksis. En journalist, der har fået til opgave at formidle forskning i kvantemekanikkens filosofi indleder sin artikel med ordene:

Spring ud i kvantemekanikken

Det er nemmere at forholde sig til en jordbærtærte fra bageren. Alligevel bør vi give kvantemekanikken en chance, mener forsker[...]

Kvantemekanik. Uha, det er én eller anden underlig fysisk teori, tænker du måske. Men hold fast. Forestil dig, at du står under bruseren og tager bad. Du mærker vanddråberne løbe ned langs armene og hører vandet boble i afløbet. Du ser også dampen, der stiger op og dugger spejlet til i badeværelset. Det er en scene fra din hverdag, den virkelighed, som dine sanser opfatter. Virkelighedens verden består imidlertid også af elementer, som ikke er umiddelbart synlige. Med et avanceret mikroskop kan vi for eksempel se, at vand består af enheder, der er meget mindre end vanddråber. Nemlig vandmolekyler, som igen er sat sammen af mindre atomer. Det er atomerne og deres byggesten, kvantemekanikken drejer sig om.

Julia, Journalist

Hensigten med anslaget er at fange læserens opmærksomhed: Journalisten anvender i de to første sætninger et zeugma, hvor to ord eller begreber, der ikke har noget med hinanden at gøre sidestilles for at skabe en overraskende eller dramatisk effekt. Gennem den efterfølgende brusebadscene beskriver journalisten noget, som alle kender og søger dermed at skabe identifikation med den læser, hvis opmærksomhed hun håber at have fanget med sit zeugma. I resten af artiklen blander hun interview, reportage og portræt, fordi ingen af de velkendte journalistiske genrer i deres rene form synes særligt velegnede til den historie, som hun vil fortælle. Redaktørens kritik er dermed berettiget for så vidt, at hans opgave er at sikre, at de journalistiske værktøjer anvendes på traditionel vis, men det er ikke genremæssig usikkerhed, der er årsagen til at journalisten blander dem, eller laver ”kreative forfatteritilløb” – tværtimod, så synes det at ske i erkendelse af, at de traditionelle journalistiske værktøjer ikke rækker.

Redaktørens kritik af formen glider over i en mere indholdsmæssig kritik. Det bliver her klart, at det er en grundlæggende præmis for redaktøren, at læserne skal fanges, fordi de i udgangspunktet ikke er interesseret:

[...] historierne [er] stort set alle sammen umotiverede, der er ingen verdens grund til, at læseren skal gå i gang med de her historier, de kommer jo ud af den blå luft.

Altså, situationen er jo, at man sidder og læser en avis, og man har ikke tænkt sig at læse om flagermus for eksempel. Hvis man havde tænkt sig at læse om flagermus, så ville man google dem, eller gå på biblioteket, hvis man har noget som helst behov for at vide noget om flagermus, så vil man søge andre steder, og det vil næppe være Fyens Stiftstidende, som man griber ud efter, for at få den viden, man mangler [...].

Redaktøren

Redaktøren fortsætter med at argumentere for, at artiklerne skal forsynes med en ”krog”, der kan fange læseren. De kroge, som han foreslår journalisterne at bruge er: Enten at vise, at artiklens emne er aktuelt (dvs. er på mediedagsordenen), at emnet er sensationelt eller at artiklen giver læseren har en oplevelse af identifikation. Det sidste kan gøres enten ved at ”pakke historien ind i mennesket” altså muliggøre, at læseren identificerer sig med forskeren, eller ved at skabe en lokal forankring dvs. ”Fyn-ifisere” historien, eller gennem en ”News-you-can-use”-historie at tydeliggøre hvordan læseren umiddelbart kan anvende den viden han får, hvis han læser artiklen. At skabe en krog, der kan fange læseren er i redaktørens optik således ensbetydende med, at artiklen skal leve op til et eller flere af de traditionelle nyhedskriterier VISAK (Meilby 1996; Schultz 2007).³

Aktualitet og sensation

Nyhedskriterierne er naturligvis velkendte for journalisterne, og flere af forskerne tilkendegiver også kendskab hertil. Men problemet er, at forskningen kun sjældent kan underlægges disse kriterier. Eksempelvis kunne ingen af journalisterne finde nogen temaer hos de 10 forskere, der knyttede an til den øvrige mediedagsorden og dermed var aktuelle. Nedenstående citat er hentet fra anden forsøgsrunde, dvs. efter at redaktøren har præciseret behovet for en ”krog” og i dette tilfælde aktualitet. Forskeren beretter, hvordan han og journalisten sammen søgte efter et velegnet emne.

Forsker: [...] da hun [journalisten] så ligesom vendte tilbage og sagde: Ahh det er måske lidt svært at finde en krog her. Og der var hendes konklusion, som jeg i øvrigt er enig i, at den undersøgelse, den var for gammel, den er fra 2010. Så havde jeg noget andet, noget mere langhåret, noget med hvilke sanktioner man egentlig har i finanstillsynet. Der var igen – det var et interessant emne – men vi kunne ikke finde noget i forhold til Fyens Stiftstidende, hvad der var interessant for dem. [...] Jeg synes hun gjorde det rigtig godt, men vi kunne ikke finde det, der ligesom skulle til.

Niels, Samfundsvidenskab 3

I det ovenstående eksempel ender journalisten og forskeren med at opgive. De kan ganske enkelt ikke finde en aktualitets-krog i denne forskers arbejde. Gennem flere af interviewene lægger både forskere og journalister – men især journalisterne – afstand til aktualitetskriteriet og anfægter dets relevans i forhold til forskningsformidling. En journalist reflekterer over problemet med at skabe aktualitet således:

Interviewer: Men synes du, at de [nyhedskriterierne] ville være relevante kriterier at lægge ned over forskningsformidling?

Journalist: Nej, egentlig ikke, det er jo ikke nødvendigvis super vigtigt, at det er aktuelt. Men det er jo meget sådan, det fungerer i medierne, at man gerne vil have den der krog at binde det op på, altså den her nyhedsvinkel.

Torben, Journalist 2

Journalisten anfægter altså aktualitetens relevans i forhold til forskningsformidling, men erkender samtidig, at uden aktualitet kan mediernes behov ikke tilfredsstilles. Denne erkendelse peger i retning af, at Russell kan bekræftes i, at forskere kun kan opnå succes i medierne, hvis de følger mediernes spilleregler (Russell 2010: 173).

En anden journalist giver udtryk for, at aktualitetskravet er for vanskeligt at leve op til i forbindelse med forskningsformidling og foreslår i stedet en udvidelse af nyhedskriterierne. Intervieweren spørger om de traditionelle nyhedskriterier er tilstrækkelige – journalisten svarer:

Journalist: Ja, altså vi mangler lidt et nyhedskriterium, der hedder ”dybde” ikke, eller ”niche” eller et eller andet, fordi det er meget sådan noget med aktualitet...

Julia, Journalist 2

Det alternativ, som redaktøren giver journalisterne som krog, er ”sensation”. Men også dette volder det en del vanskeligheder at imødekomme under eksperimentet. Især journalisterne reflekterer herover. En journalist udtrykker det således:

Journalist: Der kan jo godt være sensation i forskning, men der er jo bare rigtig meget forskning, der ikke er sensation i, fordi det er et længerevarende projekt, så den der ”sensation” lever det ikke altid op til [...].

Julia, Journalist 2

Med andre ord, sensation er ikke – altid – iboende i forskningen. Så hvis sensation skal bruges til at fange læseren, må det ofte skabes kunstigt, eksempelvis ved at et særligt område af et forskningsfelt fremhæves, og tillader man det som forsker, bevæger man sig på kanten af den videnskabelige verdens normer og standarder (Russell 2010: 173). Journalisterne selv lægger også afstand til at skabe sensation i forbindelse med forskningsformidling. En journalist beskriver det sådan her:

Journalist: Ja, så vil man gerne give den ”skrue”, fordi... ja... øh... det er jo desværre sådan, for der er vi lidt prægede af, at der skal være en eller anden form for sensation, og vi er lidt styret af de der nyhedskriterier, hvilket jeg synes er lidt ærgerligt.

Anna, Journalist 1

Skulle journalisterne på trods heraf alligevel søge at skabe sensation, vil de blive mødt af modstand fra forskerne, der på forhånd er negativt indstillede overfor sensation som nyhedskriterium. En forsker udtrykker det således:

Forsker: [...] og den der evige sensationsjagt, den bliver jeg simpelt hen så træt af [...] og jeg er træt af] den der sensationslyst, og den der, ”Nu skal vi gøre det hele til drama og til soap og til krimi”, eller hvad det er for en genre, de bevæger sig rundt i, de der nyhedsformidlingsprogrammer. [...] Og så kan det godt ske, at det er en sensation, at man kan få to verdenskendte forskere til at stå og kaste med mudder på den måde der, [...men] det synes jeg sgu er forfladende og [...] useriøst altså!

Sofia, Samfundsfag 1

Da forskningsformidlingen kun vanskeligt kan ske med mindre forskeren er med og samarbejder, så kan journalisten altså risikere at gøre sig selv ude af stand til at løse opgaven, fordi han kan miste forskerens velvilje, såfremt han forsøger at benytte sensation

som nyhedskriterium. Og endelig er der ganske store forskelle på, hvad journalisterne og forskerne oplever som sensationelt:

Journalist: [...] hun [forskeren] sagde også: Nej, så fandt vi ud af, at der var to slags dværgflagermus. Nå, sagde jeg så, ja, det var da epokegørende. Og så kom jeg også til at sige, hvorfor er det lige, at det er så spændende, ikke? Og man kan bare se, at de der forskere de tænker: Er du da fuldstændig vanvittig?

Anna, Journalist 2

Men det betyder ikke, at sensation og aktualitet ikke finder anvendelse som kriterier i forskningsformidling i medierne. Tvært i mod. Flere af vores interviewpersoner beretter om andre situationer, hvor de har haft succes i medierne. I de tilfælde er det kendetegnende for den forskning, der formidles, at netop de kroege – aktualitet, sensation, identifikation – som redaktøren foreslog finder anvendelse: En af forskerne beretter om, hvordan hans forskningsenhed ved et tilfælde fik en del medieopmærksomhed på et hjørne af et forskningsprojekt, der viste sig at være aktuelt og sensationelt.

Forsker: [...], vi har haft nogle ”sællert” [succeser i medierne], det ene var da vi udviklede en robot baseret på firbenets øre, og så var det så det, som pressen gik lidt i selvsving over. Det var de mulige anvendelsesmuligheder for sådan en lydlokaliserende robot, ikke? Og på et eller andet tidspunkt var vi – hehe – kommet til at sige, at vi undersøgte, om man kunne bruge den til at lokalisere piratskibe med – hehe – og det var lige på den tid for et år siden, og så gik det jo lidt ud af en tangent der, men vi fik meget presse på den robot.

Peter, Naturvidenskab 1

Oplevelsen af den første ”sællert” gjorde biologens forskergruppe klar over sensationernes potentiale for at skaffe medieopmærksomhed, og herfra begyndte gruppen bevidst at arbejde på at skaffe sig medieopmærksomhed. Forskeren fortæller om, hvordan det lykkes i anden omgang også:

Forsker: Vores anden ”sællert” var sådan set her i efteråret, hvor vi havde undersøgt hørelsen hos lungefisk og lavede en formidlingsapproach baseret på, at det giver information om vores forfædres hørelse, ikke? Og det viste, at vores forfædre var stendøve – hehe – og den der ”bite” der, den slog an: Vores forfædre var stendøve. Den ligger derude [på internettet] i temmelig mange versioner, men det var sådan set os selv, der henvendte os med en pressemeddelelse.

Peter, Naturvidenskab 1

I forbindelse med forskergruppens anden ”sællert” synes det i mindre grad at være aktualitet kombineret med sensation, der skaber medieopmærksomheden. I stedet knytter denne historie sig tættere til sensation kombineret med identifikation: Historien fortæller noget om læserens forfædre. Forskeren beretter i øvrigt i denne forbindelse om, hvordan universitetets presseafdeling aktivt var med til at vinkle og ”sælge” historien til de relevante medier.

Identifikation

En tilsvarende kombination af sensation og identifikation kan en samfundsvidenskabelig forsker, der også har haft en ”sællert” berette om. Hun forsker i psykisk arbejdsmiljø

og bliver på et tidspunkt mere eller mindre tilfældigt opmærksom på, at sladder har (/ kan have) en gavnlige virkning på det psykiske arbejdsmiljø. Denne pointe rummer et element af sensation, da det umiddelbart strider mod den gængse opfattelse af sladder, og da det ligeledes er let at skabe identifikation (både i dimensionen News-you-can-use og i forhold til genkendelse af hverdagen), skabte ”sladder-vinklen” en del medieopmærksomhed om hendes forskning.

Interviewer: Men skete der i virkeligheden det, at et aspekt af det, du forsker i, pludselig blev hovedhistorien?

Forsker: Ja, men det er ikke meget anderledes end den måde, jeg ligesom kom ind i ”sladder” på, for det var også et aspekt af det, jeg egentlig forsker i, som jo nu betyder, at jeg vil have sladder frem som en primær ting, så det har været en spændende rundtur, og en rundtur jeg aldrig var kommet rundt på selv, så der kan man jo sige, at forskningen bliver hjulpet af [medie-]interessen for sladder.

Janne, Samfundsfag 1

Men alle de tre ovennævnte eksempler på ”sællerter” opstår ikke som et resultat af, at en forsker og en journalist sætter sig sammen for at formidle forskerens forskning, men fordi et hjørne eller aspekt af forskerens forskning pludselig viser sig at have et iboende potentiale i kraft af at leve op til et eller flere af nyhedskriterierne.

Det er langt vanskeligere – så at sige umuligt – når kriterierne ikke er iboende, men forsøges fremelsket af journalisten i løbet af processen: Den unge journalist, der havde til opgave at skrive om kvantemekanikkens filosofi forsøgte at skabe identifikation ved at lade artiklen rumme elementer af portræt og foreslog i den forbindelse også, at artiklen skulle forsynes med et billede af forskeren *in action*. Journalisten fortæller om den situation:

Journalist: [...] fordi vi snakkede meget om, hvornår han filosoferer til hans forskning, og så sagde han, at han gik tit en tur, og det skete også tit, når han var ude og handle, og han gik også tit ned til stranden og sad i en klit et eller andet sted, og så sagde jeg til ham, at så kunne det jo være fedt at have et billede i en strandklit, for det er sådan meget lidt barskt natur, og så sidder han og tænker som filosofen, ikke? Men, øh, så blev det lidt til, at han satte lidt personlige grænser for, hvad vi fotograferede, for nogen af de ideer jeg havde, tror jeg, han synes var lidt for tossedede, og det havde han ikke lyst til. Så der måtte vi lave et kompromis, og så sagde han, at et billede nede ved Odense Å eller et eller andet ude i skoven ved universitetet, det var han med på, men han gad ikke et eller andet, hvor han skulle stille op og gå tur og blive fotograferet eller sådan noget.

Julia, journalist 2

Dette forsøg fra journalisten på at skabe identifikation med læseren ved at afbillede/ beskrive personen opleves grænseoverskridende af forskeren, som beskriver den samme situation således:

Forskeren: [...] for hvis det så at sige skal være så populært og underholdende, at det kan læses af alle, jamen, så handler det ikke længere om forskning, men om personen eller sådan noget, altså for eksempel var der også en ide om i mit tilfælde, at der skulle laves et fotografi, og det skulle være noget med, at jeg sprang fra den ene sten til den anden, og det skulle så være et kvantespring, og det nægtede

jeg så, fordi jeg synes, det var simpelthen for pinligt, ikke?

[...]

De [journalister og store dele af befolkningen] har en helt forkvaklet opfattelse af, hvad forskning er, ikke? Og den vil jeg rigtig medvirke til at viderebringe, ikke? Svarende til at jeg skulle springe rundt fra den ene sten til den anden, ikke? Og ligesom, at jeg havde fået en ide, ikke? Ja, det er interessant, hvis det er Einstein. Det er ikke interessant, at jeg sidder ved en strand, vel? Det er det altså ikke! Så det der personlige, det kan godt være, at der er nogen, der synes, det er interessant, men jeg tror nok, at de fleste ville sige, at det ikke er det, der interesserer dem, og de vil ikke have deres privatliv ud og sådan!

Jørgen, Humaniora 2

En anden måde at skabe identifikation er som nævnt at give historien en lokal vinkel. Heller ikke det er særligt let: Når et nyt forskningsfelt opstår, sker det som regel med udgangspunkt i, at et synligt problem i samfundet søger en løsning. I begyndelsen vil de spørgsmål, som forskningen søger svar på derfor være lette at forankre i det omkringliggende samfund. Men langsomt, mens forskningsfeltet modnes og mere og mere viden opbygges, vil forskningens problemstillinger bevæge sig længere og længere væk fra det oprindelige udgangspunkt, og afstanden mellem forskningsfeltet og hverdagslivet blive større og større. Samtidig hermed bliver det også sværere og sværere for mennesker udenfor den videnskabelige verden at forstå, hvad forskerne skriver (Russell 2010:19ff). Og da konkurrencen inden for forskningen skærpes, og da den i stigende omfang internationaliseres, vil forskerne være tilbøjelige til at rette projektøren mod eksempler og cases, som peger ud mod det internationale forskermiljø og derfor væk fra det lokale nærmiljø. En forsker beskriver, hvordan hans forskning godt kunne eksemplificeres vha. Jyske Bank, men ikke gennem den lokale Fionia Bank:

Forsker: [...] men det som jeg blev fortalt, det var at [...] det skal gerne have en lokal krog, og det er klart, at det har Jyske Bank ikke, og jeg ville heller ikke være med til at vinkle det ift. en eller anden bestemt kunde, og det kunne vi i fællesskab ikke finde den rette indgangsvinkel til...

Niels, Samfundsfag 1

For både forskerne og for journalisterne enten er – eller også bliver det – klart i løbet af processen, at aktualitet, sensation og identifikation er vanskelige – måske endda umulige – kriterier at imødekomme i forbindelse med forskningsformidling, og at opgaven – sådan som redaktøren definerer den – ikke kan løses.

Alligevel udtrykker de alle entusiasme og vilje til fortsat at arbejde med forskningsformidling i nyhedsmedierne. Det hænger sammen med, at hverken journalister eller forskere er enige med redaktøren i, at aktualitet, sensation og/eller identifikation er afgørende for, at læseren bliver fanget. De antager nemlig, at læserne i udgangspunktet *er* interesserede og derfor ikke behøver at fanges. En af journalisterne udtrykker det således:

Journalist: [...] det virker som om Fyens Stiftstidende ikke tror, at de har læsere, der ville synes, at det var interessant at læse om nogle klokkefrøer, som kan høre ned gennem hjerneskallen.

Interviewer: Tror du, at de har ret i det?

Journalist: Nu bliver det jo meget subjektivt, men nej, det tror jeg ikke, at de har. For hvis jeg læser om forskning i Weekendavisen, så synes jeg jo nogle gange, at der kunne godt komme sådan en artikel angående klokkefrøen, ikke?

Anna, Journalist 3

En tilsvarende formodning om læserne har forskerne, og referencepunktet er også i dette eksempel Weekendavisens tillæg ”Ideer”

Forskeren: [...] jeg tror, at det [Weekendavisens tillæg Ideer] er en klog satsning, for det er sådan noget folk gerne vil læse, altså folk vil gerne lære noget, og det er ikke kun om nyheder indenfor forskning, det er også om, hvordan fungerer samfundet, og hvordan fungerer en cykel, eller binyrebarken eller sådan et eller andet, ikke? Det tror jeg faktisk, at folk enormt gerne vil vide noget om.

Peter, Naturvidenskab 2

I journalisternes og forskernes forståelse vil forskningsformidlingen lykkes, og afstanden mellem den videnskabelige verden og det omgivende samfund mindskes, når blot det lykkes at transmittere videnskabelige nyheder til offentligheden gennem medierne. Offentligheden skal oplyses og uddannes gennem forskningsformidlingen. I denne forståelse er medierne både forudsætningen for og i et vist omfang også forhindringen for, at forskningsformidlingen lykkes. I litteraturen om forskningsformidling kaldes dette for PUS-paradigmet (Public Understanding of Science). Denne forståelse af forskningsformidling som værende envejs og gående via medierne problematiseres bl.a. af Sanden & Meijman (2008), der anklager den for at være udtryk for en tankpasserpædagogisk tænkning, fordi den forudsætter en offentlighed, der er villig til passivt at lade sig undervise og ikke kræver at blive involveret og engageret.

Det er især hos forskerne, at denne forståelse af forskningsformidlingen træder frem. En forsker beskriver det sådan:

Forsker: Ja, hvad er vores formål med det [forskningsformidling], altså det idealistiske ville jo være at sige, at det er folkeopdragelse, ikke? Folkeoplysning...
[...]

Interviewer: Så det [forskningsformidling] er med til at vække noget nysgerrighed på en eller anden måde?

Forsker: Det kan man jo håbe på, ikke? Altså det grundlæggende sigte, eller det grundlæggende formål med at gøre sådan noget her, det er jo at vække opmærksomhed omkring, at grundforskning er vigtig, ikke? Og det er jo et synspunkt, der er uddøende i Danmark.

Peter, Naturvidenskab 1

Men i forskernes optik er det en forudsætning for at kunne uddanne andre, at man selv er uddannet, og derfor ser nogle af forskerne det som nødvendigt at uddanne journalisten først. Til det formål gav flere af forskerne deres journalist et antal tekster, som de bad vedkommende læse som forberedelse til et egentligt møde. Journalisterne læste pligtskyldigt teksterne, og i det omfang forskeren fik indtryk af, at journalisten havde forstået teksterne, høstede journalisterne forskernes respekt:

Forsker: [...] han [journalisten] var meget interesseret og virkede utrolig skarp, da han kom ind på mit kontor, og jeg havde faktisk også indtrykket af, at han ville

det rigtig gerne, og han gjorde også det rigtige: Jeg gav ham noget tekst, noget jeg selv havde læst og ligesom banebrydende tekster indenfor mit felt [...], og så gav jeg ham nogle nyere tekster, som ligesom er bygget ovenpå de gamle, og dem læste han så, og han læste mine to artikler, jeg gav ham, en, som lige er blevet publiceret, og en der er undervejs, og vi ringede så sammen, og jeg kunne høre, at han havde forstået dem. Der var overhovedet ikke noget galt med pæren på ham.

Morten, Samfundsvidenskab 2

I et andet tilfælde holdt forskeren en forelæsning af et par timers varighed:

Journalist: [...] det var virkelig, virkelig spændende. Han snakkede i flere timer, hvor han sad og fortalte om det kun for mig, og jeg kunne stille så mange spørgsmål, jeg ville, og det var virkelig, virkelig godt.

Julia, Journalist 2

Det bliver med andre ord forskerens spilleregler, der bliver styrende for processen, og de er på dette punkt klart i modstrid med mediernes spilleregler: For ingen dagbladsjournalist ville kunne finde tiden til at læse tekster i det omfang eller lytte til en forelæsning af to timers varighed for at skrive en enkelt artikel på 650 ord. Og formentlig netop *derfor* lykkes det ikke at skabe forskningsformidlende journalistik: Mediernes spilleregler – her manifesteret som de journalistiske nyhedskriterier – vil som oftest modarbejde forskningens spilleregler:

Interviewer: Men er det så, som du ser det, de journalistiske briller, som simpelt hen modarbejder det, der fra forskningsvinklen er relevant skråstreg interessant?
Forsker: Ja, jeg tror, det som der sker, det er jo, at han søger efter noget andet, end jeg ville gøre, hvis jeg skulle skrive et eller andet. Det er ikke, fordi han er blind [...] det er ikke, fordi han ikke vil, han ved godt, hvad han skal, det er en ramme, og inden for den ramme, der skal billedet altså skæres [...]

Interviewer: Det er de der nyhedskriterier?

Forsker: Ja, [...men, dem skal han jo bruge ellers er] det er jo det samme, som hvis man skrev et eventyr uden tallene syv og tre ikke? Det kan man ikke, for de hører bare med i eventyr, det hører med, at der er tre ting man skal gøre, ikke? Og der er syv nætter.... det hører med!

Morten, Samfundsfag 2

Konklusion

Vores forsøg med at skabe 10 forskningsformidlende artikler, der umiddelbart lod sig publicere i den lokale avis, mislykkedes. Men bevæger man sig bag denne konstatering og ser nærmere på, hvorfor det mislykkedes, så tyder vores eksperiment på, at Russell har ret, når han hævder, at en forudsætning for at forskerne kan opnå succes i medierne er, at de spiller efter mediernes spilleregler (Russell 2010: 173). For allerede ved mødet med de journalistiske nyhedskriterier, som kun udgør en delmængde af mediernes spilleregler, fejler journalisterne forsøg på at formidle forskning på de betingelser som forskerne og journalisterne kan enes om.

I en tidligere undersøgelse har Wien vist, hvordan forskernes synlighed i medierne er stigende, men at denne succes er opnået ved, at forskere fra især samfundsvidenskab

og humaniora udtaler sig til medierne i rollen som eksperter indenfor dagsaktuelle emner og i situationer, hvor det er journalisten, der tager initiativet og sætter dagsordenen (Wien 2013). Når samspillet mellem journalister og forskere på denne måde sker efter mediernes regler, synes det let og relativt uproblematisk for begge parter: For så kan forskerne passes ind under velkendte journalistiske formater (fx ekspertkildeformatet), de traditionelle journalistiske genrer (baggrund, nyhed) og de journalistiske nyhedskriterier (VISAK). Dermed rokker denne undersøgelse ved forestillingen om, at journalister ved hjælp af den traditionelle journalistiske ”værktøjskasse” uden videre kan hjælpe forskeren med at formidle hans forskning. Helt så let er det tydeligvis ikke.

For når ”bøtten vendes” som i dette eksperiment, dvs. når emnet skal søges med udgangspunkt i forskerens arbejde og ikke et dagsaktuelt emne, og initiativet derfor ikke direkte ligger hos journalisten eller er styret af mediernes dagsorden, så slår den journalistiske værktøjskasse ikke længere til: De journalistiske nyhedskriterier ligger ikke lige for og må skabes kunstigt eller findes i et hjørne af feltet. De journalistiske genrer er ikke egnede og må blandes, og journalisten tvinges ud i en rolle som folkeoplyser, som han ikke er uddannet til. Med andre ord: Dette forsøg tyder på, at også Peters har ret, når han og andre hævder, at forskere og journalister konstruerer viden efter forskellige og modstridende principper, og at det derfor er meget vanskeligt for traditionelt uddannede nyhedsjournalister at formidle forskning (Peters et al. 2008).

Vi har altså med vores eksperiment vist, at forestillingen om, at al forskning kan formidles af journalister under anvendelse af deres journalistiske værktøjer, er naiv: De traditionelle journalistiske værktøjer passer bedst til det, de er skabt til: Nyhedsjournalistik. Hvis forskningsformidling i massemedierne skal lykkes, må der skabes andre værktøjer. En af journalisterne giver under interviewet et bud herpå.

Interviewer: Tror du, det vil kræve en udvidelse af nyhedskriterierne at få forskningsformidling sådan rigtigt lukket ind?

Journalist: Ja, altså vi mangler lidt et nyhedskriterium, der hedder ”dybde”, ikke?

Eller niche eller et eller andet, fordi det er jo meget sådan noget med aktualitet.

Julia, Journalist 2

I den forbindelse er det tankevækkende, at Hornmoen (2010) i sin analyse af forskningsformidlingen i norske nyhedsmedier har vist, hvordan avisen VG med en bevidst satsning på forskningsstof i midten af 1980erne skabte en langt bredere dækning af forskning og en dækning, hvor journalisterne ikke blot var mikrofonholdere for forskerne, men også i kraft af en række specialværktøjer var i stand til at skabe en nuanceret dækning af forskningen (E. Andersen & Hornmoen 2011). At udvikle sådanne værktøjer er forskningen i forskningsformidlings vigtigste opgave ikke blot af hensyn til den selv, men af hensyn til den demokratiske dialog om forskningen og dermed også af hensyn til såvel forskningen som det omgivende samfund. Det er invaliderende for både journalistik og forskning, hvis journalisterne ikke har de rette formidlingsværktøjer: Den håndværksmæssige kvalitet bliver ganske enkelt ringe, hvis man ikke har ordentligt værktøj.

Denne undersøgelse efterlader dog også en række ubesvarede spørgsmål. Eksempelvis har vi ikke undersøgt, om der gør sig særlige spilleregler gældende inden for forskningen, der gør formidlingen heraf særlig vanskelig i forhold til øvrig faglig formidling: Ville resultatet være det samme, såfremt en flyveleder, en revisor eller en oversætter blev bragt sammen med en journalist med henblik på formidling af dennes fag?

Vi har heller ikke analyseret hvordan hhv. forskerne og journalisterne oplevede samarbejdet med modparten. Og altså hermed om der gør sig andre og dybereliggende socialpsykologiske forhold gjeldende, der virker hæmmende i forhold til forskningsformidling. Det kan ikke udelukkes at fordomme og (negative) forventninger til samarbejdet parterne imellem kan have haft indflydelse på hvordan de journalistiske produkter udformes.

Og endelig har vi i dette forsøg ikke haft mulighed for at undersøge, hvordan den øvrige del af mediernes spilleregler, altså de spilleregler, der måtte træde i kraft, når redaktøren linder på lågen og lader en historie passere videre, indvirker på processen. Spørgsmålet er om de forskningsformidlende artikler ville blive standset af andre spilleregler længere fremme i processen? Men disse spørgsmål vil vi foreløbig efterlade ubesvarede.

Efter efterkritikmødet med avisens redaktør sad forskningslederen og projektets konsulent og funderede over redaktørens kritik. Lige før mikrofonen blev slukket udspillede følgende ordveksling sig:

Forskningsleder: Det er den der interessante samme oplevelse, at hver gang man forsøger at blande forskning og journalistik, så er det lidt ligesom, når man putter olie ned i en flaske vand og ryster det! Så tænker man: Yes! Nu var den der Men så ... Nej, det var den sgu ikke alligevel!

Konsulent: Det er et godt billede! Måske skulle vi skrive en artikel om det?

Og det har vi hermed gjort og i tilgift fundet frem til en række andre spørgsmål, som vi fremadrettet vil søge svarene på.

Noter

1. Såvel det kvantitative survey som det kvalitative eksperiment er en del af Projektet "Opmærksomhed søges", som er finansieret af det danske Forskningsråd for Kultur og Kommunikation. Vi vil desuden takke Nordicom Informations anonyme reviewere for indsigtfulde kommentarer til en tidligere version af dette manuskript. Endelig vil vi gerne benytte lejligheden til at takke vores forskerkolleger og de cand. public. studerende ved SDU, fordi de tog sig tid til at deltage i dette eksperiment.
2. At de journalistiske artikler ikke finder plads i avisen kunne jo også skyldes en lang række andre faktorer. Fx at journalisterne ikke var tilstrækkeligt velinformerede om avisens redaktionelle linje, men som nævnt havde flere af journalisterne arbejdet for den pågældende avis. Desuden indgår det som en væsentlig del af journalistuddannelsen at undervise de studerende i netop, hvordan de målretter deres produkter mod de enkelte medier. Det er især vigtigt for free-lance journalister, og alle journalisterne i dette forsøg havde i kortere eller længere perioder arbejdet free-lance. Det kunne også skyldes, at den pågældende redaktør var særlig kritisk, men for det første blev artiklerne også forelagt redaktøren for det førende danske populærvidenskabelige magasin (Illustreret Videnskab), for det andet fik journalisterne lov til selv at sælge artiklerne efter, at de var blevet afvist af redaktøren, når blot de meldte tilbage, om det var lykkedes. Ingen af journalisterne har i skrivende stund [ca. et år efter deadline] meldt tilbage. Men da journalisterne ville kunne have tjent på at afsætte, artiklerne har vi grund til at formode, at det har været forsøgt.
3. Væsentlighed, Identifikation, Sensation, Aktualitet og Konflikt. Redaktøren udelader dog kriteriet konflikt idet han mener, at en konflikt mellem to faglige synspunkter kun sjældent vil fange læserne. Væsentlighedskriteriet nævnes ikke, men det er nærliggende at formode og væsentlighedskriteriet antages at være en grundforudsætning.

Anvendt litteratur

- Albæk, E. (2011) The Interaction between experts and journalists in news journalism. *Journalism*, 12(3), 335-348.
- Albæk, E., Christiansen, P.M., & Togeby, L. (2003) Experts in the Mass Media: Researchers as sources in Danish Daily Newspapers 1961-2001. *Journal of Mass Communication Quarterly*, 80(4), 937-948.

- Andersen, E., & Hornmoen, H. (2011) Mediating Science in Norway: Practices and transformations in Major Newspapers. *Media Transformations*, 5, 88-104.
- Andersen, L.B., Hansen, K.M., & Klemmensen, R. (2012) *Metoder i Statskundskab*. København: Gyldendal.
- Arnoldi, J. (2005) *Den offentlige ekspert*. København: Samfundslitteratur.
- Bauer, & Gregory (eds.) (2007) *From journalism to corporate communication in post-war Britain*. New York: Routledge.
- Bubela, T.M., & Caulfield, T.A. (2004) Do print media “hype” genetic research? A comparison of newspaper stories and peer-reviewed research papers. *Canadian Medical Association Journal*, 170(9), 1399-1407.
- Ebdrup, N. (2008) Naturvidenskaben må svare igen, 13-12-2012, from <http://videnskab.dk/miljo-naturvidenskab/naturvidenskab-en-ma-svare-igen>
- Gascoigne, T., & Metcalfe, J. (2010) Incentives and Impediments to Scientists Communicating through the Media. *Science Communication*, 18(3), 265-282.
- Hansen. (2009) Science, communication and media. In R. Holliman, E. Whitelegg, E. Scanlon, S. Smidt & J. Thomas (eds.), *Investigating Science Communication in the Information Age* (pp. 105-128) Oxford: Oxford University Press.
- Hargreaves, I., & Ferguson, G. (2000) Who’s misunderstanding whom? London: ESRC – Economic & Social Research Council.
- Hornmoen, H. (2010) Førte år i forskningens tjeneste. *Sakprosa*, 2(1), 1-27.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2009) *InterView: Introduktion til et håndværk [InterView: An introduction to a craft]*. København: Hans Reitzels Forlag.
- Lindlof, T.R., & Taylor, B.C. (2002) *Qualitative Communication Research Methods*. London: Sage.
- Madsen, A.L. (2006, 13. december) Den Sejlende Børnefødselsdag. *Jyllands-Posten*.
- Martin, S.E. (1991) Using Expert Sources in Breaking Science Stories – A comparison of Magazine types. *Journalism Quarterly*, 68(1-2), 179-187.
- Meilby, M. (1996) *Journalistikkens Grundtrin [Basic steps of Journalism]*. Århus: Ajour.
- Mountcastle-Shah, E., Tambor, E., Bernhard, B.A., Geller, G., Karaliukas, R., Rodgers, J.E., & Holtzman, N.A. (2003) Assessing Mass Media Reporting of Disease-Related Genetic Discoveries: Development of an Instrument and Initial Findings. *Science Communication*, 24(4), 458-478.
- Moyer, A., Greener, S., Beauvais, J., & Salovey, P. (1995) Accuracy of Health Research Reported in the Popular Press: Breast Cancer and Mammography. *Health Communication*, 7(2), 147-161.
- Mølgaard, M. (2010, 9th July) Professor: Nanopartikler kan være en bombe under folkesundheden, *Politiken*. Retrieved from <http://politiken.dk/tjek/sundhedogmotion/ECE1014485/professor-nanopartikler-kan-vaere-en-bombe-under-folkesundheden/>
- Nelkin, D. (1999) *Selling Science: How the Press Covers Science and Technology (Revised)*. New York: W.H. Freeman & Compagny.
- Nielsen, K.H. (2008) In quest for publicity: The Science-media partnership of the Galathea Deep Sea Expedition from 1950 to 1952. *Public Understanding of Science*, 18, 464-480.
- Pedersen, P.A. (2005) Jagten på det troværdige universitet: muligheder og risici i fremtidens forskningskommunikation. København: Ugebladet Mandag Morgen. Danmarks Pædagogiske Universitet.
- Peters, H.P. (1995) The interaction of journalists and scientific experts: co-operation and conflict between two professional cultures. *Media, Culture & Society*, 17(31), 31-48.
- Peters, H.P., Brossard, D., Cheveigné, S. d., Dunwoody, S., Kalfass, M., Miller, S., & Tsuchida, S. (2008) Science-Media Interface. *Science Communication*, 30(2), 266-276.
- Randersom, J. (2008, 15th January) Arpad Pusztai: Biological divide, *Guardian*. Retrieved from <http://www.guardian.co.uk/education/2008/jan/15/academicexperts.highereducationprofile>
- Reed, R. (2001) (Un-)Professional discourse?: Journalists’ and scientists’ stories about science in the media. *Journalism*, 2(3), 279-298.
- Roche, J.P., & Muskavitch, M.A.T. (2003) Limited Precision in Print Media Communication of West Nile Virus Risks. *Science Communication*, 24(3), 353-365.
- Russell, N. (2010) *Communicating Science – Professional, Popular, Literary*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sanden, M.C.A. v. d., & Meijman, F.J. (2008) Dialogue guides awareness and understanding of science: an essay on different goals of dialogue leading to different science communication approaches. *Public Understanding of Science*, 17(89).
- Schultz, I. (2007) The Journalistic Gut Feeling. *Journalism Practices*, 1(2), 190-207.
- Science, M., Center. (2008) Hype, Hope and Hybrids: Science, policy and media perspectives on the Human Fertilisation and Embryology Bill. *Science Media Center/UK 2008/2*.
- Scientists, U. o. C. (2007) *Smoke, Mirrors & Hot Air – How ExxonMobil Uses Big Tobacco’s Tactics to Manufacture Uncertainty on Climate Science*. Cambridge.

- Skovsgård, M. (2009) *Den danske journalist* [The Danish Journalist]. (PhD), University of Southern Denmark, Odense.
- Somekh, B. (2006) *Action Research – a methodology got change and development*. New York: Open University Press.
- Tanner, A.H. (2004) Agenda Building, Source Selection, and Health News at Local Television Stations: A Nationwide Survey of Local Television Health Reporters. *Science Communication*, 25(June), 350-363.
- Valenti, J.M. (1999) Commentary: How Well Do Scientists Communicate to Media? *Science Communication*, 21(2), 172-178.
- Wien, C. (2001) *Journalisters brug af ekspertkilder i danske aviser* [The reference to expert sources in Danish newspapers]. Paper presented at the Nordmediakonference, Reykjavik. <http://www.nordicom.gu.se/mr/iceland/papers/nine/CWien.doc>
- Wien, C. (2013) Commentators on daily news or communicators of scholarly achievements? The role of researchers in Danish news media. *Journalism*. doi: 10.1177/1464884913490272

CHARLOTTE WIEN, Cand.mag., MLS, Ph.d., Lektor, chw@sam.sdu.dk
JUDY HERMANSEN, Mag.art., Ph.d. studerende, jhe@sam.sdu.dk
PER ØSTERGAARD, Ph.d., Lektor, poe@sam.sdu.dk
Institut for Marketing & Management, Syddansk universitet, Odense M

Når en fælles fjende er den bedste ven i nøden

Dansk mediepolitik til debat

Henrik Søndergaard

Mediepolitik i Danmark påkalder sig normalt ikke synderlig opmærksomhed, men udgør et område, som på grund af dets komplekse og tekniske karakter mest er et anliggende for fagfolk. Da mediepolitikken hovedsagelig er baseret på politiske aftaler (forlig), som indgås hvert fjerde år, og således er lagt i faste rammer, bliver mediedebatten naturligvis koncentreret om perioden forud for indgåelse af en sådan aftale. Netop nu skal der forhandles en ny mediepolitisk aftale, og derfor har medierne og deres interesseorganisationer i øjeblikket travlt med at gøre deres synspunkter gældende. Selvom en stor del af aktiviteten foregår som lobbyvirksomhed i magtens korridorer, kommer den også til udtryk i den offentlige debat, hvor mediernes naturligvis selv spiller en vis rolle. Det er trods alt ikke så underligt, at medierne interesserer sig for deres egen virksomhed, og det gælder så meget mere, som der i øjeblikket står meget på spil. Den aktuelle mediedebat angår nemlig ikke kun de statsligt regulerede medier som DR og TV 2, der direkte er berørt af medieaftalerne, men også de øvrige medier, herunder ikke mindst dagbladene, hvis vilkår kun indirekte har med sagen at gøre. Da mediesystemet efterhånden har udviklet sig på en måde, hvor grænserne mellem de enkelte medier nedbrydes, og hvor mange medieselskaber udøver deres virksomhed i flere medieformer, får mediereguleringen mere vidtrækkende betydning. Selve reguleringen er som følge heraf blevet langt mere kompliceret end tidligere, og det er især tydeligt, at den har fået mere omfattende markeds- og konkurrencemæssige konsekvenser, end da den næsten udelukkende drejede sig om radio og fjernsyn.

I den aktuelle debat, som den kommer til udtryk i medierne, er det mest iøjnefaldende nok, at den stort set kun beskæftiger sig med den modsætning, der stadig tydeligere er opstået mellem de private medier og public service-medierne. Sagen handler i sin enkleste form om, at de private medier mener, at public service-medierne skævvrider markedet til skade for andre medier, og at staten gennem lovgivning bør sørge for at begrænse deres spillerum. Konsekvens af denne debat synes at være en voksende polarisering mellem de politiske fløje, som står over for at skulle forhandle et forlig på plads. Den nuværende centrum-venstre-regering og dens støttepartier lægger vægt på fastholdelse af stærke public service-medier med omfattende programpolitiske forpligtelser, som det bl.a. fremgår af det mediepolitiske princippapir *Frihed, fællesskab og kvalitet* fra 2010, mens oppositionspartierne på højrefløj ikke blot er mere kritiske over for offentlige medier, men også er mere lydhøre over for de private mediers interesser. Polariseringen

kan vanskelig undgå at besværliggøre de politiske forhandlinger, og det kan meget vel ende med et smalt forlig, som så risikerer at blive omgjort efter næste folketingsvalg. Da der er valg senest 2015, kan forliget altså få en usædvanlig kort levetid, hvilket kun vil bidrage til at forøge den usikkerhed, som medierne i forvejen lever under.

DR i skudlinjen

I den aktuelle mediepolitiske debat er interessen især rettet mod DR, mens de øvrige public service-medier, dvs. TV 2, TV 2-regionalstationerne og Radio 24Syv, indtil videre indtager en mindre rolle. Da DR trods alt udgør grundstammen i mediepolitikken, er det måske ikke så overraskende, men det er alligevel interessant, at diskussionen om TV 2 og dens fremtidige organisering, som for få år siden var genstand for betydelige mediepolitiske kontroverser, nu nærmest er glemt. Sagen om den daværende regerings fejlslagne forsøg på at sælge TV 2 er der næppe mange, der ønsker at ribbe op i, ikke mindst fordi problemet, som forhindrede privatiseringen, netop var de mange sager rejst mod TV 2 af de samme kommercielle tv-selskaber, som nu beder politikerne om en håndsrækning.

Interessen for DR skal søges i flere forskellige forhold, hvor det vigtigste allerede er nævnt, nemlig den indflydelse, som en fuldt licensfinansieret public service-institution har på et konvergerende mediemarked, hvor konkurrenceforholdene på én gang er blevet mere sammensatte og har fået væsentlig større betydning. Sameksistensen mellem offentlige og private medier er imidlertid kun én side af et dualt mediesystem som det danske; dets fundering i en grundlæggende konkurrencedrevet balancegang betyder, at spørgsmålet om, hvilke konkurrencevilkår der skal gælde, også får politisk betydning. Uanset de mange fordele, som knytter sig til et dualt mediesystem, indebærer det uundgåeligt en konflikt mellem offentlige og private medier, fordi de første tager noget af pladsen op for de sidste. At det forholder sig på den måde er sådan set meningen med public service-medierne, da de netop har til formål at gribe ind i markedet: Deres opgave kan ganske enkelt ikke løses, uden at det påvirker konkurrencen og begrænser de rent forretningsmæssige muligheder. Det er en sammenhæng, som desværre ofte glemmes i mediedebatten, men som det er værd at minde om i en situation, hvor ideen om et frit marked, som ikke samtidig slår public service-medierne ihjel, har fået frit slag – en position, hvis mediepolitiske naivitet kun overgås af den kynisme, hvormed private medieselskaber plejer deres egne interesser.

Det, der saglig set burde være debattens kerne (men som altså truer med at drukne i ideologisk tågesnak), det egentlige hovedspørgsmål, nemlig hvordan den bedst mulige balance mellem private forretningshensyn og samfundsmæssige kultur- og mediepolitiske interesser kan opnås, kræver en langt mere gennemgribende diskussion, end der lige nu er lagt op til. I den sammenhæng er det relevant og vigtigt at spørge, om public service-mediernes indvirkning på markedet er uhensigtsmæssig stor, og om disse medier med fordel kan indrettes og styres på en måde, som reducerer dette problem. Det er imidlertid samtidig nødvendigt at holde kritisk øje med, om public service-medierne på den bedst mulige måde løser de opgaver, som samfundet stiller dem. Public service-medier, som er større, end samfundet behøver, er nemlig mindst lige så stort et problem som offentlige medier, der er for små. Størrelse referer her til budgetter, antallet af medarbejdere, programudbud, markedsandel etc., hvilket nødvendigvis må ses i lyset af det samlede (relevante) mediemarkeds størrelse målt på samme parametre.

Den kritik af DR, som er rejst af de kommercielle medier og deres nye fusionerede interesseorganisation Danske Medier, retter sig mod to forhold, nemlig at DR for det første fylder for meget på markedet for radio og fjernsyn og for det andet har bredt sig ind på nye markeder for online-tjenester og mobile tjenester, som de privatejede medier vil have for sig selv. Det første kritikpunkt har med størrelse at gøre, mens det andet er mere radikalt, da det bygger på det synspunkt, at public service-udbud slet ikke bør findes på disse nye medieplatforme. Argumentationen er udfoldet i en omfattende og veltilrettelagt kampagne, som Danske Medier har sat i gang, og som foreningens medlemmer efterfølgende har givet al den spaltepads, man kunne drømme om. Det første skridt i kampagnen blev taget af Danske Dagblades Forening i debatpjecen *I konkurrence med staten. DR truer dagbladene på nettet* (2008) og er fulgt op af Danske Medier i de to publikationer *Styr på statens medier* (2013) og *Plads til private medier* (2014), som begge repræsenterer den samlede private medieindustri synspunkter. Disse pjecer er naturligt nok præget af den ensidighed, man kan forvente af en interesseorganisation: Der argumenteres for, at DR med sin ”dominerende position” er i færd med at tage livet af dagbladene (demokratiet), de kommercielle radio- og tv-selskaber (den økonomiske velstand), de store tv-distributører (udbudsmangfoldigheden) og de net-baserede streaming-tjenester (fremtiden). Hvis man ikke vidste bedre, måtte man tro, at det for en gangs skyd er lykkedes at finde den virkelige skurk, den skyldige i alle dårlighederne i den lille danske medieverden, og at alt vil blomstre og gro, når blot denne invasive vækst bliver hejnet ind. Det lyder næsten for godt til at være sandt, og det er det selvfølgelig også.

Skønt kampagnen er et partsindlæg, definerer den meget godt den problemstilling – eller de mange problemstillinger – som politikerne kommer til at forholde sig til, når forligsforhandlingerne går i gang, og der er derfor grund til at tage den alvorligt som andet end et udtryk for almindelig brødnid. Konflikten findes, og den går ikke væk af sig selv. De problemer, som de private medier står over for, kan heller ikke afvises som ubegrundet ideologisk tågesnak (skønt dette bestemt indgår). De ændrede vilkår på mediemarkedet, båret frem af konvergensudviklingen og den voksende betydning af store, internationale mediekoncerners indtog (navnlig selskaber som Google og Facebook), har således på afgørende måde både skabt nye konkurrencevilkår og ændret mulighederne for finansiering af danskproduceret medieindhold, bl.a. fordi annonceindtægter går til udenlandske selskaber, som praktisk taget ikke investerer i medieindhold. Denne udvikling har især ramt dagbladene, hvis oplag er stærkt faldende, samtidig med at annonceindtjeningen er flyttet til digitale medier uden samme finansieringspotentiale. Det er en udvikling, som finanskrisen og den generelle økonomiske afmatning blot har forstærket, og som i øvrigt langt fra er et særlig dansk fænomen, men også gør sig gældende i mange andre lande.

Er der gode grunde til at bekymre sig om dagbladenes økonomi og dermed grundlaget for den journalistiske produktion, synes det knap så godt begrundet, at svaret på denne udfordring er at beskære de offentlige mediers bidrag, som Danske Medier lægger op til. Ikke blot dagbladene, men den samlede kommercielle mediesektor efterspørger nemlig hverken større subsidier eller mere liberale vilkår, som man måske umiddelbart skulle forvente. De vil simpelthen have public service-medierne beskåret og begrænset, uanset om de reelle fordele ved det må anses for at være tvivlsomme, hvorfor hele manøveren i nogen grad fremstår som et ideologisk felttog, der går ud på én gang for alle at få public

service defineret som et forstyrrende, konkurrenceforvridende element og få markedet indsat som den naturlige orden. Når dette synspunkt fremføres som den eneste rigtige løsning, har det utvivlsomt baggrund i, at Danske Medier som interesseorganisation har været nødt til at finde en fælles mediepolitisk dagsorden, som har kunnet samle de mange forskellige interesser, dens medlemmer hver især repræsenterer. Organisationens ambition om at give de private medier en større røst i mediedebatten og behovet for at bevise sin berettigelse har utvivlsomt gjort kritikken af DR til en oplagt sag. For de trængte dagblade har en fælles fjende fremstået som den bedste ven i nøden, idet man formentlig har håbet på, at den politiske velvilje, som deres krise af allerede omtalte grunde giver anledning til, kunne smitte af på de øvrige dele af den kommercielle mediesektor. Ser man på den del af kritikken mod DR, der direkte vedrører dagbladsjournalistikkens vilkår, retter den sig nemlig reelt kun mod en forholdsvis beskeden del af DR's aktiviteter. Det drejer sig specifikt om DR's online-nyheds-site (dr.dk/nyheder), som formilder tekstbaserede nyheder af nogenlunde samme karakter som dagbladenes netaviser, og som derfor er en åbenlys konkurrent. Da DR tilmed bringer indhold, som er produceret af avisredaktionerne, kan det vanskeligt undgå at fremstå som en torn i øjet, også selvom DR's nyhedssite ikke har flere brugere end netaviserne hver for sig. Problemet er imidlertid, at DR's tilbud er gratis for læserne og derfor må formodes at have negativ indflydelse på læsernes lyst til at betale for avisernes indhold.

DR's position

Uanset om man finder dagbladenes kritik af DR velbegrundet eller ej, udgør den kun et beskedent element i den samlede offensiv, som da også tegner et billede af DR som en langt mere aggressiv og utæmmet konkurrent. Kritikken af DR er imidlertid ikke ny, men er blot blevet intensiveret i de senere år, idet den i særlig grad hæfter sig ved virkningerne af DR's mange nye initiativer i forbindelse med overgangen til digital distribution i 2009, hvor det analoge sendenet blev lukket, og DR blev tildelt fire nye kanaler. Det skete ikke blot for at ruste DR til den skærpede konkurrence, som fulgte med digitaliseringen, men også for at skabe muligheder for gennem nichekanaler at skabe baggrund for et mere alsidigt og varieret programudbud med henblik på samlet at kunne fastholde en høj dækning. I 2009 blev de oprindelige kanaler (DR1 og DR2) suppleret med en børnekanal, en kulturkanal, en HD-kanal og en nyhedskanal, hvilket i første omgang gjorde det muligt for DR at standse en seermæssig tilbagegang, som længe havde stået på. Efterfølgende har DR arbejdet med at udvikle en ny programstrategi, som under overskriften "Et skarpere DR" især har haft til formål at styrke hovedkanalen (DR1), bl.a. for at modvirke den fragmentering af publikum, som medieudviklingen generelt har givet anledning til, ikke mindst på tv-området, hvor antallet af kanaler nærmest er eksploderet (i dag er der hele 26 danske tv-kanaler). Som led i denne strategi har DR i 2013 omlagt sin samlede kanalportefølje efter inspiration fra BBC, så den ud over DR1 består af en samfunds- og debatkanal (DR2), en ungdomskanal (DR3), en kulturkanal (DRK) og to aldersopdelte børnekanaler (DR Ramasjang og DR Ultra). I DR1 har sigtet været at tilbyde programmer, der kan samle befolkningen (bl.a. gennem populært programindhold), og at skabe en mere debatskabende og samfundsrelevant profil. Som det hedder i et internt strategidokument, er det "ikke i et mål i sig selv at sikre, at danskerne bruger DR. DR skal *betyde* noget for danskerne og bidrage til at præge samfundets ud-

vikling”. Nichekanalerne er profileret, så de fungerer som supplement til hovedkanalen, mens de samtidig sigter mod at betjene nogle af de målgrupper, som DR ellers har svært ved at nå, herunder ikke mindst yngre seere.

Strategien har i stort omfang virket efter hensigten, da det lykkedes at revitalisere hovedkanalen og gennem de øvrige kanaler samlet set at fastholde de strategiske dækningsmål som et indeks for, at DR når ud til hele befolkningen. Bagsiden af medaljen er imidlertid, at kanalomlægningen og den betydelige udvidelse af sendetiden, der blev indført allerede i 2009 efter overgangen til digital distribution, har gjort det nødvendigt at udvide omfanget af importerede programmer, eftersom DR’s budget ikke er blevet væsentligt forøget.

I 2008, hvor DR endnu kun rådede over to tv-kanaler, sendte man omkring 12 000 timers tv, mens det i 2012, nu med seks kanaler til rådighed, var mere end tredoblet til knap 38000 timer (DR’s public serviceredegørelse 2010 og 2012). I samme periode er andelen af udenlandsk drama og fiktion steget i tilsvarende omfang, nemlig fra godt 3500 timer til mere end 11000 timer, hvilket peger på en ret markant udvidelse af DR’s programudbud målt på dette parameter. I den aktuelle debat er det ikke mindst omfanget af udenlandsk fiktion og drama på DR3, der påkalder sig opmærksomhed, da denne kanal trods beskedne seertal mest direkte konkurrerer med de kommercielle tv-kanaler, men også børnekanalerne DR Ramasjang og DR Ultra har stået for skud.

Endnu et område af DR’s aktiviteter skal trækkes frem, da det på det seneste har givet anledning til kritik, nemlig DR’s online-udbud i form af programarkiv (Bonanza) og catch-up- og streaming-tjeneste (DR NU), som giver seerne adgang til en stor del af DR’s egenproduktion og visse indkøbte programmer i en begrænset periode. Interessen for dette område skyldes væksten i markedet for streaming-tjenester, hvor især Netflix, men også andre aktører, herunder YouBio, Viaplay og HBO Nordic, har etableret sig.

Udvidelsen af DR’s aktiviteter er ganske omfattende, når man måler på tv-udbudet, men væsentlig mindre på andre områder, og når det gælder DR’s markedsposition har den ikke ændret sig væsentligt, da DR i 2013 havde en markedsandel på tv på ca. 32 % mod ca. 29% året før. I samme periode har TV 2 mistet seere, mens de to store kommercielle tv-stationer (MTG TV og SBS Discovery) til sammen er vokset fra 19% til 20% (DR: Medieudviklingen 2013), altså alt i alt ingen dramatisk forskydning i det indbyrdes styrkeforhold på markedet. Det er værd at have sig dette for øje, hvis man vil vurdere de kommercielle tv-kanalers aktuelle kritik af DR. De er måske ikke upåvirkede af DR’s strategiske omlægninger, men det er på den anden side svært at få øje på, hvordan enkelte initiativer som DR3 eller børnekanalerne for alvor skulle ændre på de hidtidige vilkår.

Behovet for et helhedsperspektiv

Medieindustriens pres for at få public service-medierne lagt i stramme tøjler er ikke et isoleret dansk fænomen, men udfoldes overalt i Europa, hvor de offentlige medier har en vis størrelse. I Danmark er konflikten mellem private og offentlige medier blevet skærpet i de senere år, ikke blot fordi de er i stadig mere konkurrence med hinanden, men også fordi dansk mediepolitik savner et helhedsperspektiv og bygger på en reguleringsform, som grundlæggende er forældet. De politiske medieaftaler drejer sig hovedsagelig om de offentlige medier og distributionssystemets indretning og vilkår, mens pressens vilkår,

herunder mediestøtten, og hele it- og telesektoren behandles i andre fora. De forskellige, men reelt sammenhængende dele af mediesystemet bliver således reguleret på forskellige måder, hvorved reguleringen på ét område let kommer til at modarbejde styringen af andre områder. Problemet er ikke bare, at det skaber konflikter mellem de forskellige medier, men også at det gør det vanskeligt at udnytte de trods alt begrænsede ressourcer på en velovervejet og hensigtsmæssig måde. De modsætninger, vi i øjeblikket er vidne til mellem offentlige og private medier, kan næppe undgås, men de ville sandsynligvis kunne begrænses, hvis der blev skabt en mere koordineret regulering, som tog hensyn til, at medierne udgør et samlet system.

Danske Mediers aktuelle kampagne kan på sin vis ses netop som udtryk for, at medierne udgør et sammenhængende system, hvor private og offentlige medier påvirker hinanden. Det er imidlertid et ret enøjet billede, der tegnes, idet der udelukkende anlægges et økonomisk perspektiv, hvor konkurrencevilkårene anvendes som forklaringsmodel for mediernes indbyrdes styrkeforhold. Skønt konkurrence udgør et vigtigt moment i mediesystemets indretning og dynamik, navnlig når det angår kommercielle medier, er der ikke desto mindre tale om en betydelig indsnævring af det mediepolitiske felt. Mediepolitisk helt afgørende forhold vedrørende mediernes *samfundsmæssige* og *kulturelle* funktioner, herunder behovet for at opretholde et alsidigt og kvalitetspræget medieudbud, bliver lige så sparsomt berørt som spørgsmålet om, hvorvidt og i hvilket omfang DR faktisk bidrager til dette. Mediepolitikens udgangspunkt, som det hidtil har været defineret, er jo ellers netop, at medier ikke blot er forbrugsgoder, og at markedet i erkendelse heraf er utilstrækkeligt, når det drejer sig om tilvejebringe et alsidigt medieudbud uafhængigt af økonomiske interesser.

De funktioner, som public service-medierne varetager i dag, er ikke de samme som i monopoltiden, da de var enerådende, men er gradvist blevet tilpasset kravene i et mediesystem baseret på konkurrence. Set fra et samfundsmæssigt perspektiv, hvor hovedsigtet er, at medierne skal tjene offentlighedens interesser, har den balance mellem offentlige og private medier, som den nuværende regulering (mere eller mindre planmæssigt) har skabt, betydelige fordele, som let kan blive sat over styr, hvis man vil begrænse public service-mediernes rolle i det omfang, som DR's mange kritikere lægger op til. Hvis man ad politisk vej vil justere på balanceforholdet mellem offentlige og private medier, er det under alle omstændigheder nødvendigt nærmere at belyse fordele og ulemper ved den nuværende orden og i den forbindelse undersøge betydningen af den dynamik, som samlivet mellem de to medietyper giver anledning til.

Jeg skal her nøjes med at pege på en enkelt helt aktuel analyse, *Public and Private Broadcasters across the World – the race to the top* (2013), udført for BBC og baseret på internationale data. Den viser, at stærke public service-medier snarere end at begrænse alsidighed og mangfoldighed hæver niveauet i det samlede udbud, fordi de definerer en standard, som man må leve op til, hvis man vil have succes på markedet. Diskussionen af disse spørgsmål ville under alle omstændigheder blive mere saglig og brugbar som udgangspunkt for konkrete mediepolitiske tiltag, hvis den fandt sted på et informeret grundlag og på baggrund af analyser udført af uafhængige instanser. At der ved den seneste medieaftale blev besluttet at iværksætte et uafhængigt udredningsarbejde bl.a. vedrørende mediemarkedets tilstand, må betegnes som et væsentligt fremskridt, selvom resultatet af dette udredningsarbejde endnu ikke foreligger og muligvis ikke engang er til rådighed, når medieforhandlingerne går i gang.

Undersøgelser af dagbladenes position og den måde, hvorpå deres markeds-mæssige muligheder begrænses af public service-medierne, indgår ikke i den analyse af tv-markedet, som blev nævnt ovenfor, men også på dette område vil der være behov for grundige og uafhængige analyser, som kan informere politiske tiltag. I en sådan udredning ville det være nærliggende at belyse mulighederne for et tættere *samarbejde* mellem de private publicister og public service-medierne, da det meget vel kunne vise sig at være en bedre løsning end at beskære de sidste. Man kunne jo, som DR's bestyrelsesformand har gjort gældende for nylig, ligeså godt mene, at DR's publicistiske opgave i virkeligheden bare vokser, efterhånden som dagbladsjournalistikkens omfang reduceres. En gruppe danske medieforskere har for nylig fremlagt et forslag til, hvordan DR, TV 2's regionalstationer og de regionale dagblade kan samarbejde for overhovedet at opretholde en regional journalistik på et marked, hvor ingen af aktørerne har de nødvendige ressourcer. Intet tyder dog på, at dette forslag umiddelbart har vundet politisk opbakning, men måske skal det modnes lidt, før det for alvor bliver taget seriøst.

Arbejdsdeling eller samarbejde

Afslutningsvis vil jeg gerne vende tilbage til karakteren af den aktuelle mediedebat og det krav om en snævrere, mere begrænset opgave til public service-medierne, som Danske Medier har fremlagt som løsning på medieindustriens problemer. Pladsen tillader ikke nogen uddybende diskussion af de forskellige forslag, og det er heller ikke stedet at udfolde, hvordan public service-mediernes relationer til de markedsbaserede medier kunne udvikles, selvom dette forekommer at være en vigtig opgave. Det er imidlertid slående, at de forslag, som Danske Medier stiller op, ikke alene bygger på en snæver konkurrenceopfattelse, som i sin natur har et industripolitisk sigte, hvor mediepolitikken i det mindste også må tage kulturpolitiske hensyn. De udelukker af den grund muligheden for et samarbejde, som kunne skabe de nødvendige løsninger, for i stedet at pege på relationen mellem offentlige og private medier som et spørgsmål om arbejdsdeling.

Kravet fra medieindustrien er ikke, at DR skal afvikles (det synes selv Danske Medier er for vidtgående), men at institutionen økonomisk og med hensyn til programvirksomhedens omfang og sammensætning skal reduceres betragteligt. Den nuværende forståelse af public service som et bredt, alsidigt programudbud, der når ud til hele befolkningen, skal erstattes af en smal definition, hvor de offentlige medier udelukkende skal varetage de opgaver, som markedet ikke kan eller vil tage sig af: ”I en nyvurdering af public service bør der (...) tages udgangspunkt i, hvilken programvirksomhed, der *ikke* vil komme på markedet uden statens indsats” (Danske Medier 2014, s. 10). Som det fremgår, lægges til grund, at public service skal forstås som en bestemt slags programindhold, hvorved forholdet mellem offentlige og private mediers opgaver kan løses ved en indholdsmæssig arbejdsdeling. Den kan så til enhver tid organiseres på den måde, der tjener markedet bedst.

Konsekvenserne af en snæver definition af public service er, at DR's programudbud bliver reduceret til et vedhæng til markedet, uden at påvirke det, og at DR uundgåeligt vil blive omdannet til en niche-kanal af interesse for en minoritet. Dermed vil DR reelt have udspillet sin rolle som en medievirksomhed med samfundsmæssig betydning, hvorfor et sådant skridt i virkeligheden udgør begyndelsen til enden for de funktioner, som DR i øjeblikket bidrager til at løfte. Det er da næppe heller realistisk, at så drastiske

indgreb vil blive gennemført, bl.a. fordi det forekommer usandsynligt, at kommercielt tv vil kunne tilvejebringe et programudbud af en kvalitet og bredde, som DR præsterer. Til gengæld forekommer det mere sandsynligt, at den snævre og kun indholdsbaseerede public service-definition vinder indpas, når det gælder online-udbuddet, og det er da også det scenarium, som Danske Medier lægger op til, når det påpeges, at ”det enkelte program fremover vil skulle stå for en kritisk vurdering af public service-indholdet. Uden et egentligt indhold i retning af nyheds- og anden viden- og kulturformidling efter nærmere retningslinjer (...) vil programmet ikke skulle produceres” (Danske Medier 2014, s. 9). Den kritiske vurdering, der her omtales, består i en udvidet og væsentlig mere striks brug af den nuværende markeds- og værditest.

Om ikke andet må man sige, at fronterne hermed er trukket klart op, og det burde være indlysende, at får Danske Medier magt, som foreningen har agt, bliver der ikke mange stumper tilbage af det, der hidtil har været grundstammen i dansk mediepolitik. Det forekommer at være en meget høj pris, samfundet skal betale for en i sin virkning tvivlsom redningskrans til dagbladene. I det mindste er det tvivlsomt, om det vil have anden effekt end at reducere de offentlige medier til et ligegyldigt tilbud for de få. Risikoen for, at dagbladene tager public service-mediernes med i faldet, bør man efter min mening tage alvorligt. Ser man isoleret på den effekt, som en sådan udvikling vil have på tv-området, er det om muligt endnu sværere at pege på samfundsmæssige og kommunikationspolitiske fordele. Det ville tvært imod være et helt meningsløst knæfald for markedet, hvis også de private tv-selskaber skal have frit spillerum på public service-mediernes bekostning. Det er på tide, at man gennemtænker, om det er det, man vil. Intet tyder på, at befolkningen efterspørger mere marked, og ser man på, hvad medieindustrien hidtil har leveret, er der heller ingen grund til, at den skulle gøre det.

Litteratur

- BBC (2013) *Public and Private Broadcasters Across the World – The Race to the Top*, London.
Danske Dagblades Forening (2008): *I konkurrence med staten*, København.
Danske Medier (2013): *Styr på statens medier*, København.
Danske Medier (2014): *Plads til private medier*, København.
DR (2014) *Medieudviklingen 2013*, København.
DRs public service-redegørelse 2010.
DRs public service-redegørelse 2012.

Skap medievitenskapelige møtesteder!

Magnus Hoem Iversen & Donia Lina Nilsen

Det er verdt å satse på åpne møteplasser mellom mediebransje, akademia, kunnskapssultne studenter og et interessert publikum

Møtene mellom mediebransje, akademia, interesserte borgere og kunnskapssultne studenter bør ikke bare overlates til alumnitreff, tidsskrift og aviser – men være en drivende og levende kraft for diskusjon og kunnskapsdeling. Verdien i å skape diskusjonsarenaer for mediene utenfor mediene selv ligger i å få bransje og forskere til å diskutere i et åpent fora.

Utfordrende møteplass

Mediesamfunn er en arrangementsserie om medievitenskap som ble startet av tre ferdigutdannede medievitere i samarbeid med Institutt for informasjons- og medievitenskap ved Universitetet i Bergen. Målet var å skape et åpent samlingspunkt, som skulle bringe forsking sammen med situasjoner og problemstillinger fra mediebransjen ved å velge temaer i krysningpunktet mellom forskning, bransje og medieforbrukere. Det ble gjort et bevisst valg om å arrangere happeningen utenfor universitetet, og et viktig mål var at arrangementene skulle være utadvendte og inkluderende også for publikum utenfor bransje og akademia. På denne måten var målgruppe og publikum tredelt. Vi ønsket å skape arrangementer som kunne være utfordrende for drevne aktører i mediebransjen, for etablerte forskere i sine respektive felt, samtidig som det kunne være av interesse for både nåværende studenter og alumni. De ferdigutdannede studentene kan slik få verdifullt faglig påfyll, og for den andre gruppen var tanken å inspirere, og gi gode ideer til for eksempel problemstillinger til en bachelor- eller masteroppgave.

Mediesamfunn er ett eksempel på en arena som skal stimulere til diskusjon, presentere ny forskning, og skape kontakt mellom mediebransje og forskere. Men det trengs mange flere slike møtesteder. Avstanden mellom bransje og forskning er ofte for stor, og resulterer i at bransjen ikke har kunnskap om hva som skjer innen forskningen på deres egne organisasjoner og publikasjoner. På samme tar forskningsmiljøer på ingen måte skade av å utsette seg selv for alternative perspektiver på deres felt, hentet fra mediebransjens perspektiv. Verdien av at en slik arena også er åpen for et generelt publikum er også med på å vise medieforskningens aktualitet ovenfor bransjen, studenter og alumni.

En åpen arena – Litteraturhus

Beslutningen om å arrangere på et Litteraturhus viste seg å være nyttig på flere plan. Å legge arrangementet til et slikt sted åpner for at andre interesserte utenfor fagmiljøet føler

seg velkommen, og har en tendens til å tvinge frem bredere tematikk. Her arrangerer man på et “åpent marked”. Ingen ønsker tomme seter, og derfor er man nødt til å kommunisere arrangementene på en fristende måte. I tillegg konkurrerer arrangementene mot litterære helter, og andre etablerte og populære debatt- og foredragskonsepter. Samlet sett fører disse punktene til at en viss utadvendthet gjerne tvinger seg på. Og hva kunne vært bedre enn nettopp det? Hensikten bak slike arrangement bør nemlig være at man ønsker at andre skal bli kjent med medievitenskapen. For å gjøre det må en kanskje selv bli kjent med sitt eget fag på en litt annen måte. Man er nødt til å se seg selv utenfra. Dette er nok en sunn øvelse for de aller fleste fagmiljøer. Dersom en får det til, kan nemlig både professor, student og redaktør gå fornøyde fra møtene.

Kryssinspirasjon om mediene – utenfor mediene

Å skape møteplasser hvor diskusjonen foregår muntlig og folk møtes fysisk, øker mulighetene for nye ideer, for å skape eierskap til holdninger og å skape nye forbindelser på kryss av forskere, bransje, journalister og studenter. I skriftlig kommunikasjon og diskusjon henvender forskere seg gjerne til hverandre – i tidsskrifter og forskningsjournaler, mens bransjen forholder seg til egne fora. En og annen kronikk eller et innlegg fra medieforskere i pressen, og bruk av medieforskere som ekspertkommentatorer, er ikke nok til å skape reell dialog mellom medieforskningen og mediebransjen.

Hvert år samles store mengder bransjefolk og forskere til konferansen og bransjesamlingen Nordiske Mediedager i Bergen. Arrangementet er et forbilde, og imponerer stadig med både programmering og gjennomføring. Men selv om det finnes en rekke store og gode konferanser, er det rom for lavterskelarrangement som *Mediesamfunn*, som gjennomføres oftere og ikke minst er gratis for publikum. Det at en kan arrangere oftere, gjør også at arrangementene kan bli mer aktuelle og mer reaktive – og få en fortolkende og kommenterende funksjon til et løpende mediebilde.

Faglig identitet

Å være åpen for å møte bransjen på en nøytral debattarena, å kunne se fagfeltet og forskningen utenfra, fra forskningsobjektets ståsted i en uformell setting kan være med på å utvikle medievitenskapens syn på seg selv. Å plassere medieforskningen ute i samfunn- og samfunnsdebatt kan gi studenter en enda dypere forståelse og fornemmelse for medievitenskapens samfunnsrolle. Dette kan være med på å bygge en faglig identitet og selvtillit som trengs når ferdigutdannede medievitere skal inn i arbeidslivet eller inspireres til å fortsette innen forskning.

Kjør debatt!

Dersom ditt fagmiljø eller din forskningsgruppe ikke har et møtested som skissert over, er vår klare utfordring følgende: skap det! Her er noen tanker og oppfordringer vi ønsker å komme med, som er basert på våre egne erfaringer med *Mediesamfunn*:

1. Tenk nytt: Det er ikke sikkert at kjente og kjære format fungerer best i ditt tilfelle. Det kan godt hende at den trygge paneldebatten ikke er riktig. Kanskje bør du heller la

en politiker intervjuer en medievitner. Eller i alle fall sørge for at flere sider av saken er representert, for å skape et balansert bilde og en reell diskusjon. Det er ikke opplest og vedtatt at medievitenskapen kan finne ut av alt på egen hånd. Hvem burde den så strekke seg ut til, for å øke forståelsen for det som diskuteres?

2. Vær fristende: Det er viktig å ivareta publikum, også det potensielle publikum. Derfor bør ethvert arrangement være fristende på flere plan. Det bør ha et godt innhold, det bør ikke ta for lang tid, og det bør være kommunisert på en måte som vekker interesse utenfor academia. Plakater og løpesedler bør være tilgjengelig der ditt ønskede publikum ferdes – og en bør strekke seg langt etter å få ansatte i mediebransjen til å delta. Dette gjør en ved å skape et program og et innhold som oppleves som relevant, også for dem.

3. Vær dynamisk: Man har garantert ikke funnet et format som passer sitt fag og sitt publikum etter første (eller ikke en gang tredje) arrangement. Derfor er det viktig å kunne gjøre små endringer fra program til program – og la temaet og problemstillingene føre an hvordan man vil legge opp programmet enn å følge én arrangementsmal. Man bør derfor be om tilbakemelding; fra foredragsholdere, fra debattanter, fra deltakere og fra publikum. Sistnevnte er kanskje det aller viktigste, særlig for å sørge for et så differensiert publikum som mulig.

4. Tenk tilbake: Kan du selv huske når du var en fersk bachelor- eller masterstudent i medievitenskap? Var det noe du selv savnet fra den tiden, og i så fall hva? Har du muligheten til å skape det du selv savnet for fremtidige studenter?

5. Vær åpen: Vær åpen i valg av lokale, i valg av foredragsholdere, programmering og i din tilnærming til hva en ønsker å oppnå. Det er utvilsomt sunt å gå utenfor universitetslokalene for inspirasjon for hvordan man kan skape gode arrangement.

Å arrangere noe ment for et større publikum enn vanlig er ikke en løsning på alle problemer. Men det vil garantert gi spennende innsikter, og skape positive ringvirkninger.

Dette er Mediesamfunn

En arrangementsserie om medievitenskap som arrangeres på Litteraturhuset i Bergen.

Arrangementene består av foredrag og debatter, og er åpent for alle som er interessert i mediene og medieforskning.

Temaene spenner fra mediepolitikk og retorikk til film, fjernsyn, internett og presse.

I 2013 har Mediesamfunn diskutert hva det vil si å være et mediesamfunn, valgkamp i mediene, talens og retorikkens makt, samt hvordan kutt i mediebransjen påvirker journalistikken

MAGNUS HOEM IVERSEN, Ph.D. kandidat, stipendiat, Institutt for informasjons- og medievitenskap, Retorikkgruppen, Universitetet i Bergen, magnus.iversen@infomedia.uib.no
DONIA LINA NILSEN, vitenskapelig assistent, Universitetet i Bergen, donialina@mediesamfunn.no

Recensioner

Redaktör: Ragnhild Mølster, Nordicom Norge

Stine Lomborg

Social Media, Social Genres. Making Sense of the Ordinary

New York & London: Routledge, 212 p., ISBN 978041582848-2

The aim of this new book on social media is to challenge the very term *social media* and the underlying premise that what has hitherto been headed under this definition in fact constitutes a unique *type* of media. The book argues instead that social media are rather a subgroup of digital media characterized by a combination of shared technology/soft-ware and the specific social/interpersonal communicative purpose. Social media today are used for a lot of other purposes as well, but such purposes “capitalize” on their interpersonal nature (p. 15). Based on this argument, the author proposes to conceptualize social media as *social genres*, notified by specific communicative practices and everyday contexts.

The book provides an elaboration of the argument through the first three chapters, addressing social media in everyday life (1), social media as communicative genres (2) and genre as a cognitive category (3). In the next three chapters (4-6) it reports on three primarily qualitative studies on three examples of social media: personal blogs, Twitter and Facebook. The analysis of each is grounded on empirical data, generated by a combination of web archiving of naturally occurring communication between participants on the selected social media (with different types of soft-ware) and interviews with the “authors” of the blogs (three) and the Twitter and Facebook profiles (six of each), respectively – all selected on the ground of a range of (rather loosely sketched) demographic as well as genre-performing elements. Only, in the case of Facebook the web archiving has been replaced by a so-called “guided tour” into the profiles of the six informants.

The theoretical framework is composed by an interdisciplinary mixture of media, text and communication studies with a focus on pragmatic and func-

tionalist takes on genre and a cognitivist perspective. From this conglomerate, an analytic procedure is distilled, considering four distinctive elements: composition, thematic orientation, stylistic traits and pragmatic/functional dimension. On this ground similarities as well as differences are identified and discussed in chapter 7 under the heading “‘Personal, not private’. The Sociability of Social Media”. The point is that in contrast to common-sense reasoning about social media, this study shows how users distinguish between what is private and what is personal in order to qualify their mundane conversations. As to the differences, blogging is seen through the lenses of “creating intimacy through phatic communication”, Twitter through the lenses of “mundane exchanges and the augmentation of everyday life” and Facebook through the lenses of “intimacy through a distance” – offering a casual, sociable encounter (p. 185). All themes, that brings variations into the basic finding as to the qualification of the social intercourse. As to the similarities the author emphasizes the notion of phatic communication, taken from linguistics (Roman Jakobson), and of sociability, taken from micro-sociology (George Simmel), respectively. This coupling and the according spotting of the commonness in everyday social interchange (the “ordinary” in the subtitle) has been seen in other studies as well, not least from the Nordic countries (Lundby 2009; Sørensen 2012). However, the study of Stine Lomborg has to be acknowledged for its systematic, inter-disciplinary take on and the equally systematic analysis of the uses of social media. The study thus provides a range of insights as to the evolving norms as to the content as well as form and structure of the communication, including the use of functions such as responding, liking, hiding, ignoring and unfriending.

In the last chapter (8), the author claims that “given the sparsely theorized phenomena of social media in scholarship on digital media, the communicative perspective of genres offers a first attempt at grasping social media as a communicative condition that is inextricably interwoven in the fabric of meaning of contemporary everyday life” (p. 190). I would say that this a pretty bold claim, considering the steadily growing bulk of scholarship on social media and in fact also of scholarship on social media from the perspective of everyday life. Such type of scholarship is rather well represented by the so-called domestication of media perspective and by scholars such as Bakardjieva, Baym, Hartmann, Jansson and Papacharassi, to name a few. Given this, the author’s particular address of social media as (everyday) communicative genres does constitute a fresh and productive approach. The valuable offer of this approach is the way it integrates media and communication studies, in particular by applying the tradition of pragmatics and discourse/interaction analysis on social media. Within this framework focus is put on the functionalist and cognitive aspects,

on the one hand, and the “situatedness” of the genre as both individually anchored and socially negotiated communicative action, on the other.

The author also discusses the scope of her own approach and the study at hand and in particular highlights the need of studies that take technology and software more into account as well as the involved perspectives of power and resources. She further calls for studies that look at individual performances and psychological aspects. I agree in particular on the first point. However, I would also ask for a more focused and detailed interaction analysis, leaving the media vs. genre discussion behind to the benefit of an elaboration of ethno-methodological approach to the mediated environments of the everyday. I think this would be a productive way to bridge communication and media studies even tighter.

*Anne Scott Sørensen
Department for the Study of Culture
University of Southern Denmark*

Gunnar Iversen

Norsk filmhistorie. Spillefilmen 1911-2011

Oslo, Universitetsforlaget 2011, 368 s., ISBN 9788215019437

Eva Bakøy & Tore Helseth (red.)

Den andre norske filmhistorien

Oslo, Universitetsforlaget 2011, 216 s., ISBN 9788215018966

Den norska filmens historia har skrivits ett antal gånger. Viktiga bidrag har varit Sigurd Evensmo *Det store Tivoli* (1967), Lars Thomas Braaten et al, *Filmen i Norge. Norske kinofilmer gjennom 100 år* (1995) och Hans Fredrik Dahl et al, *Kinoens mørke, fjernsynets lys – Levende bilder i Norge gjennom hundre år* (1996). Nu föreligger ytterligare ett försök, Gunnar Iversens *Norsk filmhistorie. Spillefilmen 1911-2011*. Iversen har flera gånger tidigare behandlat den norska spelfilmens historia. Ett av hans mer aktuella verk är den tillsammans med Ove Solum författade *Den norske filmbølgen* (2010), men han har rört sig över många ämnen i filmhistorien och även behandlat den tidiga filmen. Med sin nya filmhistoria presenterar Iversen en användbar handbok som trots sitt blygsamma yttre och en modest framställningsform innebär att forskningspositionerna också flyttas fram ordentligt. På ett elegant sätt integrerar Iversen receptions-

perspektiv med estetiska avvägningar, ser sociala och historiska kontexter, och visar hur subgenrer och filmrörelser går i vågor, allt från den mytiska, förmodligen helt förlorade *Et drama paa havet* (1906-1908), till de exempellösa publiksuccéerna *Flåklypa Grand Prix* (1975) och *Max Manus* (2008). Bakom presentationerna och analyserna av enskilda filmer och deras skapare ligger grundlig forskning där Iversen reviderar och nyanserar filmhistorien och relaterar den till den moderna filmhistoriografiska diskussionen.

I sitt förord gör Iversen en del avgränsningar och säger sig bland annat ha tonat ned filmens samhällseliga roll. Det är klart att här inte finns enskilda kapitel som diskuterar den norska filmstiftningen, de kommunala biograferna, filmstödet och så vidare, men faktum är att de här sakerna ändå tas upp löpande och integreras med framställningen. Ett gott exempel är avsnitten som handlar om filmen under

ockupationstiden, där Iversen lyckas ge en bild av hur filmen förhåll sig till ockupationsmakten, hur enskilda regissörer, till exempel Tancred Ibsen, hanterade censursituationen, men också hur filmerna tematiskt svarade mot den påkomna situationen. Den samhälleliga kontexten finns alltså med, liksom produktionsförhållandena i stort. Däremot saknar jag en tydligare anknytning till de tekniska förändringarna, förutom den obligatoriska hanteringen av övergången från stumfilm till ljudfilm. Ett annat val Iversen har gjort – som han inte problematiserar – är att hålla receptionen av filmerna utanför framställningen. Han tar naturligtvis upp filmer som haft succéer, och han diskuterar kritikens betydelse – till exempel i den underhållande analysen av det så kallade ”septembermordet” 1980 då den norska filmens uselhet ventilerades av en nästan samfällid kritikerkår – men han väljer att inte behandla de skiftande receptionsförhållandena för den norska publiken. Hur har filmen inordnat sig kulturellt i det norska samhället? Vilka är publikvanorna?

Här finns också den övergripande frågan om televisionens betydelse för den norska spelfilmen som hade förtjänat ett eget kapitel. Hur tacklade biografkulturen televisionens uppkomst? Har TV agerat finansär och producent? Har estetikerna i filmerna påverkats av TV-mediets format? Det är några av de frågor som ligger i förlängningen av Iversens historieskrivning. Men en bok kan inte innehålla alla perspektiv. De fenomen som behandlas blir sakligt belysta. Till de många förtjänsterna med Gunnar Iversens historia hör att han till skillnad från många kolleger i facket kan balansera auteur-frågan, och den därmed förbundna kanon-problematiken. Svensk filmhistoriografi lider av ett hagiografiskt förhållande till dels den så kallade guldåldern (Sjöström och Stiller), dels till nationalmonumentet Ingmar Bergman. Med all respekt för storheten hos en Bergman eller Sjöström har uttolkningen av deras livsverk lagt en rad andra konstnärskap i skuggan, och framför allt fördunklat frågan om hur filmens utveckling drivits fram, konstnärligt och tekniskt. Det är klart att det finns originella regissörer i den norska filmen, Tancred Ibsen är ett gott exempel, men det finns uppenbarligen i den norska filmhistoriografien inte samma kanonisering av mästare och mästerverk, och detta är ett sakförhållande som Iversen utnyttjar på ett skickligt sätt. Biografiska förutsättningar och andra produktionsvillkor tillåts balanseras i framställningen, och istället för att enbart uppehålla sig vid några stora mästars stora filmer kopplas han ett brett grepp på hela produktionen. Det är en mycket fördomsfri och öppen vetenskaplig hållning som ådagalägs här, och det är till gagn för det fortsatta arbetet.

Det har hänt avgörande ting under senare år som kraftigt förändrat filmforskningens villkor. Tillgången till primärmaterialet, filmerna, har förbättrats generellt, till viss del genom ett närmande mellan akademien och arkiven, men framför allt genom digitaliseringen som möjliggjort snabbare och mer heltäckande tillgång till filmer och andra källor. Men än viktigare är den viktiga insikten att historien måste skrivas om – av flera anledningar. En ny filmhistorieskrivning, präglad av nya filmarkeologiska insikter och dessutom nya perspektiv på frågan om estetiskt värde, kulturella hierarkier och inte minst receptionsproblematiken, växer fram. De kanoniserade biografifilmerna studeras fortfarande, men sätts nu in i sammanhang där de växelverkar med helt andra filmkulturer. Begreppen ”major cinema” och ”minor cinema” kan här vara belysande. Om vi hittills i hög grad koncentrerat oss på major cinema – det vill säga de filmer som kritiken och institutionerna premierat – ägnar vi oss nu alltmer åt minor cinema, filmkulturer som på många sätt varit lika betydelsefulla men som tidigare marginaliserats av forskningen, till exempel kortfilmen, informationsfilmen, propagandafilmen, journalfilmen, experimentfilmen, dokumentärfilmen, amatörfilmen, för att inte tala om tidigare helt negligerade fält som den pornografiska filmen och en rad lågstatusgenrer inom exploations-facket.

Denna diskussion är inte explicit i Iversens koncentrerade historik men perspektivet hanteras i Eva Bakøys och Tore Helseths antologi *Den andre norske filmhistorien* (där för övrigt Gunnar Iversen deltar med centrala avsnitt). *Den andre norske filmhistorien* sluter på ett konstruktivt sätt upp vid Iversens imponerande enmansinsats genom att just sekundera med viktiga representanter för vad jag här skulle vilja kalla *minor cinema*: Jan Erik Diesen skriver om en nationsspecifik genre, polarexpeditionsfilmen, Bjørn Sørensen behandlar mellankrigstidens arbetarfilm, Gunnar Iversen skriver om såväl upplysningsfilmer som konstnärliga kortfilmer, Jan Anders Diesen och Brit Svoen tar upp skolfilmen (vars svenska historia vi fortfarande väntar på), Tore Helseth tar upp journalfilmerna, Gunnar Strøm skriver om den norska animationsfilmen och Aase Lyngvær Hansen behandlar en mycket specifik filmform, filmer för döva. Genrer som vi känner igen från Sverige är husmorsfilmen som behandlas av Marit Myrstad, och ungdomsfilmen som hanteras av Jo Sondre Moseng. Eva Bakøy avslutar antologin med en inträngande studie av den norska immigrantfilmen, eller egentligen film som tematiserar migration (i många fall producerad av immigrantfilmare). De olika bidragen upprättat förbindelser med den allra senaste forskningen och

ger oss förutsättningar att förstå allt det som tidigare inte rymts i filmhistorien.

Framför allt ger de olika specialstudierna en förståelse av hur filmen verkat i samhället. Journal- och skolfilmsexemplen är tydliga nog, men samtliga kapitel relaterar till samhällsutvecklingen och frågor om den kulturella identiteten. Såväl polarexpeditionsfilmerna som filmerna för döva är från var sitt håll kopplade till föreställningar om den norska filmens uppgifter i nationsbygget. Det blir därför än mer intressant att läsa bokens avslutande kapitel, alltså Eva Bakøys granskning av migrantfilmerna. Här relateras den norska filmhistorien till frågor om det transnationella. Även om det Bakøy kallar migrantfilmer, det vill säga filmer om migration gjorda av invandrade filmare, inte är ett utmärkande drag för den norska filmen, är det en genre eller en filmkultur som växer, och som naturligtvis ökar i relevans i takt med globalisering och migration. Den norska filmhistorien kommer de närmaste åren inte bara relateras till *Flåklypa Grand Prix* och *Fante-Anne*,

de geopolitiska omvandlingarna och mediekonvergensten kommer att bidra till att den norska filmen får helt nya ikoner och uttryck, om vilka vi inte vet så mycket än.

De här två volymerna innebär ett kvalitativt språng framåt för en modern och problematiserande norsk filmhistorieskrivning. Med de gedigna kartläggningar som har levererats av norsk filmforskning finns förutsättningarna att till sist lämna det nationella perspektivet till förmån för ett transnationellt, och därefter i allt högre grad integrera de estetiska perspektiven med produktion, distribution och reception. Iversen, Helseth och Bakøy med flera visar vägen här; deras böcker är goda förebilder för övrig nordisk filmhistorieskrivning. (Dessutom blir det klart att norsk film, med Iversens ord, ”er bedre enn sitt rykte”.)

Lars Gustaf Andersson
Språk- och litteraturcentrum
Lunds universitet

Håkon Larsen

Den nye kultursosiologien. Kultur som perspektiv og forskningsobjekt

Oslo, Universitetsforlaget, 2013, 141 s., ISBN 9788215021

Med sitt vesle format og lokkende overskrifter framstår *Den nye kultursosiologien* som en ivrig søker til lærebokmarkedet i kulturfagene.

Boken har tre hoveddeler, hver med to kapitler. *Kultur som perspektiv* gjør et kort sveip gjennom en del eldre tradisjoner og forskere i kultursosiologien (Hermeneutikk, Frankfurterskolen, Cultural Studies, Geertz, Lévi-Strauss etc.) før den presenterer de tre ”viktigste” perspektivene innen ”den nye kultursosiologien”: (1) Repertoarteori, (2) Den pragmatiske sosiologien og (3) Det sterke programmet i kultursosiologi. *Kultur som forskningsobjekt* omhandler studier av kulturproduksjon og kulturresepsjon, der de sentrale teorier er Bourdieu og Beckers studier av henholdsvis kulturelle felt og kunstverden, og Bourdieus (og ”post-bourdieuanske”) analyser av kulturell smak. Bokens siste del, Å gjennomføre kultursosiologiske studier er viet forfatterens egne arbeider, først i form av et opprop for en ”pragmatisk kultursosiologi”, og til sist, i form av noen eksempler fra hans egne studier av legitimeringsarbeid i organisasjoner.

Hva kjennetegner så denne nye kultursosiologien som Larsen ønsker å formidle leserne?

Ideen om *kulturelle repertoar* er hentet fra sosiologen Ann Swindler (1986), som fremmet ideen om kulturen som “... ’tool kit’ of symbols, stories, rituals, and world-views, which people may use in varying configurations to solve different kinds of problems.» (s. 273). Det er, slik Larsen påpeker, kultur som en *ressurs* for handling som vektlegges, heller enn å være målstyrende (som hos Parsons) eller motiverende (som hos Weber). En kjent studie som bruker repertoarbegrepet er Michéle Lamonts *Money, Morals and Manners* (1992), som gjennom intervjustudier med den øvre middelklassen sammenlignet kulturelle *verdsettingsrepertoarer* i USA og Frankrike. Hennes konklusjon var at i USA var de moralske grensedragningene viktigere enn de kulturelle – og med det, at Pierre Bourdieus analyser i *La Distinction* (1979) hadde liten relevans for USA. En lignende konklusjon for Norge kom Ove Skarpenes (2007) med i en artikkel basert på intervjuer med folk fra den øvre middelklassen – som avfødte en metoddebatt om i hvilken grad informantens selverklærte kulturelle toleranse kunne leses som uttrykk for faktisk toleranse eller konformitet til egalitære normer.

Lamonts og Skarpenes' arbeider om kulturens verdsettelse har begge forbindelser til det andre hovedperspektivet i boken, *pragmatisk sosiologi*, som her først og fremst omhandler Luc Boltanski og Laurent Thévenots arbeider om verdiordener som de først fremmet i *De la justification* (1991, oversatt til engelsk i 2006). Deres seks verdiordener – inspirasjonsens, den hjemlige, berømmelsens verdiorden, den sivile, markedets og den industrielle verdiorden – utgjør alle ulike systemer for legitimering av ulikheter og tilskrivning av verdi. I tillegg til ovennevnte arbeider trekker Larsen frem sin egen doktoravhandling om legitimering av allmennkringkasting i Norge og Sverige (2011) som eksempel på hvordan fokus på slike moralske grammatikker kan anvendes til å studere hvordan kulturelle institusjoner blir debattert og forsvart.

Det siste hovedperspektivet i boken er Jeffrey C. Alexanders *cultural sociology*, som har til felles med Boltanski og Thévenot sine arbeider at det ikke først og fremst er en teori som er rettet mot å studere kultur (*a sociology of culture*). Derimot er Alexanders selverklærte *sterke program i kultursosiologi* en forlenging av kultursosiologiske perspektiv for å studere samfunnsfenomen mer alment. Programmet er et motsvar til det han fremstiller som fire "svake programmer" (hegemoniforskningen i Birmingham-skolen, Foucault og post-strukturalismen, Bourdieus kultursosiologi og mer allmenne sosiologiske studier av kulturproduksjon og -resepsjon), som alle blir kritisert for å være enkle reduksjonister og behandle kultur som en avhengig variabel. Inspirert av m.a. Clifford Geertz syn på kultur som mønstre av mening uttrykt i symbolske strukturer og Saussure forsøker Alexander å forene strukturalisme og hermeneutikk i en tilnærming der alle samfunnsfenomen kan studeres som kultur, og kulturen blir sett på som radikalt autonom fra sosiale (makt)strukturer.

Som det burde framgå er boken svært langt i fra å være en allmenn introduksjon til nyere kultursosiologi, men omhandler noen få utvalgte (og dels forbundne) sosiologimiljøer i USA og Frankrike med viktige fellestrekk – inkludert det at de alle utgjør direkte og kritiske oppgjør med Bourdieus (kultur)sosiologi: Lamont, Boltanski og Thévenot er alle tidligere elever av Bourdieu, og Alexander har i mange år vært en av Bourdieus skarpeste kritikere. Når Larsen snakker om den "nye" kultursosiologien er det slik ikke de Cultural Studies, Frankfurterskolen osv. som er de gamle, men først og fremst Bourdieu (og vi andre som jobber innenfor denne tradisjonen). På flere måter er boken slik del av et pågående sosiologisk lokaloppgjør, uten at det er noe galt i det.

Larsen skal ha honnør for sin ambisjon om å gi en samlet norsk introduksjon til noen innflytelsesrike

perspektiver og debatter i nyere kultursosiologi. Han virker her likevel å ha jafset over betydelig mer en han makter å svelge. Teorien og kritikken er kompleks, og med 120 små sider til rådighet – dels skuset bort i mange gjentakelser og med inkluderingen av de to siste kapitlene, som tilfører teksten lite – er resultatet blitt en tekst som sjelden beveger seg særlig langt under overflaten. Få – om noen – kan, slik Larsen forsøker, gjengi fornuftig hovedtrekkene i *La Distinction* eller *De la Justification* på fem små sider, og det hjelper dårlig at han selv ofte framstår med en uklart forståelse av teoriene – og kritikken – han presenterer.

For en etablert kulturforsker kan nok boken ha sin verdi som en lynrask påminnelse om noen nyere arbeider det er verdt å sette seg mer inn i. For nye på fagfeltet – deriblant studenter – vil nok desverre en så stikkordsmessig framstilling neppe gi så mye mer enn noen kultursosiologiske *slogans* og en illusjon om oversikt.

Fra et nordisk og medievitenskaplig synspunkt er boken interessant som en kraftig påminnelse om faggrenser: De nordiske arbeidene som trekkes fram er i all hovedsak gjort av norske sosiologer. Om en kan beklage, men forstå avgrensingen til Norge utifra en forlagsmessig læreboklogikk, framstår sosiologfokuset og gjengivelsen av den norske kultursosiologiens institusjonalisering (s14-15) – uten å i det hele tatt å nevne fagmiljø som etnologi, historie, litteraturvitenskap eller medievitenskap – som utillatelig provinsiell, tilsynelatende uvitende om at de sosiologiske institutter, og har historisk vært, nokså marginale i norsk kultursosiologi.

Spesielt de siste to kapitlene, der Larsen stirrer inn i det lovende landet for sin egen *pragmatisk kultursosiologi* – om hvis lite blir klart utover at den "forholder seg til teori på en pragmatisk måte" (s101), "har en åpen holdning" (s102) og er "empirisk drevet" (s98) gjør det fristende å sende en pail med Jostein Gripsruds *Dynasty Years* (1995) som Marshallhjelp fra norsk medievitenskap til Oslos sosiologkultursosiologer.

At boken gjennom overtillpasning til lærebokmarkedet har blitt nok en av forlagenes mange *Blanc bleu belge* er synd. Vi får håpe at Larsen en gang får tid og plass til å videreutvikle dette til boken som disse perspektivene fortjener.

Jan Fredrik Hovden
 Institutt for informasjons- og
 medievitenskap
 Universitetet i Bergen

Konstkritiken och det nationella i Finland och Sverige 1950-2000

Fred Andersson

Konstvetenskap
Åbo Akademi

Vad är konstkritikens funktion?

I begynnelsen var den europeiske konstkritikern en passionerad amatör som skrev för andra amatörer. Kritikern förväntades inte veta mer om konst än vad läsarna gjorde. Detta var en tid då den läsande publiken i stort sett fortfarande bestod av samma sorts "gentlemen" som Addison och Steele riktat sig till i *The Spectator* på 1710-talet. Ännu var upplagorna så små och spridningsområdet så litet att idéer inte alltid spreds snabbare via det tryckta ordet än det handskrivna. Men 1800-talet innebar även i ett agrarland som Finland en urbanisering och så småningom framväxten av en masspublik i modern mening. Tidigare okända begrepp som medborgare och befolkning spreds och etablerades. I den förmoderna staten hade det ännu inte funnits någon befolkning, bara högre och lägre stående individer. Den nya tiden krävde en nationalstat samlad kring en gemensam historia och ett gemensamt språk. Snellman och andra medlemmar av en ny intelligencia gav sig ut på jakt efter den *population* som så småningom skulle befolka deras nationella utopi.

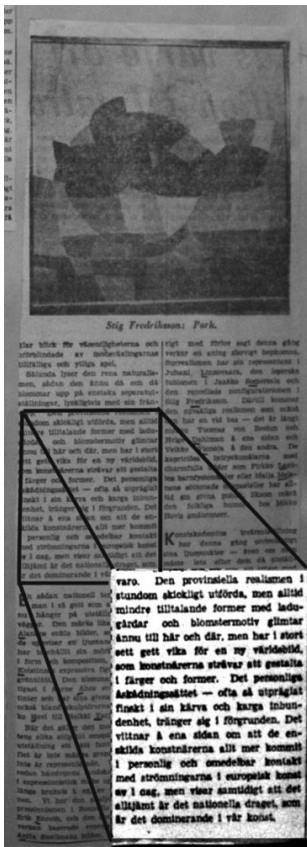
Den moderna nationen som estetisk gemenskap

Med den moderna *populationen* uppstod också det som Michel Foucault i sina studier har betecknat som *biopolitik*. Förändringen kan beskrivas som att grunden för samhällets gemenskap flyttades från ett synligt och medvetet plan till ett osynligt, till biologin. Gemenskapen hade tidigare definierats via inläring och uppfostran i en högre social klass. Nu blev den liktydig med folkets spontana existens som *population*. Immanuel Kant lyckades formulera de nya idéerna i klartext när han hävdade att grunden för det estetiska omdömet är ett "obligatoriskt" välbehag giltigt för *envar* (Jedermann). Ur denna begreppsliga sammankoppling av estetisk förmimelse och kollektivitet utvecklades tanken att *estetisk fostran* är ett sätt att förverkliga nationell enhet. I det finska skolväsendet minner begreppet *konstfostran* fortfarande om denna tanke. Konstkritikerns roll blev i detta sammanhang att skapa ett språk där den intuitiva och egocentriska erfarenheten kunde översättas till ett diskursivt plan. På detta diskursiva plan kunde konstens funktion som en del av det allmänna bästa ständigt bekräftas via kritikerns värdeomdömen. Det nationella i konstkritiken behövde därför inte alltid handla om explicita omnämmanden av nationella teman. Det kunde också föreligga som återkommande mönster i den ström av *konstprat* (*discourses de l'art*) där värdeomdömen successivt formade *kanon* för "vår konst".

Projektets start och projektgruppen NAC

Med dessa antaganden som grund har Fred Andersson under fyra års tid studerat konstkritik i projektet ”Konstkritiken och det nationella” där han hittills har varit ensam som aktiv forskare. Anderssons undersökningar startade våren 2008 med ett bidrag från en svensk forskningsfond. Vid den tidpunkten gällde projektet endast rikssvensk konstkritik och huvudsyftet var att inventera det arkiv över konstkritik som skapades vid Institutionen för konstvetenskap vid Lunds Universitet under åren 1965-2004. Arkivet var under lång

Ur Centralarkivets klippböcker: *Hufvudstadsbladet* 16 november 1956. Presidentparet Kekkonen och intendent Aune Lindström vid vernissagen av Finlands konstakademis tredjeårsutställning. Presidentens närvaro understryker den nationella betydelsen hos dessa triennaler. De enskilda konstnärerna och det enskilda museet är underordnat den implicita uppgiften att manifestera nationens enhet som en estetisk enhet – en enhet i mångfalden av konstnärer och konstnärliga uttryck. Den anonyme skribenten framhåller att tredjeårs-utställningen ger ”en överblick över vad som åstadkommits inom konstens olika grenar” med ”ett så sakligt och representativt tvärsnitt genom vår aktuella konst som möjligt.” År 1956 understryker bruket av orden ”vår konst” en intim koppling mellan statliga och estetiska angelägenheter som idag år 2013 redan känns mycket avlägsen.



Ur Centralarkivets klippböcker: Erik Kruskopf recenserar tredjeårsutställningen i *Hufvudstadsbladet* den 25 november 1956. Han skriver att utställningen visar hur ”den provinsiella realismen” har trätt tillbaka för ”en ny världsbild” hos modernister som Stig Fredriksson (bilden) men att dessa nyheter inte är främmande utan tvärtom en genuint nationell individualism i annan skepnad: ”så utpräglad finsk i sin kärva och karga unbundenhet”. Genom denna retorik kunde finländska kritiker under 1950- och 60-talen balansera motsättningen mellan internationella influenser och det nationella projektet.

tid en separat forskningsenhet under namnet Dokumenteringsarkiv för modern konst, eller ”Dokark”. Efter att Andersson börjat undervisa i Åbo breddades projektet till att också gälla Finland. Men eftersom samtliga inblandade forskare har svenska som modersmål har vi tills vidare begränsat den finska delen av undersökningen till svenskspråkig press i Finland. Projektet gäller endast dagspressen (tidningar som utkommer mer än två dagar i veckan), och tidsperioden är begränsad till 1900-talets andra hälft.

Sedan 2009 drivs projektet formellt av vår forskningsgrupp NAC (*Nordic Art Criticism*), initierad av ämnet Konstvetenskap vid Åbo Akademi år 2009. Gruppen består av professor Lars Berggren och FD Fred Andersson vid Avdelningen för konstvetenskap (Åbo Akademi), docent Patrik Lundell (Medievetenskap, Lunds Universitet), och FD Ralf Kauranen (Sociologi, Åbo Akademi). Inledande forskning har bedrivits på halvtid av gruppens kontaktperson Fred Andersson under åren 2010-2012 med finansiering från familjen Gyllenstiernas stiftelse i Sverige och Svenska Kulturfonden i Finland. Anderssons forskning har skett i samarbete med forskare Maritta Mellais vid Centralarkivet för konst i Helsingfors och arkivarie Annika Tergius vid Landsarkivet i Lund. Vi önskar gärna att finskspråkiga forskare med intresse av framtida samarbete kontaktar oss.

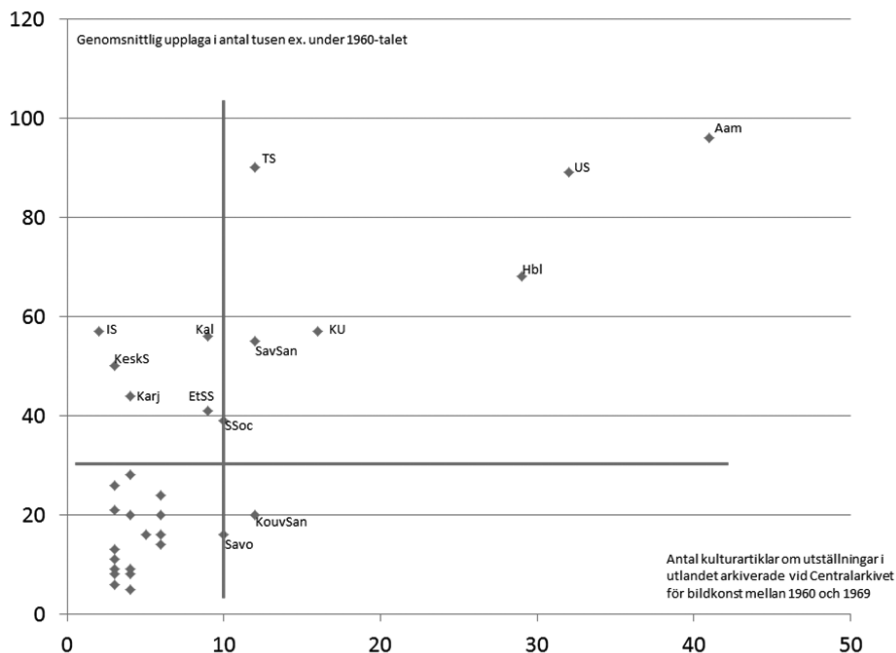
Projektets syfte och metod

Syftet med projektet är att undersöka sambandet mellan konstkritiken och det nationella – särskilt när kritiken blir en del av städers och regioners kulturella självmedvetande. Mer specifikt undersöks hur konstkritiken avspeglar idéer om estetisk träning som en del av nationens organiska gemenskap. Vidare undersöks de lokala konstkritikernas bidrag till framväxten av ett alltmer organiserat konstliv i landsorten. Begreppsparet centrum och periferi är viktigt i projektet. De moderna nationalstaternas idéer om estetisk träning för folket var ett upplysningsprojekt med målet att sprida de normer som nationens centrala kulturinstitutioner representerade. Samtidigt utvecklade de perifera orternas kulturintresserade medelklass sina egna estetiska umgängesformer med den lokale konstkritikern som talesperson. Kunskafer om konsten i nationella och internationella centra kunde då legitimera den lokale kritikerns status.

För att undersöka detta samspel mellan centrum och periferi under en period av 50 år krävs inte bara studium av enskilda texter utan också insamlande av statistik. Ett exempel på den statistik vi hittills fått fram är diagrammet i figur 1, som visar antalet artiklar i delregistret *Näyttelyt ulkomailla* (utställningar i utlandet) vid Centralarkivet för bildkonst i Helsingfors. Detta särskilda delregister omfattar endast artiklar från åren 1961-69, medan däremot arkiveringen av artiklar i kategorin *Näyttelyt ulkomailla* har pågått ända sedan 1920-talets början, och varit en prioriterad del av dokumentationen av den unga nationens kulturförbindelser. Artiklarna är fördelade på tidningar och ort. Den mycket ojämna distributionen av artiklar om utställningar i utlandet kan antas avspegla dels Helsingforspressens kulturella dominans, dels arkivets samlingspolitik under den nämnda perioden. När antalet artiklar ställs i relation till tidningarnas upplaga (figur 2) kan diagrammet ge en bild av kulturellt kapital i förhållande till ekonomiskt.

Projektet upprättar ett register över svenskspråkig konstkritik på basis av digitaliserade uppgifter från serien *Svenska Tidningsartiklar* samt det mikrofilmade klipparkivet vid Centralarkivet för bildkonst. Syftet med registret är tvåfaldigt: Dels att skapa ett samman-

Figur 2.



Not: Korrespondens mellan upplaga och artikeffrekvens för medierna i Figur 1. *Iltä-Sanomats* (IS) höga upplaga med indikation på låg kulturell ambition överensstämmer med heuristiska antaganden om kvällstidningar. Jfr särskilt *Hufvudstadsbladet* (Hbl) och *Kouvolan Sanomat* (KouvSan). Värdena för *Helsingin Sanomat* befinner sig utanför diagrammets räckvidd.

”Vår konst” – ett område av stor nationell vikt

För närvarande förbereder Fred Andersson också en historik över rapporteringen i pressen om finländsk konst i utlandet. Materialet kommer från delregistret *Näyttelyt ulkomailla* vid Centralarkivet i Helsingfors. Det är slående hur intensivt de finländska tidningarna rapporterade om det mottagande som nationens konstutställningar fick i utlandet. Omdömen ur utländsk press refereras och citeras noggrant. I samband med särskilt viktiga visningar av finländsk konst, till exempel Konstakademiens och Finland-Amerikaföreningens konstturné i USA under 1952, fyller enbart pressreferaten stora spaltutrymmen. Det hela påminner om den betydelse som sportvärlden fortfarande har för länders internationella status. Bevakningen verkar vara lika intensiv i den finlands-svenska pressen som i den finska.

Den finländska konsten benämns genomgående som ”vår” konst. Beteckningen ”vår” verkar helt oproblematiskt och är frekvent förekommande i såväl rubriker som löpande text – detta gäller för övrigt inte bara för utlandsmaterialet utan också för konstbevakningen som helhet under femtioårsperiodens två första decennier. Det enda exemplet vi har hittat där det finlandssvenska sätts i fokus kommer från *Åbo Underrättelser* den 16 november 1953. Kommentaren gäller typiskt nog beslutet att kalla en utställning i Sverige för ”Ung finsk konst” istället för ”Ung finländsk konst”.



Ur Centralarkivets klippböcker: *Aamulehti* och *Hufvudstadsbladet* den 8 januari 1957. Konstnären Arvid Broms väggmålning i Porthania invigs med ett symboliskt handslag mellan rektor Edwin Linkomies och donatorn, direktör Matti Janhunen. Liksom i Sverige ställs den abstrakta konsten förhållandevis snabbt i den offentliga utsmyckningens tjänst, både via offentliga medel och via privata donationer. På temat ”Framåt och uppåt” tolkar Arvid Broms i abstrakt form den framstegsanda som skall inspirera studenterna – nationens framtida elit. Skribenten liknar målningen vid ”[b]öljegang och vårvindar, skum och stormilar, hägringar och lätta stävars färd över klara ytor” och kopplar därmed den akademiska gemenskapen till den sorglösa naturupplevelsens gemenskap. Ett ideologiskt samband uttrycks som om det *inte* rörde sig om ett ideologiskt samband – ett drag som kännetecknar mycket av konstkritikens retorik.

Vid jämförelsen av 1950-talets pressklipp med tidigare och senare klipp syns ett tydligt och kanske inte helt oväntat mönster. I ett första skede beskrivs den unga statens internationella konstutbyte som ett sätt att göra finländska konstnärer och finländska seder och bruk kända i omvärlden. Fokus ligger därför på guldålderns konst och vissa senare men traditionellt inriktade konstnärer. Under 1950-talet sker en successiv förändring där utställningarna mer och mer förknippas med framsteg och modernitet, och där formgivningen får allt större utrymme. Namn som Aalto, Bryk och Wirkkala blir emblematiska för en form som är högmodern och samtidigt rotad i finsk natur och finskt hantverk.

Mest intensivt märks kanske detta i bevakningen av världsutställningen i Montreal 1967, där Ilvessalo, Kaipiainen, Pullinen, Tapiovaara och Wirkkala deltog med gigantiska installationer. Framträdande i jämförelse med Sverige är förstås också det ganska intensiva utbytet med länder som Östtyskland. Under 1970-talet och fram till idag blir det allt ovanligare att den nationella dimensionen kommenteras direkt i texterna. Däremot kan den framträda mer implicit, till exempel när ”fri” finsk konst ställs mot ”ofri” östkonst.

Resultat och fortsättning

Avslutningsvis kan vi dock konstatera att projektet ännu inte sammanställt ett tillräckligt underlag för att på ett mer nyanserat sätt ta ställning till den centrala frågeställningen om konstkritiken och det nationella. Det mesta av tiden har ägnats åt registrering av artiklar och sammanställning av statistiska data. Förhoppningsvis kommer medel att ställas till förfogande för assistans med detta arbete – det gäller ju registreringen av hela 50 års svenskspråkig konstkritik. Mer tid kan då ägnas åt att på allvar undersöka vad den finländska konsten och konstkritiken har haft för betydelse för konstruerandet av en ung nations enhet och identitet. Huvuddelen av det material vi hanterar i projektet är dock rikssvenskt, och förhoppningsvis kommer arbetet att kunna resultera i artiklar av flera forskare på båda sidor av Östersjön.

Publicerat

Andersson, Fred: 'Prat om konst och prat om Finland – reflektioner från ett projekt om det nationella i konstkritiken', *Ikaros*, nr 3 2010, s. 5-7, http://www.fbf.fi/ikaros/arkiv/2010-3/310_andersson.pdf

Finansiärer

Gyllenstiernska Krapperupstiftelsen, Sverige: www.krapperup.se
Svenska Kulturfonden i Finland: www.kulturfonden.fi
Åbo Akademi: www.abo.fi

Meaning Across Media

Cross-media Communication and Co-creation

Kjetil Sandvik

Department of Media, Cognition and Communication
Film and Media Studies Section
University of Copenhagen

Introduction

The vast spread of the internet and mobile media over the last two decades has generated great hopes and deep worries – in public debate as well as in research. Following from this, international media and communication research is currently engaged in a longer and deeper process of examining and assessing the cultural consequences of networked communication. *Meaning Across Media*, which is a three year collective research project funded by the Danish Council for Independent Research headed by Associate Professor Kjetil Sandvik and located at the Department for Media, Cognition and Communication, University of Copenhagen, joins this process, departing from the ongoing transformation of the Danish media environment, and relating local findings and perspectives to changes in communication flows and practices worldwide. Previous research has examined the production and uses of the contents of various media, but mostly in comparative isolation from each other. *Meaning Across Media* examines the different modes of communication that users engage in as distributors, remixers, as well as producers in their own right, thus proposing the important question: *Which communicative roles do the users of new, digital media engage in?* Audience and reception studies have traditionally asked not only what media do to users, but also what users do with media: how do people use, interpret, and otherwise engage different types of media. Some users may just employ one of the modes above, some all four of them. Whereas the concept of cross-media communication has most commonly been used to refer to media institutions and their communication strategies, the focus of *Meaning Across Media* will be on the user perspective proper. An important task in grasping the user perspective today is to consider the diverse modes of engagement and various degrees of participation and co-creation taking place – by individual users and through user networks in which media content is being shared, distributed, commented upon, edited and added to.

Participants and Sub-projects

Project 1: *Co-creating smart cities: cross-media communication in the public sector*

By Kjetil Sandvik (associate professor, University of Copenhagen)

Smart cities are cities in which digital technology utilizes “networked infrastructure to improve economic and political efficiency and enable social, cultural and urban development” (Hollands 2008). This project focuses on how mobile and networked media, specifically smartphones and social network applications, may be used to augment citizens’ encounters with public institutions (e.g., libraries or museums): how may new media facilitate public communication as composition, collaboration, participation and/or co-creation? While much research on ‘social’ and other ‘new’ media has emphasized their implications for either political participation or commercial strategies, this project will throw new light on cross-media communication as it relates to public participation in classic cultural institution and doing this not just by focusing on the institutional perspectives (Drotner et.al. 2011, Simon 2010) but by exploring the media’s possibilities for creating new augmented experiences for the users.

Project 2: *Speaking of the weather: communicating about climate change*

By Klaus Bruhn Jensen (professor, University of Copenhagen)

This project conducts a qualitative study of how media users make sense of climate change, as they flow across different platforms and genres, and in their networked interactions with each other. The study addresses the relationship between communication and action: how do various communicative genres and user roles anticipate how people could (or should) act in potentially momentous matters, such as climate change? Communication necessarily ends; what do people do about the weather when they stop talking?

Project 3: *Exercising with the smartphone*

By Stine Lomborg (associate professor, University of Copenhagen)

This project conducts a study of how social media applications on the smartphone, and the networked communications that such apps facilitate, may serve to support and motivate a healthy, active lifestyle. The relationship between apps and everyday activities: how do particular design, communication and connectivity features of smartphone apps add to the experiences and everyday habits of users? How can app developers and small internet businesses involve their target groups as co-creators of their product by using behavioral log and network data (produced by user participation) to better understand their target groups and possibly simultaneously enhance business value?

Project 4: *Gamification in cross-media communication*

By Anne Mette Thorhauge (associate professor, University of Copenhagen)

This project conducts a study of ‘gamification’ – the use of computer game designs and techniques – as an aspect of cross-media and networked communication. Can game dynamics help to explain how communication unfolds and how people relate to each other across media and contexts? Gamification represents a particular conception of the dynamics of networked communication, also beyond gaming. Does gamification offer a relevant theoretical framework for understanding and explaining networked communication in social media? And, in practice, might game dynamics motivate behavior change in areas such as physical exercise when integrated into app designs?

Project 5: *DR's Digital Cultural Heritage Project and User Engagement*

By Bjarki Valtýsson (associate professor, University of Copenhagen)

DR's digital cultural heritage project gives access to an archive consisting of material from DR and seven other Danish cultural institutions. The purpose of this research is to conduct a qualitative study on how users interact with this archive, what engages them to participate and what they expect to gain from their participation. DR's digital archive provides a special opportunity to detect users' new modes of engagement and participation (Carpentier 2011). Will online engagement foster offline interests and visits to cultural institutions? Will users consume? Will users create? In other words, will they accept a more static version of the cultural heritage, or will they use the affordances provided by digital communication to bring the cultural heritage alive?

Project 6: *News production as invitation to co-creation*

By Mette Mortensen (associate professor, University of Copenhagen)

This project performs a qualitative study of how DR's practices of news production across platforms may facilitate user collaboration, participation and co-creation. Media convergence has changed the food chain and flow of information into journalistic genres (Jenkins 2006b; Jensen 2010); it has invited cross-media production and distribution of news (e.g. Couldry et. al. 2007; Fenton 2010; Schröder & Larsen 2010); and it has enhanced user involvement (e.g. Bruns 2008, Deuze 2007). How might the democratic functions of a public service institution such as DR be conceived in the new media landscape? What are the limits to public participation in creating media content? And, how are the boundaries negotiated between professional and non-professional news producers?

Project 7: *News consumption as social sharing*

By Jakob Linaa Jensen (associate professor, Aarhus University)

This project focuses on the changing patterns of news consumption among Danish citizens, following the addition of social media to the existing circuit of newspapers, radio, TV and websites. News consumption, thus, gains an added social dimension of sharing links and stories among ordinary users. This project examines, first, which media are used to access news, when at home, at work or on the move. Second, it investigates whether and how citizens share links to news stories through social media such as Facebook and Twitter. In terms of the five main modes of user engagement, this project focuses on collaboration (sharing), but also addresses participation and content curating: it may be expected that news sharing can contribute to agenda-setting and, perhaps, ultimately to political participation, formally or informally. Changing patterns of news consumption, thus, hold major implications for the current state and future of democracy.

Project 8: *Co-creating democracy? A quantitative study of cross-media news use (PhD project)*

By Jacob Ørmen (PhD student, University of Copenhagen)

Based on the quantitative baseline of the project, this study examines, first, whether and how media users participate in the production of classic political news across platforms and, second, how they perceive the opportunities for genuine political influence through news media. Developing a differentiated understanding of 'production' – encompassing both actual participation in the generation of news stories (e.g., through citizen journalism) and subsequent interaction with news content (e.g., through comments) – this

study will map the various participatory strategies that news users follow to influence political agendas. Despite the undeniable potential of new media types (e.g., Web 2.0 applications) and new technological platforms (e.g., smartphones) for enhanced public participation in news production (e.g. Bruns 2005; Benkler 2006), it remains an empirical question – with significant social and political implications – whether and how ordinary users in fact utilize these tools to influence public agendas.

Bibliography

- Benkler, Y. (2006) *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven CT: Yale University Press
- Bermejo, F. (2007) *The Internet Audience: Constitution and measurement*, New York: Peter Lang Publishing
- Bruns, A. (2005) *Gatewatching: Collaborative online news production*, New York: Peter Lang Publishing
- Bruns, A. (2008) *Blogs, Wikipedia, Second Life and Beyond: From Production to Produsage*. New York: Peter Lang Publishing
- Carpentier, N. (2011) *Media and Participation. A Site of Ideological-Democratic Struggle*. Brisol: Intellect
- Christakis, N. & Fowler, T. (2010) *Connected. The amazing power of social network and how they shape our lives*, New York, Boston and London: Backbay Books/Little, Brown and Company
- Couldry, N. (2006) "Culture and Citizenship: The Missing Link", in: *European Journal of Cultural Studies*. vol. 9 no. 3
- Creswell, J.W. (2009) *Research Design. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, Los Angeles: Sage
- Deuze, M. (2007) *Media Work*, London: Polity Press
- Downing, J. (2008) "Social Movement Theories and Alternative Media: An Evaluation and Critique", in: *Communication, Culture & Critique* 1
- Fenton, N. (ed.) (2010) *New Media, Old News: Journalism and Democracy in the Digital Age*, London: Sage
- Halkier, B. (2008) *Fokusgrupper* [Focus groups], Copenhagen: Samfundslitteratur.
- Hollands, R.G. (2011) "Will the real smart city please stand up", in: *City* 12 (3)
- Hollstein, B., & Straus, F. (eds.). (2006) *Qualitative Netzwerkanalyse. Konzepte, Methoden, Anwendungen*, Wiesbaden: VS-Verlag.
- Jenkins, H. (2006a) *Fans, Bloggers and Gamers: Exploring Participatory Culture*, New York: New York University Press
- Jenkins, H. (2006b) *Convergence Culture. Where old and new media collide*, New York: New York University Press
- Jensen, K.B., & R. Helles (2011) "The Internet as a Cultural Forum: Implications for Research", in: *New Media & Society*
- Jensen, K.B. (2010) *Media Convergence: The Three Degrees of Network, Mass, and Interpersonal Communication*, London and New York: Routledge
- Kozinets, R.V. (2010) *Netnography. Doing Ethnographic Research Online*, Los Angeles: Sage Publications
- Krippendorff, K. (1981) *Content Analysis: An Introduction to its Methodology*, Thousand Oaks: Sage Publications
- Markham, A.N. & N.K. Baym (eds.) (2009). *Internet inquiry, conversations about method*, London: Sage Publications
- Mason, J. (2002) *Qualitative Researching*, London: Sage Publications
- Morgan, D.L. (1997) *Focus Groups as Qualitative Research*, London: Sage Publications
- Mortensen, M. (2011) "When Citizen Photojournalism Sets the News Agenda: Neda Agha Soltan as a Web 2.0 Icon of Post-Election Unrest in Iran" in: *Global Media and Communication*, vol. 7, no. 1
- ONG: Offentlighedens nye grænseflader/New Borderlines of the Public Pher (2009). "Foreløbige resultater af omfattende undersøgelse af danskernes mediebrug" [Preliminary findings from an extensive survey of the Danes' media use]. [<http://ong.au.dk/index.php/en/archive/29-aktuelt/67-danskernes-mediebrug>]
- Petersen, A.B. & S.K. Rasmussen (eds.) (2007) *På tværs af medierne* [Across media], Århus: Ajour
- Peterson, E.T. (2004) *Web Analytics Demystified. A marketer's guide to understanding how your web site affects your business*, Portland: Celio Group Media
- Pew Internet (2011) *The social side of the internet*, Washington DC: Pew Research Center
- Prahalad, C.K. & Ramaswamy, V. (2004) *The Future of Competition. Co-creating unique value with customers*, Cambridge MA: Harvard Business School Press
- Simon, N. (2010) *The Participatory Museum*, Santa Cruz: Museum 2.0

- Schröder, K. et.al. (2003) *Researching Audiences*. London: Arnold.
- Schröder, K. & B.S. Larsen (2010) "The Shifting Cross-Media News Landscape", in: *Journalism Studies* 11(4)
- Turner, F. (2006) *From counterculture to cyberculture*, Chicago: University of Chicago Press
- Wasserman, S. & Faust, K. (1994) *Social Network Analysis: Methods and Applications*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Weiss, R.S. (1994) *Learning from Strangers. The Art and Method of Qualitative Interview Studies*, New York: The Free Press.

Broadcasting in the Post-Broadcast Era

Policy, Technology, and Content Production

Taisto Hujanen

School of Communication, Media and Theatre (CMT)
University of Tampere

Background

Despite continuing social, economic and political importance in Europe, broadcasting is losing ground as a socially privileged cultural form and the primary electronic mass communication technology. *Digitalisation* was supposed to safeguard the future of broadcasting in the development of the European Information Society through convergence, but it has mainly intensified the market dependence and orientation of broadcasting and opened a new set of problems. Policy plans concerning the use of the *digital dividend* are shifting the focus to online audiovisual services and related broadband strategies. The rapid development of mobile broadband has intensified competition for radio spectrum space.

Discussion about how to use of digital dividend focuses on terrestrial distribution of radio and television signals, characterised as free-to-air broadcasting (FTA). That is the historic justification for broadcasting's universal service orientation. This principle was first undermined by cable and satellite delivery that now dominates television distribution in densely populated areas. This development encouraged a shift from broadcasting towards narrowcasting – from service intentions for broad and large audiences to segmented audiences, but this particular shift was not yet the end of the broadcast era. Radio and television remained comparatively broad in their reach for audiences and co-related practices of production and distribution. In other words, those changes did not threaten the social and cultural relevance of broadcasting.

However, the development of the Internet and network communication is evolving a different media ecology where broadcasting risks marginalisation. The values of network communication are radically different compared with traditional broadcasting, as illustrated in a range of pertinent dualisms; national vs. global, collective and national identities vs. individualism, audiences vs. publics, professional autonomy vs. participation and interactivity. The question is whether it is possible to create a socially beneficial balance in the emerging ecology?

This overview suggests that what is emerging today is a true *post-broadcast era*. New media is not only recontextualising television and broadcasting in general (Turner and Tay 2009), but also redefining and to an as yet undetermined degree even replacing

it. The purpose of this research project is to understand the dynamics and implications for broadcasting in that era. The transition can be understood as a gradual process with several stages. How it unfolds needs to be researched because there are policy and society implications that deserve deeper consideration. Current changes in media policy, legislation and spectrum planning are important because they are A) reinterpreting the past and defining the directions for change in the media ecology and B) redefining the industry with implications for future options to be offered or withdrawn from users of media services.

This four-year (01.09.2013 – 31.08.2017) research project is funded by the Academy of Finland and implemented in the School of Communication, Media and Theatre, University of Tampere, Finland. The management team consists of professors Taisto Hujanen (taisto.hujanen@uta.fi) and Gregory Ferrell Lowe (greg.lowe@uta.fi).

Objective

The objective of the project is to describe and critically analyse broadcasting as technology and as cultural form in the emerging context of network communications. More specifically, we aim to identify, characterise and analyse the ongoing processes of mediation as constructed by the encounter between broadcast media and network communication. Aligned with theories on remediation (Bolter and Grusin 1999) and intermediality (Herkman et al. 2012), we understand mediation as a process that integrates technologies and their use with co-related social and cultural meanings and practices. This area of developing media theory is critical to essentialist notions of specific media like radio or television, and emphasises mediation as continuous processes of transformation, negotiation and contest. Following Holmes (2005) we concur that critically reflecting links and integration will mature understandings of social practices and meanings of the broadcasting tradition, and reappraise their value and relevance for the emerging media ecology.

The governing research questions of the project can be divided into two main categories:

Q1 *Broadcasting as technology*

How much and in what sense is broadcasting as a social institution dependent on distinctive technological platforms? Is it possible to transfer institutional dimensions of broadcasting to online and mobile broadband environment? How does the change impact universality of services and open access?

Q2 *Broadcasting as cultural form*

Can broadcasting as mass communication complement and enlarge the interactivity of network communication? How should the dimension of ‘mass’ in broadcast media as mass communication be re-articulated and evaluated in the Internet-dominated media environment? As an operational strategy and as a concept for services, is ‘broadcasting’ applicable in online networks and for mobile broadband?

Methodologically the project will combine detailed analysis of media policy with a tight focus on key areas of public service content production, here focused on journalism, documentary and drama. In the spirit of what is identified as an institutional view of technology (Katzenbach 2012), we will investigate interrelationships between explicit,

formal rules of policy & regulation, and common beliefs, mutual expectations as well as cognitive frameworks of the fields under study.

The two research perspectives are entitled as Focus A (Transitions of Broadcasting Policy and Technology) and B (Transitions of Public Service Content Production).

Focus A: Transitions of Broadcasting Policy and Technology

We hypothesise that four interrelated factors are driving the decline of broadcasting in Europe. 1) There is external political and economic pressure for re-allocating even more broadcast spectrum for mobile broadband, originating from neighbouring regions with less broadcasting services. 2) There is internal cultural and social pressure to shift resources and talent from broadcast operations to online and mobile media development inside European media organisations as resources decline, costs rise and they update and redefine their values, objectives and operational strategies.

These forces are amplified further by 3) changes in audience behaviours with media, as well as perceptions of media, which will be co-related with increasing demand for mobile broadband that require strategic responses in media markets. Finally, 4) with the completion of digitalisation of television the focus of communications policy in the EU is shifting to broadband both at national and EU levels. This is compounded by the increasing economic importance of the Internet. In this context, European political and economic elites will tend to underestimate the social role and societal value of broadcasting for the future. This interpretation is reflected in changes of media policy, communications legislation and spectrum planning, which intensify the spiral of decline.

Research Questions

QA1 – How do political and economic elites in Europe understand the present and future role of broadcasting as a social practice and an operational and technological solution for mass communications?

QA2 – How do media policy, communications legislation and spectrum planning, as well as public subsidies concerning electronic communications, change after and during the final stage of digitalisation of television in Europe (2007-2017)?

QA3 – What is the available supply and demand of radio spectrum for free-to-air (FTA) broadcasting and how has the cost of utilising these frequencies developed in Europe (2007-2017)?

QA4 – To what extent and on which conditions could the current social and political role, as well as legal obligations, of European broadcast media be implemented on other technological platforms, especially mobile broadband Internet?

This research is coordinated by Marko Ala-Fossi (marko.ala-fossi@uta.fi); Postdoctoral Researcher for the period 01.01.2014 – 31.12.2016.

Focus B: Transition(s) of Public Service Content Production

This part of our study aims at a concrete empirical analysis of the key strategic areas (cf. genres) of content production. The point is to demonstrate the struggles and negotiations between broadcasting tradition and network communication in practical, operational

results. This is important to empirically establish what is at stake. The main areas under study are journalism, documentary and drama as operational endeavours of the trilogy of public service functions commonly described as information, education and entertainment. Analysis will focus on strategies and practices of multi-platform publishing and consequent product / service differentiation.

Research Questions

QB1 – What sort of mediation processes do these concepts and formats represent?

QB2 – How do they negotiate a balance and / or hybridization between values and identities of broadcasting and those of network communication?

QB3 – What kind of authorships do they represent? What sort of professional identities and practices are developed? How are the professional autonomy and editorial independence constructed in relation to interactivity and participatory forms of content production?

QB4 – How is the aesthetics of each area changing? What sort of value conflicts and / or hybridization are evident?

The analysis will consist of several sub-studies conducted both as post-doctoral research and as doctoral studies. The main themes of this research are listed below.

Focus B themes of research, research fields and names of researchers

B1 JOURNALISM

- Interactive and participatory concepts and formats in news and current affairs (journalism research, by *Heikki Heikkilä*)
- Re-negotiation of public service values and professional ideology in news and current affairs (journalism research, by *Eeva Mäntymäki*)

B2 DOCUMENTARY

- Radio documentary in public service media: towards integration of broadcasting documentary and multi-platform concepts (broadcasting research, by *Hannu Karisto*)
- Changing conceptions of audience(s) and re-negotiation of quality in television documentary production (broadcasting research, by *Pentti Väliahdet*)
- Television documentary as a cultural form and public discourse (media studies, by *Iiris Ruoho*)

B3 DRAMA

- Serialisation and multi-platform concepts of television drama: transition of aesthetics, authorship and values (media studies, by *Heidi Keinonen*)
- Multi-platform production and broadcast television: a comparative study on television production in Israel and Finland (media studies, by *Heidi Keinonen* and *Oranit Klein Shagrir*). Implemented in cooperation with the Open University of Israel.

About research environment and organisation

Within the School of Communication, Media and Theatre (CMT) the research is administered by the Tampere Research Centre for Journalism, Media and Communication (COMET, <http://www.uta.fi/cmt/en/research/comet/index.html>). The coordination team (C4) for the project, in addition to the two senior faculty (Taisto Hujanen and Gregory Ferrell Lowe), consists of two post-doctoral researchers, Marko Ala-Fossi and Heidi Keinonen.

The project will be supported by two international partner groups: a) an academic group which consists of six (6) European scholars, including three (3) members of the DRACE group (Digital Radio Cultures in Europe, <http://www.drace.org>), and b) a practitioner partner group of six (6) professionals in key positions at either the Finnish Broadcasting Company (YLE) or an independent Irish production company (Athena Media). Concerning data collection and analysis, the academic partners will especially facilitate the research for Focus A and practitioner partners for Focus B. The members of the academic partner group come from Austria, Denmark, Ireland, Norway, Spain, and UK. The implementation of Focus B (Journalism) will include cooperation with Donald W. Reynolds School of Journalism and Center for Advanced Media Studies, University of Nevada (with professor Alan G. Stavitsky).

The project is also linked with the RIPE initiative (<http://ripeat.org>) which in the course of more than ten years has developed a global network of academicians and practitioners to discuss current issues of public service broadcasting and public service media.

References

- Bolter, J.D. & Grusin, R. (1999) *Remediation: understanding new media*. Cambridge & London: The MIT Press.
- Herkman, J. & Hujanen, T. & Oinonen, P. (eds.) (2012) *Intermediality and Media Change*. Tampere: Tampere University Press.
- Holmes, D. (2005) *Communication theory: media, technology and society*. London: Sage Publications.
- Katzenbach, C. (2012) 'Technologies as Institutions: Rethinking the Role of Technology in Media Governance Constellations'. In N. Just & M. Puppis (eds.) *Trends in Communication Policy Research: New Theories, Methods and Subjects*, pp. 117-137.
- Turner, G. & Tay, J. (eds.) (2009) *Television Studies After TV. Understanding Television in the Post-Broadcast Era*. London and New York: Routledge.

Forskningsanslag 2013

Danmark	104
Finland	107
Norge	110
Sverige	113

Danmark

Den Fynske Bladfond

Center for Journalistik
Syddansk Universitet
Journalistisk fellowship

1 500 000 DKK

Det Frie Forskningsråd, Kultur og Kommunikation

Morten Bjerregaard Michelsen

Københavns Universitet
Institut for Kunst- og Kulturvidenskab
*A Century of Radio and Music in Denmark: Music Genres, Radio Genres,
and Mediatization (RAMUND)*

6 443 533 DKK

Ton Otto

Aarhus Universitet
Institut for Kultur og Samfund
Camera as Cultural Critique: Transcultural Dialogue in a Digitized World

6 479 913 DKK

Konference

Slavko Kacunko

Københavns Universitet
Institut for Kunst og Kulturvidenskab
FRAMINGS. Scientific Conference on Frames

79 200 DKK

Tidsskrift

Nicolai Jørgensgaard Graakjær

Aalborg Universitet
Institut for Kommunikation
MedieKultur

150 000 DKK

HERA (EU)

Andrew Higson

University of York

Ib Bondebjerg

Københavns Universitet
Institut for Medier, Erkendelse og Formidling
Afdeling for Film- og Medievidenskab

Caroline Pauwels

Vrije Universiteit Brussel
Mediating Cultural Encounters Through European Screens (MeCETES)

1 000 000 €

Golo Föllmer

Martin-Luther-University Halle-Wittenberg

Per Jauert

Aarhus Universitet
Institut for Æstetik og Kommunikation

Jacob Kreutzfeldt

Københavns Universitet
Institut for Kunst- og Kulturvidenskab

Peter Lewis

London Metropolitan University

Caroline Mitchell

University of Sunderland

Sonja De Leeuw

Utrecht University

*Transnational Radio Encounters. Mediations of Nationality, Identity
and Community through Radio*

1 000 000 €

Internationalt Netværksprogram 2013

Susanne Bødker

Aarhus Universitet
Institut for Æstetik og Kommunikation

HCI in Brazil and Denmark

284 198 00 DKK

Kulturstyrelsen

Rasmus Helles

Klaus Bruhn Jensen
Københavns Universitet
Institut for Medier, Erkendelse og Formidling

Undersøgelse af ændringer i danskernes mediebrug

500 000 DKK

Novo Nordisk Fonden

Ane Hejlskov Larsen

Aarhus Universitet
Institut for Æstetik og Kommunikation

Cybermuseumologi – kunst, museer og formidling i et digitalt perspektiv

80 000 DKK

Thilde Nyborg

Aarhus Universitet

Kunst på Film

42 000 DKK

Syddansk Universitet - SDU2020-puljen

Erik Albæk

Claes Holger de Vreese

Syddansk Universitet
Institut for Statskundskab

Communication and public engagement

1 500 000 DKK

Velux fonden

Christa Lykke Christensen

Københavns Universitet

Institut for Medier, Erkendelse og Formidling

Aldring og alderdom i medierne og ældre menneskers mediebrug

6 522 252 DKK

Lars-Martin Sørensen

Det Danske Filminstitut

Tillægsbevilling til publicering af forskningsprojektet "Filmhistoriens fem forsømte år" 83 040 DKK

Aarhus Universitets Forskningsfond - AU IDEAS

Anja Bechmann

Aarhus Universitet

Institut for Æstetik og Kommunikation

Facebook Footprints: Researching Social Big Data Patterns

500 000 DKK

Anne Marit Waade

Aarhus Universitet

Institut for Æstetik og Kommunikation

What Makes Danish TV Series Travel? Drama series as cultural export, cross-national production and reception in a global world

500 000 DKK

Finland

Academy of Finland / Finlands Akademi Research Council for Culture and Society

Laura Ahva

University of Tampere

Consolidating Participation in Journalism: Scrutinising Practices in Recognised Participatory Journalism 245 498 €

Camilla Haavisto

Svenska social och kommunalhögskolan vid Helsingfors universitet

Anti-racism under Pressure: Social movements, NGOs and their Mediated Claims-making in Finland (ARAFI) 259 138 €

Iiona Hongisto

University of Turku

The People Are Missing: Documentary Fabulation and the Formation of North Eastern European Cinema 1990-2010 253 019 €

Taisto Hujanen

University of Tampere

Broadcasting in the Post-Broadcast Era: Policy, Technology, and Content Production 600 000 €

Katariina Kyrölä

University of Turku

Shapes of Feeling: Rethinking Body Image and Affective Spectatorship through Feminist Ethnography 248 083 €

Sakari Taipale

University of Jyväskylä

Intergenerational Relations in Broadband Societies ((iGRIB) 425 000 €

Tuomas Ylä-Anttila

University of Helsinki

Social movements, justice and the media 255 300 €

Helsingin Sanomat Foundation

Kai Ekholm

National Library of Finland

Towards Freedom of Speech 150 000 €

Heikki Heikkilä

University of Tampere

Privacy and Anonymity in Network Communications 192 720 €

Juha Herkman

University of Helsinki

The Clash of Different Ethical Cultures in the New Media Environment 117 400 €

Johanna Jääsaari

Svenska social och kommunalhögskolan vid Helsingfors universitet
Communication Rights in the 2014 European Parliament Election Campaign 115 588 €

Risto Kunelius

University of Tampere
MediaClimate 2.0 – Climate politics and networked journalism in the Post-Copenhagen era 250 000 €
Journalism During Global Leak Culture 19 000 €

Heikki Kuutti

University of Jyväskylä
Truthful Journalism 70 000 €

Katja Lehtisaari

University of Helsinki
Media and Marketization in Russia 23 300 €

Vilma Luoma-aho

University of Jyväskylä
Transparency of New Forms of Media Advertising Online 200 000 €

Heikki Luostarinen

University of Tampere
China's Soft Media Power: Goals, Means and Achievements of China's Global Media Activities 35 500 €

Janne Matikainen

University of Helsinki
Mapping Digital Media 53 600 €

Tuomas Näveri

University of Tampereen yliopisto
Battling Digital Disruption – Comparing Approaches of Major Finnish and German Publications 21 000 €

Ville Pernaa

University of Turku
The Mediation of Expertise – the Functions of Expert Opinion in News Journalism 120 000 €

Pentti Raittila

University of Tampere
Media Coverage of Anneli Auer murder trial 100 000 €

Iiris Ruoho

University of Tampere
Democracy, Political Representativeness and Equality in New Net Publicities 100 000 €

Marko Siitonen

University of Jyväskylä
The Impact of Gamification on Journalism 60 000 €

Turo Uskali

University of Jyväskylä

Journalism Research News Portal

92 000 €

Working Practices in Data Journalism

200 000 €

Esa Väliverronen

University of Helsinki

Science in Media Society / Audiences and Publics: the Changing Media Landscape

38 800 €

Norge

Rådet for anvendt medieforskning

Kristine Ask

Norges teknisk- naturvitenskapelige universitet (NTNU)

Seksuell trakassering i online dataspill

325 000 NOK

Jens Barland

Høgskolen i Gjøvik

Proffere PR-journalistikk under press

50 000 NOK

Barbara Cipollone

Dokumentasjon og formidling av stumfilmens musikalske praksis

200 000 NOK

Carol Dralega

Vestlandsforskning

*Mapping digital paths to integration in local municipalities:
The Case of Stryn Municipality*

250 000 NOK

Birgitte Kjos Fonn

Høgskolen i Oslo og Akershus

Journalistutdanningens historie

50 000 NOK

Asbjørn Grimsmo

Arbeidsforskningsinstituttet

Hvordan er det å jobbe som journalist i 2012?

250 000 NOK

Riitta Hellman

*Enkle kommunikasjonsmekanismer for lese- og skrivesvake
brukere i sosiale medier*

312 500 NOK

Sigurd Høst

Avisåret 2012

50 000 NOK

Trond Idås

Norsk journalistlag

Journalisters mestring av etiske og moralske dilemmaer

153 000 NOK

Hanne Hestvik Kleiven

Trøndelag Forskning og Utvikling

*Medisinske kontroverser i media: En medieanalyse av mammografi
i norske aviser*

50 000 NOK

Anders Marius Knudsen

Høgskolen i Oslo og Akershus

Journalistikkens legitimitet og status for journaliststudenter med Minoritetsbakgrunn

50 000 NOK

Arne Håskjold Krumsvik

Høgskolen i Oslo og Akershus

Digital kompetanse i mediene

50 000 NOK

Magnhild Landrø

Menighetsbladet – en overlevning eller en mulighet? 181 250 NOK

Anna Grøndahl Larsen

Universitetet i Oslo
Debatten om asylbarna i region- og lokalaviser 159 000 NOK

Steinar Larssen

Hamar katedralskole
Skaper nyheter engstelse? En undersøkelse om nyheter og påvirkning blant publikum 75 000 NOK

Hallvard Moe

Universitetet i Bergen
NRK på Internett: En longitudinell studie av nettnyheter 350 000 NOK

Yngve Nordkvelle

Høgskolen i Lillehammer
Kunsten å undervise i kunst – om film- og fjernsynsutdanningens didaktikk 187 500 NOK

Lars Nyre

Universitetet i Bergen
Norsk medietidsskrift 2013 100 000 NOK

Steen Steensen

Høgskolen i Oslo og Akershus
Den nordiske medieforskerkonferansen 2013 150 000 NOK

Espen Sørmo Strømme

NLA Mediehøgskolen Gimlekollen
Samhandlingsreformen sett gjennom pressen og journalistene 50 000 NOK

Erik Wilberg

Wilberg Management
En studie av sammenslåingen mellom Edda og A-pressen til Amedia 50 000 NOK

Frank Aarebrot

Universitetet i Bergen
Medieundersøkelsen 2013 100 000 NOK

Masterstipend**Anne Nordheim**

En narrativ analyse av sexformidlingen i NRK-programmet Trekant 30 000 NOK

Ann-Helen Strøm

Overført sårbarhet: Adaptasjon av norsk ungdomsfilm 30 000 NOK

Tanja Lindblom Ødegaard

Formidling av nyheter for barn (8-12 år). Konstruksjoner av barnet og forståelse av barndom i NRK «Supernytt» 30 000 NOK

Norges forskningsråd

Margrethe Bruun Vaage

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet

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

461 333 NOK

Anne Gjelsvik

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet

The Cinematic Experience of Temperature in Contemporary Norwegian Cinema, How Climate shaped a Filmography? Mobile researcher: Luis Antunes

94 000 NOK

Martin Eide

Universitetet i Bergen

Journalistic Reorientations: The Online Challenge to Journalistic Ontology

2 547 000 NOK

Dag Elgesem

Universitetet i Bergen

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

2 607 000 NOK

Gunn Enli

Universitetet i Oslo

The Impact of Social Media on Agenda-Setting in Election Campaigns: Cross-Media and Cross-National Comparisons.

3 120 000 NOK

Norsk medietidsskrift

126 000 NOK

Sverige

Vetenskapsrådet

Peter Berglez

Institutionen för humaniora, utbildnings- och samhällsvetenskap Örebro universitet	1 184 000 SEK (2014)
<i>När journalister, politiker och PR-konsulter twittrar med varandra.</i>	1 184 000 SEK (2015)
<i>Om hybrida och tvärprofessionella relationer på webben</i>	184 000 SEK (2016)

Stefan Larsson

Rättssociologiska enheten Lunds universitet	525 000 SEK (2013)
	1 050 000 SEK (2014)
<i>Rättsliga utmaningar i en digital kontext. Upphovsrätt som en fallstudie</i>	1 050 000 SEK (2015)
<i>om ökad spårbarhet online och konceptuella förändringar i en normativ klyfta</i>	525 000 SEK (2016)

Stefan Lundström

Institutionen för konst kommunikation och lärande Luleå tekniska universitet	1 045 000 SEK (2014)
	1 126 000 SEK (2015)
<i>Fiktion och lärande i nya medielandskap</i>	1 159 000 SEK (2016)

Karl Malmqvist

Institutionen för sociologi och arbetsvetenskap Göteborgs universitet	525 000 SEK (2013)
	1 050 000 SEK (2014)
<i>Näthet, emotioner och mediekonvergens</i>	525 000 SEK (2015)

Lina Eklund

Sociologiska institutionen Stockholms universitet	1 185 000 SEK (2014)
	1 185 000 SEK (2015)
<i>Anonymitet och tillit på nätet. Ett tvärvetenskapligt forskningsprojekt</i>	1 185 000 SEK (2016)

Pelle Snickars

	2 195 000 SEK (2014)
Institutionen för kultur- och medievetenskaper Umeå universitet	2 195 000 SEK (2015)
	2 195 000 SEK (2016)
<i>Strömmande kulturarv. Filmförföljelse i digital musikdistribution</i>	2 195 000 SEK (2017)

Bertil Vilhelmson

Institutionen för ekonomi och samhälle Handelshögskolan vid Göteborgs universitet	1 300 000 SEK (2014)
	1 300 000 SEK (2015)
<i>Tiden på nätet, var kommer den ifrån. Internets påverkan på människors användning av tid och plats</i>	1 300 000 SEK (2016)

Helena Wulff

Socialantropologiska institutionen Stockholms universitet	
<i>Läsa och skriva över gränser: Fiktion och reportage i en mobil värld</i>	124 000 SEK (2013)

Riksbankens Jubileumsfond

Stina Bengtsson

Institutionen för kultur och lärande Södertörns högskola	
<i>Digital Memorial</i>	3 359 000 SEK

Åsa Kroon Lundell

Institutionen för humaniora, utbildnings och samhällsvetenskap
Örebro universitet

Post-televisionens praktiker. Att förnya TV och tidningar genom att använda webb-tv

3 820 000 SEK

Patrik Vonderau

Institutionen för mediestudier
Stockholms universitet

Rörlig reklam och mediernas förändring

5 077 000 SEK

Kerstin Rydbeck

Institutionen för ABM
Uppsala universitet

Läsarnas cirklar. En litteratursociologisk studie av socialt läsande och läsargemenskaper i dagens Sverige

2 967 000 SEK

Anders Ekström

Uppsala Universitet
Institutionen för ide och lärdomshistoria

From Pompeii to Fukushima: Time, Intermediality and Transregional Imaginaries in Disaster Discourse (Beviljat 2012)

1 824 000 SEK

FORTE

Lina Eklund

Sociologiska institutionen
Stockholms universitet

Sociala relationer i nätverkssamhället

2 480 000 SEK
(2013)

Jan Ljungberg

Institutionen för tillämpad informationsteknologi
Göteborgs universitet

Digitaliseringens paradoxer – sociala medier i myndighetsarbete

3 630 000 SEK
(2014-2016)

Stiftelsen för Kunskaps och Kompetensutveckling / KK-stiftelsen

Carina Ihlström

Sektionen för informationsvetenskap, data- och elektroteknik
Högskolan i Halmstad

Mediebranschens nya ekosystem (beviljat 2012)

5 247 000 SEK
(2013-2015)

VINNOVA

Anna Wahl

Enheten för organisation och ledning
Kungliga tekniska högskolan KTH

”Eivor och Mai – Forsknings-och utvecklingsprojekt för jämställdhetsarbetemed maktperspektiv

3 100 000 SEK
(2014-2015)

Anne-Marie & Gustaf Anders Stiftelse för medieforskning**Henrik Örnebring, Michael Karlsson**

Medie- och kommunikationsvetenskap
 Karlstads universitet

Nyhetsförmedling och opinionsbildning i dagens medielandskap

8 700 000 SEK
 (2014-2017)

Carl-Olof och Jenz Hamrins Stiftelse**Internationella Handelshögskolan /IHH**

Jönköping International Business School

Forskning om sociala medier

13 000 000 SEK
 (2014-2019)

Crafoordska stiftelsen**Sophie Elsässer**

Institutionen för kommunikation och medier
 Lunds universitet

216 000 SEK

Mats Jönsson

Språk- och litteraturcentrum
 Lunds universitet

120 000 SEK

Sara Kärrholm

Kulturvetenskapliga institutionen
 Lunds universitet

70 000 SEK

Magnus Persson

Lärande och samhälle
 Malmö Högskola

850 000 SEK

Cristine Sarrimo

Konst, Kultur och Kommunikation / K3
 Malmö Högskola

260 000 SEK

Erik Philip-Sörensens Stiftelse**Ann-Kristin Wallengren**

Språk- & Litteraturcentrum/Filmvetenskap
 Lunds Universitet

Filmmusikberättande och experimentella metoder

300 000 SEK

**Knut och Alice Wallenberg Stiftelse
 Wallenberg Academy Fellows****Amanda Lagerkvist**

Institutionen för kultur och kommunikation
 Södertörns högskola

Existentiella värden i den uppkopplade världen

(2012-2016)

Torsten Söderbergs Stiftelse

Pelle Snickars

Institutionen för kultur- och medievetenskaper
Umeå universitet

Digitala lägg – om pressens gränssnitt 1800

1 500 000 SEK
(2014-2015)

Östersjöstiftelsen

Karl Magnus Johansson

Institutionen för samhällsvetenskaper
Södertörns högskola

Symbiotic Leader-Media Relations? Exploring Interaction between Prime Ministers and the Media in Finland, Lithuania, Poland and Sweden

2 600 000 SEK
(2014-2016)

Brottsofferfonden

Simon Lindgren

Sociologiska institutionen
Umeå Universitet

Understandings of Online Victimization. A comparison of social media discussions, news reports and court proceedings (slutanslag)

583 594 SEK

Måns Svensson

Rättssociologiska enheten
Lunds Universitet

Kränkningar i en digital context (fortsättningsbidrag)

750 000 SEK

Journalistfonden för vidareutbildning

Kajsa Althén

Stockholm

Fallstudie av Västerbottens-Kuriren och Västerbottens Folkblad – publicistiska agendor i samband med bevakning av konflikt kring akutsjukvård våren 2012

75 000 SEK

Sophie Elsässer

Lund

Förändring av konsumentupplysningen inom dagspress under 2000-talet

75 000 SEK

Liselotte Englund

By Kyrkby

Svenska och norska journalisters reaktioner efter rapportering från Haiti 2010

75 000 SEK

Svensk Presshistorisk Förening

Peter Dahlén

Institut for informasjons- og medievitenskap
Universitetet i Bergen

Radioreportern Manne Berggren

25 000 SEK

Arne Järtelius

Nationalencyklopedin
Malmö

Martha Larsson, en av de första kvinnliga svenska utrikeskorrespondenterna

25 000 SEK

Doktorsavhandlingar 2013

från Nordicoms databas NCOM

Danmark	120
Finland	124
Norge	128
Sverige	131

Danmark

Forskningsförmedlare: Mogens Vestergaard Kjeldsen

Alacovska, Ana: *Genre and Autonomy in Cultural Production: The case of travel guidebook production*. Frederiksberg: Copenhagen Business School, 2013. 330 s. ISBN 978-87-92977-54-0, ISBN (elektronisk) 978-87-92977-55-7.

Denne afhandling fokuserer på produktionen af rejseh ndb ger. Målet med afhandlingen er at udforske den gensidige konstruktion og sammenfiltrering af genrer, producenter og institutioner indenfor kulturproduktion og kulturelt arbejde. Den undersøger desuden, hvordan forfattermæssig/institutionel og professionel/industriell selvrefleksion eksisterer i og gennem tvetydige og skiftende relationer til genrer, genreforl b og ontologier. Med dette for øje udvikler afhandlingen en foreløbig teoretisk ramme, der muliggør en ikke-reduktiv udforskning af kulturproduktionens komplekse dynamikker. Denne ramme vil være :særligt opmærksom på selve de kulturelle objekter – her i form af den ’ikke så prestigefyldte’, ’uopfindsomme’ og ’heteronomiske’ genre kendt som rejseh ndbogen. Afhandlingen argumenterer for, kort beskrevet, at genrens specificitet og ontologi kontinuerligt kontekstualiseres og rekontekstualiseres, kvalificeres og rekvalificeres, v reg res og selvstændiggøres gennem rejseh ndbogsproduktionens daglige, lokale og nære praksisser.

Berg, Christian Edelvold: *As a Matter of Size: The Importance of Critical Mass and the Consequences of Scarcity for Television Markets*. Frederiksberg: Copenhagen Business School, 2013. 423 s. ISBN 9788792977205.

Denne afhandling underbygger argumentet om, at tv-markeder har fælles karakteristika på tværs af små og store markeder, men samtidig, at konsekvenserne af disse karakteristika netop er forskellige som følge af henholdsvis økonomisk- og befolkningsm ssigst rrelse. Den indflydelse variabelen størrelse har, er en konsekvens af de økonomiske knaphedsbetingelser og dermed af markedets relative kritiske masse. Dermed er det et udtryk for tv-markedets manglende mulighed for at fungere på normale markedsmæssige vilkår for bestemte typer af samfundsmæssigt meriteret indhold. Dette er et resultat af tv-markedets markedsfejl og dets deraf afledte ufuldkomne konkurrence. Markedsintervention og offentlig subsidiering har derfor en væsentlig betydning, når det kommer til produktion af meriteret indhold. Politiske indgreb kan til en vis grad modvirke effekterne af de fælles markedskarakteristika, herunder knaphedsbetingelserne, ved at ændre markedsvilkårene gennem politisk regulering eller subsidiering. Analyserne viser, at tv-markederne overvejende fungerer under oligopole forhold. Virkningen af størrelse på markedsconcentrationen er ikke så entydig som anslået i litteraturen, da omfanget af markedsintervention også har en indflydelse. Undersøgelsen viser desuden, at tv-

markederne er domineret af relativt få, som regel lokale, medievirksomheder, og at de multinationale selskaber i øjeblikket ikke på de fleste markeder udgør en reel fare – men der er tegn på en udvikling som fordrer yderligere forskning. Public service-virksomhederne forbliver forholdsvis stærke i de undersøgte markeder, og indtager fortsat en vigtig rolle som modvægt mod nationale og internationale kommercielle konkurrenter. Forskellige markeder har behov for politikker, der tager højde for de særlige vilkår p  det specifikke marked for at opn  en bestemt  nskelig meriteret effekt.

Bertel, Troels Fib k: *Mobile Communication in the Age of Smartphones: Processes of Domestication and Re-domestication*. IT-Universitetet, 2013. 166 s.

Recent years have seen great changes to the landscape of mobile communication in Denmark where smartphones have become widespread and the mediascape in general has become increasingly complex as the lines of demarcation among different media have blurred. This dissertation studies the processes of domestication and re-domestication of mobile communication among youth in Denmark in this increasingly complex mediascape. Through five research publications it examines various aspects of mobile communication during a period of transition from an old regime of mobile phones into a new regime of smartphones.

Ebsen, Tobias: *Material Screen: Intersections of media, art and architecture*. Aarhus: Aarhus Universitet, Institut for æstetik og Kommunikation, 2013.

Denne afhandling argumenterer for at de kunstneriske praksisser bag mange skærm-baserede værker kan beskrives i form af en øget opmærksomhed omkring skærmens materialitet. Begrebet materialitet er det centrale omdrejningspunkt, der bliver undersøgt teoretisk gennem perspektiver fra en række filosoffer og forskere indenfor kunst og medier. I særdeleshed danner den canadiske medieteoretiker Marshall McLuhans tanker grundlag for en undersøgelse af de koncepter og forståelser, der bliver præsenteret. Hans opmærksomhed på effekten af medier og deres indflydelse på perceptionen omhandler de samme begrebsmæssige forståelser af materielle medier, som er blevet anvendt af mange kunstnere, der arbejder med sk rmen. Begrebet materialitet udforskes både teoretisk og gennem tolkning af kunstværker, såvel som ved dets eksperimentelle anvendelse på det beslægtede fænomen mediearkitektur. Tre væsentlige emner bliver behandlet i denne afhandling. Det første er anvendelsen af begrebet materialiet som en forståelse for sk rmbaseret kunst og mediekunst generelt. Dette inkluderer et teoretisk fundament, hovedsageligt baseret på Marshall McLuhans tekster, og omhandler materielle, formelle og ontologiske spørsmål om-

kring medier. Ved at fremlægge nye læsninger og McLuhans velkendte teorier, præsenteres en forståelse af materialitet, der kan udvides til andre undersøgelsesområder. Det andet emne er undersøgelsen af mediearkitektur som et spirende felt, og hvordan dette felt relaterer sig til eksisterende områder inden for skærm-baseret kunst og arkitektur. Dette er et af de første forsøg på at fortolke konsekvenserne af mediearkitektur og forbinde den til en historie af eksperimentielle praksisser i knudepunktet mellem medier, kunst og arkitektur. Det tredje emne er deltagelsen og den dybe involvering i en række cases, hvorfra ideerne omkring materialer og materialitet er opstået, udviklet og modnet.

Hassall Thomsen, Line: *New Struggles, Old Ideals: The everyday struggle towards being a 'Good Journalist' inside public service TV newsrooms in the UK and Denmark*. Aarhus: Aarhus Universitet, Institut for Æstetik og Kommunikation, 2013. 350 s.

Hvordan bliver nyheder skabt? Hvilke værdier betyder noget for tv-nyhedsjournalister i dag? Og hvordan definerer de en god nyhedshistorie? Dette er blot nogle af de spørgsmål, der bliver belyst og diskuteret i afhandlingen, der bygger på 18 måneders observationsstudier på tv-stationerne DR, TV2, BBC og ITV. Denne adgang til redaktioner, redaktionsmøder og journalisters daglige arbejdsdag giver et nyt indblik i journalistisk praksis i dag. Afhandlingen udfolder et spændingsfelt mellem journalisterens professionsidealer og de produktionsvilkår, de er underlagt. Denne forskel mellem ideal og realitet udforskes og analyseres som en konstant spænding mellem nye udfordringer og gamle, journalistiske idealer.

Kammer, Aske Søndergaard: *News on the Web: Instantaneity, multimodality, interactivity, and hypertextuality on Danish news websites*. Københavns Universitet, Det Humanistiske Fakultet, 2013. 222 s.

Netaviser adskiller sig (blandt andet) fra andre, traditionelle nyhedsmedier ved at have en helt særlig konstellation af affordances i form af øjeblikkelighed, multimodalitet, interaktivitet og hypertextualitet. Disse affordances udgør et ændret rammevilkår for produktionen og præsentationen af nyheder. Afhandling er en undersøgelse af, hvordan institutionelle aktører (nyhedsarbejdere) anvender de potentialer, som digital teknologi (netaviserne) tilbyder. Undersøgelsen er udført gennem en integration af kvantitative og kvalitative metoder, og analyserne støtter overordnet afhandlingens hypotese om, at nyhedsarbejderne på danske netaviser anvender de fire affordances, og at de gør det på en sådan måde, at de bevarer journalistisk kontrol. Analyserne omfatter en kvantitativ indholdsanalyse af 93 danske netaviser, et kvalitativt case-studie af realtidsskærmningen af et uventet terrorangreb og et teorigenerende case-studie af læserdeltagelse i netavisernes nyhedsproduktion. Afhandlingen foreslår i forlængelse heraf medialiseringsteori som et greb til at kontekstualisere den aktuelle udviklingen inden for journalistikken, fordi journalistikken netop tilpasser sig medieinstitutionens logik og formater – men

dog ikke uden nogen modstand fra nyhedsarbejderne.

Korsgaard, Mathias Bonde: *Music Video Today: Audio-visual Remediation in Postmillennial Music Video*. Aarhus: Aarhus Universitet, Institut for Æstetik og Kommunikation, 2013.

Liu, Jun: *Mobilized by mobile media: How Chinese people use mobile phones to change politics and democracy*. København: Københavns Universitet, Det Humanistiske Fakultet, 2013. 327 s.

Denne afhandling undersøger brugen af mobiltelefoner i forbindelse med politisk deltagelse i det moderne Kina. Der foretages en kvalitativ analyse af forskellige cases med det formål at undersøge, hvordan kinesere tilegner sig mobile medier for at få dækket deres kommunikationsbehov, konfrontere politiske autoriteter, samt for at skabe en billig modoffentlig sfære. Baseret på Negt og Kluges konceptuelle ramme for en modoffentlig sfære (Gegenöffentlichkeit), retter denne afhandling sig specifikt mod mobiltelefonens rolle i relation til retten til at kommunikere. Fokus er ikke kun borgernes oplevede erfaringer af social og politisk eksklusion, men også den relativt frie kommunikation, som modoffentlige bevægelser gennemfører over for den dominerende offentlige sfære i det moderne Kina. Denne afhandling har således til formål at bidrage til forskningen om mobil kommunikation gennem undersøgelser af modoffentlige bevægelser med Kina som fokuspunkt.

Olsen, Stinne Gunder Strøm: *Når piger og drenge bruger medier og mad: En metodeeksperimenterende mediebrugsanalyse i 4. og 9. klasse*. Aarhus: Aarhus Universitet, Institut for Æstetik og Kommunikation, 2013. 223 s.

Denne afhandling forsøger at svare på, hvilken rolle medier spiller i børn og unges holdninger og handlinger i forhold til mad. Ambitionen er at tegne et bredt billede af relationen mellem de tre genstandsfelter; medier, mad og børn/unge. Afhandlingen tager afsæt i en eksperimenterende empirisk undersøgelse af 61 børn og unge i 4. og 9. klasse på forskellige skoler i Midtjylland. Undersøgelsen bygger på individuelle interviews og fokusgrupper, der inkorporerer kreative og praktiske elementer. I fokusgrupperne laver deltagerne co-produktioner med afsæt i medierede repræsentationer af mad. De yngre laver collager af mad, og de ældre laver mediekampanjer for og imod madvarer. Desuden snakker deltagerne under interviewet: Der er snackskåle med sunde og usund snacks på bordet. Dette eksplorative kvalitative studie kombineres med en kvantitativ undersøgelse af mediebrug. Metoden spiller en afgørende rolle i undersøgelsen. Designet stræber mod at prioritere såvel sayings som doings i et forsøg på at indfange deltagerens holdninger og handlinger i forhold til medier og mad. Den empiriske undersøgelse peger på, at vi ikke kan sige noget samlet om børn og unge som mediebrugere og madforbrugere. Børn og unge er ligeså forskellige som voksne, og derfor må vi have flere parametre i spil, hvis vi skal forsøge at svare på sammenhænge som disse: Køn viser sig at være

det helt afgørende parameter, når det handler om både mediebrug og madpræferencer. I forhold til mediebrug er der kun få fællesnævnerne i drenge og pigers brug af digitale medier såvel som TV og trykte medier. Ikke overraskende udgør de digitale medier en central rolle i børn og unges hverdag, men piger og drenge bruger disse medier til vidt forskellige ting.

Purushothaman, Aparna: *Empowering Women Through Learning To Use The Internet: An Ethnographic Action Research Project To Address The Second Order Digital Divide*. Uniprint, 2013. 389 s. ISBN 978-87-89701-45-5.

Information and communication technology plays a crucial role in the social, economic, and cultural development of a country. Of all the ICTs, the Internet is the tool that has touched upon all aspects of life. Thus, there is an increasing need for digital content and networking skills. The Internet has brought substantial changes to the ways people communicate and how information is exchanged across the globe, making it difficult for people to function without it in this new information age. One of the sectors that has been immensely influenced by the growth of the Internet is education. Around the globe, educational institutions are taking advantage of the benefits of this powerful technology to make learning more effective to prepare students for the knowledge economy. While the fortunate are able to take advantage of the unlimited repository of information, many are left behind in the information revolution, thus creating a digital divide between the developed and the developing nations and within nations in terms of ICT, computer, and Internet adoption and usage. The study brings new visions to policymakers, scholars, and designers in the field of ICT4D on how to do intervention-oriented research aimed at bridging the digital divide among women.

Smith, Rachel Charlotte: *Designing Digital Cultural Futures: Design Anthropological Sites of Transformation*. Aarhus: Aarhus Universitet, Institut for Æstetik og Kommunikation, 2013.

Sørensen, Inge Ejbye: *Documentary in a Multiplatform Context*. Københavns Universitet, Det Humanistiske Fakultet, 2013. 495 s.

Denne afhandling omhandler dokumentarfilm og dokumentarindustrien i det tværmediale medielandskab i Storbritannien i perioden 2006 til 2011. Afhandlingen består af fire artikler (en udgivet, to antaget og en i fagfællebedømmelse), der hver udforsker et aspekt af dokumentarfilm og -industri i en tværmedial sammenhæng. Den første del af afhandlingen skitserer de overordnede teoretiske retninger inden for, for det første, dokumentarteori, for det andet produktionsstudier, især med reference til dokumentarindustrien, og for det tredje tværmedial TV broadcasting samt audiovisuel formidling. Denne del skitserer endvidere de teoretiske, historiske og metodologiske felter, hvor artiklerne placerer sig, og som understøtter de teoretiske antagelser og funda-

mentet for denne afhandling. Den anden del af afhandlingen består af fem artikler. De første tre artikler i denne afhandling fokuserer på dokumentarindustrien og undersøger hvordan dynamikken mellem britiske public service netværk og de nye dokumentarportaler og internetsider på tværs af platforme udspiller sig i en tværmedial sammenhæng.

Den sidste, tredje del af denne afhandling opsummerer nogle overordnede observationer om, hvorledes dokumentarismen etablerer reference til virkeligheden, hvordan den placerer sig i forhold til sit publikum, producenter og 'producers' og hvordan dokumentarindustrien tilpasser sig det tværmediale medielandskab. Endelig, foreslås perspektiver på og forslag til yderligere forskning inden for dette område.

Sørensen, Mette-Marie Zacher: *DIGITAL POESI: Æstetisk analyse og det mediales rolle i kunstværkers kommunikation*. Aarhus Universitet, Institut for Æstetik og Kommunikation, 2013. 291 s.

Afhandlingen undersøger en helt ny global litteraturgenre, hvor digtere og programmører udnytter digitale muligheder for sammenblandinger af ord, billeder og lyd. Det giver nye poetiske muligheder, når ordene er løsrevet fra den statiske papirside og i stedet kan danse på en skærm. Genren kan også ses som en avantgardistisk afprøvning af, hvilke muligheder der kan udnyttes på sigt, når e-bøger vinder større udbredelse. E-litteratur behøver langt fra at være "kopier" af papirbøger, for der er andre muligheder med det digitale format. De værker jeg har analyseret er samtidig en kritik af potentielle problemer i vores digitale internetmiljøer. Hvad betyder programmeringskoden, og hvad er det for nogle hemmelige programmeringer, der styrer vores færden, når vi fx er på facebook eller googler? De digitale digte er også med til, kritisk at spørge til hvad vi stiller op med arkivering og udvælgelse af den kommende kulturarv, når digitale værker ikke er stabile objekter ligesom bogen og billedkunslærredet, men flimrende lys på en skærm og derfor afhængige af det konkrete fremvisningsudstyr, der bruges lige nu og som måske ikke vil virke i fremtiden.

Thorsen, Jacob: *Mediating transitions: Local radio and the Negotiations of Citizenship in Rural Nepal*. Aarhus Universitet, Institut for Æstetik og Kommunikation, 2013. 275 s.

Afhandlingen undersøger, hvordan forestillinger om medborgerskab forhandles ved hjælp af lokalradio i landområder i Nepal. Med fokus på fattige og marginaliserede befolkningsgrupper undersøges, hvordan disse befolkningsgrupper engagerer sig med lokalradio for at forhandle og formulere hverdagspraksisser for medborgerskab. Med afsæt i data indsamlet over en toårig periode viser denne afhandling de komplekse overgange, der finder sted i Nepal. Især viser undersøgelsen, hvordan fattige og marginaliserede befolkningsgrupper i landområder i Nepal oplever samtidige forskellige overgange (fra krig til fred, autokrati til demokrati og fra undersåt til medborg-

er), og afhandlingen præsenterer i detaljer, hvordan og i hvilket omfang lokalradio er relevant for fattige og marginaliserede befolkningsgruppers forhandling, formulering og skabelse af nye erfaringer og ønsker i forbindelse med disse befolkningsgruppers forskellige opfattelser af medborgerskab. Ved at fokusere på medborgerskab og det at være en medborger som et konstrueret og forhan-

dlet begreb, der går ud over den almindeligt anvendte de jure tilgang, bidrager denne undersøgelse med indsigter i, hvordan lokalradio kan være med til at kaste lys over lokale rum for indflydelse og hvor beslutninger træffes, samt de mere subtile og gradvise handlinger, der øger fattige og marginaliserede befolkningsgruppers spillerum i en tid med politiske overgange.

Finland

Forskningsförmedlare: Eija Poteri

Ahonen, Kimmo: *Kylmän sodan pelkoja ja fantasioita: muukalaisten invaasio 1950-luvun yhdysvaltalaisessa tieteiselokuvassa* [Cold War anxieties and fantasies: alien invasion in American science fiction films of the 1950s]. Turku: University of Turku, 2013. 470 p. ISBN 978-951-29-5354-7

This study is positioned in the field of cultural history of the Cold War and it is based on primary research on American science fiction films about alien invasion. American historiography has represented the 1950s as an era of many controversies. The economic boom, suburban consumer culture and the emergent youth culture were overshadowed by McCarthyism, the Korean War and racial inequality. In this period, science fiction film was established as a distinct genre in Hollywood. This development was rooted in various phenomena, including the growing popularity of science fiction novels, public debates on flying saucers, fear of nuclear war, as well as the general increase in interest towards scientific and technological advances.

Bernhardtson, Lennart: *Synliga och hemliga: näringslivets ägare i den mediala offentligheten* [Visible and secret: Swedish corporate owners in the mediated public space]. Höör: Agerings bokförlag, 2013. 350 p. ISBN 978-91-86119-19-5. Åbo Akademis doktorsavhandling.

Avhandlingen bygger på unika intervjuer med ett antal av de stora ägarna i det svenska näringslivet, där de berättar om hur de hanterar sin roll i offentligheten. Genom undersökningen framträder ett mönster: ägarna drar en skarp gräns mellan sina offentliga och icke-offentliga sidor.

Castiglioni, Ida: *Constructing intercultural competence in Italian social service and healthcare organizations: pedagogical design, effectiveness research, and alternative visions for promoting ethno-relativism*. Jyväskylä: University of Jyväskylä, 2013. 124 p. ISBN 978-951-39-5445-1.

This dissertation compiles published works with new theoretical commentary and critical analysis. The overall focus of the compilation is to establish the usefulness of intercultural sensitivity/competence in the context of social service and health care, as exemplified in an industrialized multicultural area of Northern Italy. New research questions guide the extended analysis and synthesis. Various current definitions and models of intercultural competence are discussed, and the relationship between intercultural sensitivity (the perceptual discernment and experience of cultural difference) and intercultural competence as the enactment of that experience is established. The enactment of experience is discussed at greater length in the included published work, “Embodied Ethnocentrism and the Feeling of Culture.” Aug-

menting another published work by the author (2005), the pedagogy of developmental intercultural training is discussed in a critical theoretical context with practical applications to the social service and healthcare context. The actual delivery of intercultural training and the measurement of its effectiveness were initially reported in the annexed publication from 2009.

Hupaniittu, Outi: *Biografiliiketoiminnan valtakausi: toimijuus ja kilpailu suomalaisella elokuva-alalla 1900–1920-luvuilla*. [The reign of the biography business: operators and competition in Finnish cinema from the 1900s to the 1920s]. Turku: University of Turku, 2013. 525 p. ISBN 978-951-29-5476-6.

The Finnish word elokuva was created in 1927 to replace the terms filmi (film), biografi (movie theater) and kinematografi (cinematography). The emergence of the word elokuva and the disappearance of earlier terms changed the way the field of cinema was perceived. Instead of several terms with different implications, a single word covered them all. This research looks behind the perceptions born in the 1920s. It centers in on the reign of the biography business, the business model based upon the import, distribution, and exhibition of films, from the beginning of the 1900s to the latter half of the 1920s. The author starts with the itinerant showmen and end in the spring of 1926, when the leading companies' extensive mergers and acquisitions reorganized the field of cinema. Instead of using the term elokuva, the author uses the old terms filmi, biografi and kinematografi, as they more accurately convey the meanings of the time. Biografis take center stage because managing movie theaters was the foundation of the business. The main research question is, how did operators constitute the Finnish film industry during the reign of the biography business from the 1900s though to the 1920s.

Hytönen, Timo: *Utinen syntyy uudelleen: uutinen ja uutisjournalismi monimedialaisessa toimintaympäristössä : tapauksena Yleisradion alueelliset uutiset* [The rebirth of news : news and newsjournalism in media manifold environment. : a case study of Finnish broadcasting company's regional news]. Jyväskylä: University of Jyväskylä, 2013. 252 p. ISBN 978-951-39-5391-1.

The present study investigates the changes in professional journalism in contemporary, media manifold era. The technological and economical foundation of newsbusiness is rapidly changing, but the most important changes are also cultural. The very concept of news, the terms of quality and how it is defined is being renegotiated. Also the borders of journalistic profession – who is journalist – are challenged, not only by new ways of producing the content, but also in that sense how the newsmedia is redefining its audience. The audience is more and more

conceived as a partner in producing the not only content, but also the viewpoint of news. This has brought into discussion severe and new kind of contradictions, mainly because the modern professional journalism has been very strict in protecting its autonomy – the thing, that we are used to call, with high minded way, as journalistic freedom.

Koljonen, Kari: *Kriisi journalismissa: kansakunnan katastrofit ja muuttuva professio* [Crisis in journalism: National disasters and the changing profession]. Tampere: University of Tampere 2013. 290 p. ISBN 978-951-44-9186-3.

In the study, the changes and continuities of journalism are examined at two different levels. The objects of examination in the first three sub-studies are journalism, journalists and media publicity as a general phenomenon in Finnish society. In these sub-studies, the analysis concentrates on what different kinds of allegations there are about journalism being in crisis, how Finnish journalists' ethos has been shifting from high modern to liquid modern, and how the most fundamental structures of the journalistic profession have evolved from a newly-independent occupation to the current post-professional state. In the next three sub-studies, the topics of focus are newspaper and magazine stories about different kinds of disasters and journalists' reflections on reporting these particular cases. The aim is to construct a dialogue between the general and particular perspectives. The changes and continuities of disaster reporting are explained with the general developments in journalism, and the accuracy of the general developments is tested in a particular context – that is, in disaster reporting.

Korhonen, Timo: *Hyvän reunalla: dokumenttielokuva ja välittämisen etiikka* [Documentary film and ethics of caring]. Helsinki: Aalto University, School of Art and Design, 2013. 339 p. ISBN 978-952-60-4944-1. No English summary available.

Kurvinen, Heidi: *"En mä oo mies enkä nainen. Mä oon toimittaja": sukupuoli ja suomalainen toimittajakunta 1960- ja 1970-luvulla* ["I am not a man nor a woman. I am a reporter": Gender and the profession of reporters in the 1960s and 1970s Finland]. Oulu: University of Oulu, 2013. 492 p. ISBN 978-952-62-0169-6.

The research observes the profession of reporters in the decades when the field underwent several different changes. The development of editorial hierarchy and the transition to a five day working week increased the need for reporters. At the same time, the strengthening of trade union politics changed the field towards a more professional direction. In terms of gender, the profession became more balanced when the number of female reporters increased. When the debate turned into an official policy that was maintained through legislation, attention was paid to the gendered structures of working life. During the 1970s, women became a part of career world

for good. Finnish working life remained segregated but the profession of reporters was one of the fields where both genders had the same duties. However, the profession was not equal in terms of gender. Female reporters were paid less than their male colleagues and they did not have the same opportunities for promotions. What is more, male reporters worked more often as special reporters whereas females remained as all round reporters. In addition, the vocational culture was still based upon masculine values. Within oral history, the gendered structures of the profession were overshadowed by the rhetorics of sameness. In other words, the profession was seen as equal in terms of gender. The explanation can be found in the Finnish gender culture that maintains the idea of gender neutrality of working life.

Lehtonen, Pauliina: *Julkisesti uskottavat: kansalaisten kokemuksellinen tieto ja performatiiviset osallistumiskäytännöt* [Credible in public: citizens' experiential knowledge and the performative practices of participation]. Tampere: University of Tampere, 2013. 223 p. ISBN 978-951-44-9026-2.

The dissertation approaches the theme of citizen participation in urban governance by scrutinising the communication practices of public action that emerge when citizens take part in the processes of urban planning. The study asks how knowledge is produced and communicated in these processes. It aims to understand the dynamics of participation and the communication of citizens' experiential knowledge when urban issues are at stake. By addressing the dynamics of citizen participation the study shows how citizens' public and political agency is increasingly shaped by mediated communication that utilises different forms of knowledge. The study builds upon the discussions around citizenship and participation in media and communication studies and follows the practice-oriented view of interpretive policy analysis when studying political processes. Methodologically the study leans on case study and action research approaches. The study comprises three cases that have taken place in the city of Tampere, Finland.

Mäenpää, Marjo: *Co-created mobile narratives*. Turku: University of Turku, 2013. 203 p. ISBN 978-951-29-5356-1.

The study seeks answers to the questions of how people tell "mobile" stories using their phones and how a community creates narrative through mobile phones, using video. Questions are based on claims that people today are telling stories through social media and, also, visually – through images and videos. One of the main hypotheses is that mobile and collective story production is a creative process where the end result is unpredictable. In this study the author investigates how the narrative is structured, what the co-creation process is and do the co-created videos fulfill the design principles of narratives. How do we define the "author" and narrator in co-created narratives?

Paimre, Marianne: *Narkoprobleemide kajastamine Eesti ajakirjanduses (1993-2009)* [Representations of illicit drugs related issues by the Estonian press (1993 – 2009)]. Jyväskylä: University of Jyväskylä, 2013. 166 p. ISBN 978-951-39-5408-6.

This dissertation examines how Estonian print media represented the issues of illicit drugs and what major changes took place in the media coverage in 1993-2009. The theoretical perspective integrates Kohring and Matthes' concept of framing with Downs' "issue attention cycle" and agenda setting theory. The methodology involves formalized content analysis and close readings of 1540 articles of the print press and online newspapers.

Pienimäki, Mari: *Valokuvien kriittinen tulkitseminen medialukutaitona ja lajiyyppittely sen kehittäjänä* [The critical interpretation of photographs as media literacy and genre typologisation as a tool for its development]. Helsinki: Suomen valokuvataiteen museo, 2013. 187 p. ISBN 978-951-9086-91-0. Doctoral dissertation for University of Jyväskylä.

The goal of the dissertation is to enhance the understanding of the possibilities and limitations of semiotics and the concept of genre as tools in the critical interpretation of individual photographs in media literacy. The dissertation develops critical interpretation particularly through the study of genre questions in photography. The doctoral dissertation consists of four literature-centred, theoretical articles and an introduction and a summary section.

Ratilainen, Saara: *Women's print media and consumer culture in the new Russia.*, 2013. Doctoral dissertation for University of Tampere.

This dissertation focuses on the ways how consumer magazines aimed at female audience and so-called glamour literature convey an understanding of consumer culture in post-Soviet Russia. The main research question is how consumption as cultural activity is discursively legitimized through female oriented commercial print media in a former socialist society. The study analyzes both the contents of these mass media and the status of consumer print media in the contemporary Russian cultural system. Moreover, this study aims to analyze the process of legitimating the consumerist print media as part of post-Soviet reading culture. The key concepts of this study are glossy magazines and glamour, which are central in analyzing post-Soviet consumer culture and its connection to the culture of reading in Russia. Russian reading culture had been centralized under the Soviet regime and the launch of the market economy in Russia after the dissolution of the Soviet Union thoroughly changed the whole system of mass communication. The consumer magazine printed on glossy paper and published by commercial publishing house represented a new media type for the post-Soviet society. At the same time, it became one of the most consumed print media among the reading audience. In this way, the glossy consumer magazine can be seen as representing change in Russian reading culture.

Ripatti-Torniainen, Leena: *Ihminen julkisessa maailmassa: näkökulmia julkista toimijaa ja julkison muodostumista koskeviin käsitteisiin* [A human being in the public world: conceptualizations of the public agent and the formation of the public.]. Jyväskylä: University of Jyväskylä, 2013. 92 p. ISBN 978-951-39-5135-1.

The legitimacy of professional journalism is derived from an assumption of an agent to whom the public world is relevant. This doctoral dissertation explores the distinct conceptualizations of the public agent, as well as of the formation of the public, understood as a politically capable and public-oriented collective body of agents. The study explores the themes of the public agent and the formation of the public via four peer reviewed, published articles and the introduction. The articles analyze the formative thought of the 1990s US public journalism, the construction of the Finnish variant of the US reform during the same decade, the concept and empirical formation of a discursive public, and the concept of public pedagogy. The theoretical research of the study uses the methodology of intellectual history, and the empirical research employs situational analysis.

Siira, Kalle: *Organizational conflict, conflict management, and communication: a social complexity perspective*. Helsinki: University of Helsinki, 2013. 70 p. ISBN 978-952-10-9082-0.

Organizational conflict research has centered on a few dominant models that have directed the development of the field in theory and in practice. Although these models have undoubtedly benefited the field by providing a common focus, the focused concentration has had costs. Specifically, there has been a lack of approaches that depart from the positivistic, linear, and reductionist views of communication and conflict. This study answers this call by exploring the possibilities and implications that a social complexity approach has to offer organizational conflict management with a special focus on organizational communication. The study consists of four sub-studies. Study 1 (conducted as a questionnaire comparing the conflict and face maintenance styles of Finns and U.S. Americans) functions as an entry to the study of organizational conflict management. Studies 2 and 3 (conducted as theoretical accounts) introduce social complexity principles for individual- and organizational-level conflict management, respectively. Finally, Study 4 develops a framework of managerial conflict influence based on a qualitative analysis of 30 semi-structured interviews.

Vallaste, Katri: *Euroscpticism: problem or solution?: framing euroscpticism in mainstream media and writings by euroscptics in Sweden, Finland and Estonia 2000-2006*. Helsinki: University of Helsinki, 2013. 218 p. ISBN 978-952-10-8649-6.

This doctoral thesis contributes to a growing body of research on the relationship between Euroscpticism and the media, as well as that on Euroscptic move-

ments. The main purpose of the thesis was to answer the question What is (the meaning of) Euroscepticism by comparing the meanings attached to Euroscepticism in leading Swedish, Finnish and Estonian newspapers to the meanings that Eurosceptic authors in these three countries attached to the phenomenon in their written discourse during 2000-2006. Instead of offering a normative definition of Euroscepticism as a phenomenon, this study analysed the actual empirical uses of this term, including its synonyms, as well as the self-perceptions of people who identify with this label (or its synonyms).

Vincze, Laszlo: *The bilingual screen: ethnolinguistic identity and television viewing among three language minorities*. Helsingfors: Svenska social- och kommunalhögskolan vid Helsingfors universitet, 2013. ISBN 978-952-10-5238-5.

The purpose of the present study was to examine the relationship between ethnolinguistic identity and television viewing among minority language speakers. More

precisely, a novel model was proposed, that consisted of two parts reflecting the idea of ethnolinguistic identity gratifications and ethnolinguistic cultivation. From the point of view of ethnolinguistic identity gratifications, it was examined how ethnolinguistic identity influences media needs and media use; whereas, from the perspective of ethnolinguistic cultivation, the research inspected the relationship between television viewing, the perception about ethnolinguistic social context (like perceived vitality, permeability and status stability) and ethnolinguistic identity management strategies (mobility, creativity and competition). The hypotheses were tested empirically among young media users in the German minority in South-Tyrol, Italy; the Hungarian minority in Transylvania, Romania ; and the Swedish minority in Southern Finland. The data was analysed with variance analyses, correlational analyses, OLS-regressions and multiple mediations.

Norge

Forskningsförmedlare: Ragnhild Mølster

Bang, Tor : *Under hammermerket: hvordan utvikler norsk arbeiderbevegelse en retorisk instruksjonslitteratur på 1930-tallet?* Universitetet i Bergen, Institutt for Informasjons- og medievitenskap, 2013. 314 s.

Avhandlingen har seks kapitler: Kapittel 1 tar seg to kontekster som ligger til grunn for Arbeiderpartiets retoriske instruksjonslitteratur inntil 1933. Bang ser først på "oppdragelse"; hvordan arbeiderklassen generelt, og tillitsmannsapparatet spesielt, blir skolert. Fagforeninger og partilag samlet inn penger for å kunne etablere "Sosialistiske aftenskoler" der elevene lærte anvendt retorikk, som agitasjon. I den andre konteksten analyseres den ideologiske endringen i Arbeiderpartiet. I kapittel 2 diskuterer Bang "masse", en metafor myntet i sosiologien sent i det 19.  rhundre. Både fenomenet og begrepet "masse" er i tråd med darwinismen, og med den "nye vitenskap psykologi" og psykologiens bindestreksfag "sosialpsykologi," prolet rpsykologi" og "arbeiderpsykologi".

I kapittel 3 ser Bang altså på vitenskapeliggjøring av kommunikasjonen. "Den nye vitenskap psykologi" ble ansett som et anvendbart verktøy, ikke bare for å kunne forstå menneskesinnet, men mest for å kunne komme frem til metoder for hvordan mennesker kunne overtales til den ønskede politiske atferden. Han tar spesielt for seg de Mans kritikk av marxister, som han tydelig skiller fra kritikk av Marx og av sosialismen. Kapittel 4 handler om Hildegard Hetzers hjerteskjærende forskningsrapporter fra Wiens arbeiderstrøk og fattigkvarterer. Mot slutten av kapittel 4 diskuterer Alf Ahlberg oversettelse og egen anvendelse av Werner Sombarts sarkastiske gjennomgang av tyske sosialisters propaganda slik han fremstiller det i *Der proletarische Sozialismus*. Kapitlene 5 og 6, omhandler den norske arbeiderbevegelsens h ndboklitteratur og artikler om taler og taleskrivning, agitasjonsmetoder og propaganda. Omfattende deler av de to kapitlene er viet oppbygging av taler, talesjangre, og r d til talere. Andre deler er viet diskusjoner over og avgrensing av begrepsapparatet, spesielt de to sentrale begrepene "agitasjon" og "propaganda".

Fonn, Birgitte Kjos: *Orientering – rebellenes avis: Inkl.innledning*. Universitetet i Oslo, Institutt for arkeologi, konservering og historie, 2012. 400 s.

Orientering ble etablert midt under den kalde krigen, og samlet Arbeiderpartiets venstreopposisjon og andre som var mot den rådende utenrikspolitikken. Den utmerket seg i sitt forsøk på å være et uavhengig korrektiv i partipressens tid, og opprorte det politiske Norge blant annet da den bidro til Arbeiderpartiet for første gang mistet sitt rene flertall etter krigen i 1961. *Orientering* hadde ambisjoner om å være en nytenkende kvalitetsavis med vekt på å promotere "den tredje veien" i internasjonal politikk på 1950- og 1960-tallet, og gled så over i en

mer innenriksorientert tabloidavis av venstreorientert merke på mot slutten av 1960-tallet og inn på 1970-tallet. På 1970-tallet var avisen arnested for forsøket på å skape en profesjonalisert og tabloid, men fortsatt venstreorientert journalistikk, f r den ble slukt av Sosialistisk Venstreparti s nye partiavis, *Ny Tid*, i 1975. Til tross for beskjeden utbredelse og små ressurser, lyktes *Orienterings* spede stemme i å bli hørt blant "det store vi", som forfatteren og redaktøren Sigurd Evensmo beskrev det. Men i den profesjonelle journalistikkens barndom var de impliserte nokså uforberedt på vanskene med å forene store journalistiske ambisjoner med små journalistiske ressurser og kildetilgang, og dette ble en viktig forklaring på at avisen i flere omganger kom i mis-kreditt hos sine egne, og til slutt gikk inn.

Korsvik, Trine Rogg: *Pornografi er teori, voldtekt er praksis: kvinnekamp mot voldtekt og pornografi i Frankrike og Norge ca. 1970–1985*. Oslo: Universitetet i Oslo, Institutt for arkeologi, konservering og historie, 2013.

Hvordan blir i utgangspunktet upolitiske fenomener til politiske saker? Det unders ker Trine Rogg Korsvik i avhandlingen 'Pornografi er teori, voldtekt er praksis': *Kvinnekamp mot voldtekt og pornografi i Frankrike og Norge ca. 1970-1985*. I begynnelsen av 1970-årene ble voldtekt og pornografi regnet som upolitiske seksualm ralske spørsmål. Gjennom politisk mobilisering omdefinerte feministbevegelsene dem til kj nnspolitiske kampsaker som utfordret strukturelle maktforhold så vel som intime seksuelle forhold. Sakene mobiliserte bredt og førte til lovendringer: Frankrike fikk en ny voldtektslov i 1980 og Norge en ny pornolov i 1985. Men sakene var også kontroversielle og førte til beskyldninger om at feminister var puritanske mannshatere. Kamp mot voldtekt og pornografi var en del av en transnasjonal bevegelse mot det som feminister definerte som seksuell vold mot kvinner. Ved å anlegge et komparativt perspektiv analyserer Korsvik hvorfor denne mobilisering overveiende kom til uttrykk som kamp mot voldtekt i Frankrike og som kamp mot pornografi i Norge. I den komparative analysen anvender og drøfter Korsvik teorier og begrep fra forskning på sosiale bevegelser som politisk kultur, innramming, protestrepertoar og legitimeringsstrategier. Konklusjonen er sammensatt og legger vekt på fire momenter for å forklare hvorfor voldtekt og pornografi ble viktigst i henholdsvis Frankrike og Norge: problemforståelse, s rttrekk ved kvinnebevegelsene, mediedekning og fiendebilder/allianser. Det legges vekt på de ideologiske forskjellene innad i bevegelsene og deres relasjoner til andre sosiale bevegelser på venstresida. Avhandlingen er basert på et omfattende prim rkedemateriale og er et viktig bidrag til sammenlignende studier av politisk kultur og av kvinnebevegelser.

Lund, Maria Konow: *Moving-image news production in two newsrooms : a news ethnography of discourses of professionalism, technology, and journalistic practices at TV2 Newschannel and VG Nett/VGTV, 2007-2009*. Oslo: Høgskolen i Oslo og Akershus, 2013. 351 s.

This dissertation investigates the tension and interaction between two alternative discourses of professionalism, occupational and organizational, in terms of the use of technology and other routines and expectations related to journalism with moving images. This form of tension arises not from conflict as such but from competing or colliding priorities concerning both the product of and the practice in the digital-era newsroom. Journalists and managers must do more with less using technology that is often unfamiliar and always accelerating the tasks with which it assists. At the heart of the thesis, then, is the question of how media professionals cope with the impact of both time and space constraints and demands upon their work. The study is the result of field observation, field interviews, document analysis, and semi-structured qualitative interviews with 125 informants. Konow Lund undertook her field observation at three different locations: TV2's newsroom in Oslo, TV2's newsroom in Bergen, and VG Nett's offices in Oslo during different periods in 2007, 2008 and 2009. The study is relatively unique in having deliberately compared the practices of journalism in television and online (hence the collective rubric Journalism with moving images'). Changes that have arisen in the digital era have affected platforms old and new in profound ways and have instigated a shared practice that now operates in tandem with the traditional practices that have long distinguished, say, newspaper from television or television from Internet journalism. The research indicates that newsrooms undergoing this level of transformation, particularly those dependent upon 'heavy technology' such as video, have developed coping mechanisms that create ripple effects throughout the professionalism of both journalists (occupational) and managers (organizational). No one in the newsroom can any longer afford to be reactive—that is, to wait around for something to happen, then cover it. Journalists and managers must both anticipate and encourage activity even prior to events, for example by engaging the audience to watch for (and even produce) potential stories, then share them with the newsroom (and each other) via social media platforms and distribution channels. Production in an Internet newsroom (and, to a lesser extent, in a 24/7 television newsroom) is now 'active-reactive', thanks to these anticipatory efforts, and journalism has adapted to these new prerogatives and timeframes. Ultimately, we are witnessing the beginning of a new media economy, within which journalists act as well as react and synthesise as much as create, and this economy is strongly influencing the way journalists think about journalism. That negotiation process is the general quarry of the present thesis.

Onsrud, Silje Valde: *Kjønn på spill – kjønn i spill: en studie av ungdomsskoleelevers musisering*. Universitetet i Bergen, 2013. 252 s. ISBN 978-82-308-2435-1.

Onsrud har undersøkt hvordan musikkundervisningen i ungdomsskolen kan være en arena for å markere seg som kjønn og å forhandle kjønnsidentitet gjennom musikkbruk og musikkpreferanser. Med teoretiske perspektiver fra Michel Foucault og Judith Butler, og ved hjelp av klasseromsobservasjoner og intervju med elever og musikk lærere, gir studien innsikt i hvordan deltagerne i musikkundervisningspraksiser opprettholder, men også til dels bryter med vante forestillinger om hvordan kjønn ageres og iscenesettes gjennom musikk. Studien viser at utstrakt bruk av pop, rock og hiphop, der elevene har stor medbestemmelse og valgfrihet, gjør at de fleste velger konforme og stereotipe uttryksmåter. Dette innebærer for eksempel at særlig jenter trekkes mot dans, sang og akustiske instrumenter, mens gutter i hovedsak spiller rock på bandinstrumenter og viser interesse for gangsta-rap. De mer utradisjonelle og kanskje utfordrende kjønnsuttrykkene man kan finne i populærmusikk, utelblir i denne klasseromsstudien, som har foregått i fire undervisningspraksiser ved to urbane, norske ungdomsskoler. Det betyr imidlertid ikke at rappende jenter, dansende gutter eller jenter som spiller på bandinstrumenter ikke har blitt observert i studien. I den grad det brytes med vante kjønnsmønstre, synes det imidlertid som elevene ikke betrakter det som autentisk med tanke på sjangeren det representerer. At slike brudd aksepteres, sees i analysene i sammenheng med at skole og undervisning heller ikke er å betrakte som autentiske arenaer for disse musikkuttrykkene. Studien diskuterer derfor potensialet som ligger i musikkundervisning som en «inautentisk» musiseringsarena. Det kan gi ungdomsskoleelever mulighet til å utforske det mangfoldet av kjønnsuttrykk som populærmusikkfeltet i vid forstand tilbyr, i stedet for at elevene skal begrense seg selv ved utelukkende å søke det konforme.

Skjerdal, Terje S: *Competing loyalties : journalism culture in the Ethiopian state media* Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon, 2013. 294 s.

Avhandlinga drøftar eit kjent dilemma i journalistikken – lojalitetskonfliktar – i eit mediesamfunn prega av sterk statskontroll – Etiopia. Lojalitetskonfliktar eksisterer i alle typar medium og alle typar mediesamfunn, men er lite forska på i ein utviklingskontekst. I doktorgradsprosjektet har Terje S. Skjerdal studert tre sentrale statsmedieinstitusjonar i Etiopia der spenninga mellom eigar-/regjeringsinteresser og profesjonsinteresser er markant. 67 journalistar er intervjuet. På trass av ulike restriksjonar, identifiserer journalistane seg sterkt med profesjonelle ideal. Lojaliteten til eigaren/regjeringa er derimot svak, og journalistane opplever ein konflikt mellom statleg eigarskap og profesjonell journalistikk. På

den andre sida uttrykkjer dei sterk lojalitet til nasjonen og nasjonal utvikling. Ein kjend teori i forskingslitteraturen hevdar at journalistar som dregst mellom nasjonale og profesjonelle interesser løyser dilemmaet ved å skifta mellom ulike lojalitetar. Journalistar som skal dekkja eit nasjonalt terroråtak, til dømes, skifter frå profesjonell lojalitet den eine dagen til nasjonal lojalitet den neste, og så attende til profesjonell lojalitet etter nokre dagar. Studien finn at teorien ikkje passar med situasjonen i etiopiske statsmedium. Journalistane skifter ikkje mellom profesjonelle og nasjonale lojalitetar, men lever med baa lojalitetane samstundes. På dette grunnlaget føreslår Skjerdal ei alternativ teoretisk tilnærming som kan kallast ein modell om 'konkurrerende lojalitetar'.

Stavelin, Eirik: *Computational journalism: when journalism meets programming*. Bergen: Universitetet i Bergen, Institutt for informasjons- og medievitenskap, 2013. 202 s. ISBN 978-82-308-2440-5.

Digital data sources and platforms allow journalists to produce news in new and different ways. The shift from an analog to digital workflow introduces computation as a central component of news production. This enables variability for end users, automation of tedious tasks for newsrooms, and allows journalists to tackle analysis of the increasingly large sets of data relevant to citizens. To journalism, computerization is a promising path for news production, particularly for those who are able to wield computers to their specific needs through programming as a journalistic method. Toolmakers and users, both internal in the newsrooms and external in academia and in the IT business, are putting effort into making computational journalism a reality. While the hypothetical aspects of computational journalism are easy to find, this thesis provides studies of computational efforts in newsrooms as well as experimental prototyped suggestions in order to provide a better understanding of how practices in journalism intersect with computing as information science. This thesis approaches software-oriented news production as (1) a socially situated practice in newsrooms and (2) a design science research problem. The newsroom approach includes an analysis of news applications; journalistic output that consists of software code as a part of news storytelling. The analysis focuses on what technical and visual elements these applications consists of and how they compare as jour-

nalistic products in relation to the core functions of the journalistic social contract. Further, authors of news applications as journalist-programmers are interviewed in order to give an account of how this practice is situated in the newsroom and how these practitioners view their efforts in relation to technical, social, and journalistic considerations.

As a design science research problem, Stavelin has approached computational journalism as an effort to produce software for journalism by user testing a custom prototype for dealing with analysis of social media messages, and as an effort to produce software as journalism in creating a tool for watchdogging the parliamentary data API, aided by expert parliamentary reporters to discuss how such an endeavor could be formulated and executed.

Aam, Pål: *Fjernsynsforskaren: frå kritisk til innovatør*. Trondheim: Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet / NTNU, Institutt for kunst- og medievitenskap, 2013. 234 s.

Avhandlinga ser på kva som er typisk for norsk fjernsynsforskning og på korleis denne forskinga kan utviklast vidare. Avhandlinga viser gjennom eit døme, Hypertytt, korleis fjernsynsforskning kan gå frå å vere ein type forskning som først og fremst analyserer og kritiserer formidling med levande bilde, til å bli ein type forskning som også legg fram konstruktive framlegg til korleis formidling med levande bilde kan gjerast på nye og innovative måtar. Ved hjelp av slik forskning kan fjernsynsforskarar vere med på å utvikle praktiske og nye løysingar for formidling med fjernsyn og med levande bilde på nett og ikkje berre kritisere den måten mediebransjen jobbar på. Sjølve Hypertytt-prosjektet handlar om nyheiter formidla med levande bilde. I denne samanheng drøfter avhandlinga kva kritikken mot desse nyheitene er. Hypertytt-prosjektet er eit svar på denne kritikken. I prosjektet blir det ved hjelp av mediedesign utvikla ein metode for å produsere nyheiter med levande bilde ved bruk av ei form for interaktiv video kalla hypervideo. Denne forma for nyheitsformidling blir så prøvd ut og evaluert ved hjelp av vitenskaplege metodar. Avhandlinga prøver slik å utvikle metodologien og metodebruka til norsk fjernsynsforskning og også bidra til praktisk kunnskap om nyheiter laga med interaktiv video.

Sverige

Forskningsförmedlare: Maria Edström

Andersson, Erik: *Det politiska rummet: Villkor för situationspolitisk socialisation i en nätgemenskap av och för ungdomar*. Örebro universitet, Institutionen för humaniora, utbildnings- och samhällsvetenskap, 2013. 334 s. ISBN 978-91-7668-907-3.

Det politiska rummet är ett rum i vilket unga människor ges möjlighet till handling, att vara politiska deltagare. I avhandlingen analyseras ett av flertalet politiska rum, nämligen nätgemenskapen vilken diskuteras i termer av utbildning. Avhandlingens syfte är därför att analysera den institutionella karaktären av, och den pågående kommunikationen i, en nätgemenskap organiserad av och för ungdomar. Avhandlingens kunskapsintresse är kunskap om skeenden i vilket deltagarna, inom striden mellan olika gruppers försök att ordna samhället, genom interaktion och handling tillägnar sig politiska preferenser och färdigheter; kunskap om de villkor som kan finnas för detta; samt kunskap om det politiska samtalet som ett innehållsligt betydande inslag i samhället och för deltagarnas självförståelse.

Axner, Marta: *Public Religions in Swedish Media: A Study of Religious Actors on Three Newspaper Debate Pages 2001-2011*. Uppsala universitet, Teologiska institutionen, 2013. 261 s. ISBN 978-91-554-8748-5.

This study addresses issues concerning religion in the public sphere, brought about by the debates over the perceived resurgence of religion and the post-secular. The aim is to analyze the participation of religious actors in the public, using three newspaper debate pages as the empirical material. Building on theories by Casanova, especially his concept of public religions, as well as mediatization theory and Habermas' writings on religion in the public sphere, 639 opinion pieces signed by religious actors were analyzed. The mixed-methods content analysis was conducted in two steps: first a quantitative overview of the religious actors published, to what extent and on what issues. The second step consisted of three qualitative case studies based on the results of the first step: an argument analysis of the debate over same-sex marriage; an exploration of the specific position of the Church of Sweden and the idea of the national church as a public utility; and finally a discourse analysis of articles by Jewish and Muslim authors.

Bachmann, Anne: *Locating Inter-Scandinavian Silent Film Culture: Connections, Contentions, Configurations*. Stockholms universitet, Institutionen för mediestudier, 2013. 452 s. ISBN 978-91-87235-52-8, 978-91-87235-51-1.

Vad var 1910- och 20-talets motsvarigheter till samproduktioner som Bron, eller till Tuva Novotny som obehindrat spelar i danska och norska produktioner? Hur uttryckte man sig kring samhörighet och olikheter

inom Skandinavien, och vilken roll spelade det? Denna avhandling återbesöker film och filmkultur i Sverige, Danmark och Norge på stumfilmstiden, i syfte att utforska samarbeten, debatter och identiteter på tvärs av gränserna inom Skandinavien. Ett genomgående skandinaviskt perspektiv på denna del av filmhistorien är nytt, och justerar därmed de separata, nationella historieskrivningar som redan finns. Avhandlingen ger en ny blick på välkända filmer, men lyfter också fram mindre kända eller sedan länge förlorade filmer och projekt som aldrig blev av.

Beckman, Linda: *Traditional Bullying and Cyberbullying among Swedish Adolescents: Gender differences and associations with mental health*. Karlstad, Institutionen för hälsovetenskaper, 2013. 100 s. ISBN 978-91-7063-509-0.

The overall aim of this thesis is to study the differences between traditional bullying and cyberbullying among adolescents, focusing on gender, psychosomatic problems, and disability. The aim is also to gain insight into health staff's experience of bullying in schools. The thesis is based on four studies based on surveys undertaken among 3,800 adolescents in Grades 7, 8 and 9 in Sweden, as well as focus groups of 16 people consisting of school social workers and school nurses. While almost no gender differences were found among traditional victims, Study I showed that girls were more likely than boys to be cybervictims. Boys were more likely than girls to be traditional bullies, while girls were equally as likely as boys to be cyberbullies. Study II showed that psychosomatic problems were associated with being a victim, a bully or a bully-victim. Cyberbullying showed no stronger association with psychosomatic problems than traditional bullying.

Bennerstedt, Ulrika: *Knowledge at play: Studies of games as members' matters*. Acta Universitatis Gothoburgensis, Göteborgs universitet, Institutionen för pedagogik, kommunikation och lärande, 2013. 261 s. ISBN 978-91-7346-742-1.

On a general level, this thesis seeks some answers to the broad question of what one can learn from digital games. With an analytical approach informed by ethnomethodology, the main thrust of the work is an exploration of members' matters in the area of games and gaming. In response to prevailing discussions about how, where and what gamers learn, the aim is to examine emerging forms of knowledge embedded in practices in and around digital games. The first part of the thesis addresses three themes: the question of whether leisure gaming could be understood to have transfer effects; how games are positioned in a state of restlessness and multistableness; and how the domain encompassing gaming and game development is advancing in terms of professionalization

and institutionalization. The second part is comprised of three empirical studies based on two sets of video recordings: collaborative gaming in *The Lord of the Rings Online*, and assessment practices in game development education. The studies begin to unravel the elusive phenomena of gaming by making some gameplay practices and conventions visible. Furthermore, from the perspective of the institutional framing, it is argued that understandings from other media are not applicable in a straightforward manner, but must be carefully calibrated to matters such as game genre conventions and control over gameplay conduct.

Cheung, Maria: *Education, Gender and Media: Empirical Essays in Development Economics*. Stockholms universitet, Nationalekonomiska institutionen, 2013. 222 s. ISBN 978-91-7447-651-4.

The thesis consists of four essays. The first, *Edutainment Radio, Women's Status and Primary School Participation: Evidence from Cambodia*, investigates whether exposure to education-entertainment radio leads to improved women's status and primary school participation. Results show significant behavioral effects related to women's decision-making power and investments in children's primary schooling in exposed areas. Suggestive evidence indicates that gender-related attitudes were affected as well, which is a stepping stone towards changing socially constructed gender norms. The second essay, *Who Benefits from Free Education? Long-Term Evidence from a Policy Experiment in Cambodia*, investigates the effects of abolishing primary school fees. One additional year of free education had no impact on poor children, but increased the educational attainment for non-poor children. Persistent local educational norms and income segregation may explain why poor students were less likely to progress and complete the higher grades.

Forselius, Tilda Maria: *God dag, min läsare! Bland berättare, brevskrivare, boktryckare och andra bidragsgivare i tidig svensk veckopress 1730-1773*. Göteborgs universitet, Institutionen för litteratur, idéhistoria och religion, 2013.

Att användare bidrar till innehållet är en viktig aspekt av dagens medier. I tidningarna erbjuds läsare att skriva brev till insändarsidor och att lämna kommentarer på webben. Fenomenet läsarmedverkan har en längre historia än vi i allmänhet tror. I Sverige fanns redan på 1730-talet en veckopress med läsarbrev, där samtidens frågor stöttes och blöttes. Avhandlingen behandlar denna veckopress med fokus på läsarbrevens former, innehåll och funktioner.

Textanalysen omfattar Sedolärande Mercurius (1730-1731), Swänska Argus (1732-1734), Bref Om Blandade Ämnen (1754) och Brevväxling (1772-1773).

Färdigh, Mathias A: *What's the Use of A Free Media? The Role of Media in Curbing Corruption and Promoting Quality of Government*. Göteborgs

universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, 2013. 170 s. ISBN 978-91-88212-57-3.

Free media have traditionally been seen as vital to democratization and economic development. International actors, such as UN, the World Bank, the EU, Transparency International, the OECD and the research field in its entirety regard free media as one of the main means of curbing corruption. Numerous policy proposals and recommendations stress the importance of media freedom. Nevertheless, our knowledge of how effectively media actually perform to combat corruption is still limited – albeit growing. *What's the Use of a Free Media?* presents three independent empirical studies that contribute to an understanding of this role, analyzing the media's importance in curbing corruption and in promoting and generating high quality political institutions. The research design and robust empirical approach broaden the analytical scope of earlier studies and stressing the need to look beyond simple models of direct effects of media freedom. The dissertation problematizes and elaborates the specifications of both media freedom and quality of government, thereby helping to bridge the gap between theory and the equivalent empirical world

Gansing, Kristoffer: *Transversal Media Practices. Media Archaeology, Art and Technological Development*. Malmö Högskola, Konst och kommunikation, 2013. ISBN 978-91-7104-481-5.

Transversal Media Practices work across specific situations of technological development, critically examining and redefining the terms of production in different media by bringing heterogeneous histories, institutions, actors and materialities into play with one another. This dissertation is all about trying out and refining the methodologies of such transversal media practices, in the end outlining a conceptual set of tools for further development. Following the technological hype of the “digital revolution” of the mid-1990s, the field of new media studies gained popularity over a ten year period. This dissertation takes its cue from a historical turn in new media theory, and argues that it is time leave behind strict polarisations between old and new as well as analogue and digital. The study unfolds through two case-studies. The first, “The World's Last Television Studio”, looks at tv-tv, an art and media-activist project that negotiates the sociocultural and material changes of the “old” and institutionalised mass medium of television. In the second case study, “The Art of the Overhead”, another old medium is engaged: the overhead projector – a quintessential 20th century institutional medium here presented as a device for rethinking the new through the old.

Gustafsson, Nils: *Leetocracy. Political participation, social network sites and inequality*. Lunds universitet, Statsvetenskap, 2013. 69 s. ISBN 978-91-7473-455-3.

Kan sociala nätverkssajter eller sociala medier som Facebook och Twitter göra att det politiska deltagandet

i samhället blir med jämlikt – både med avseende på vilka personer som deltar och med avseende på hur själva engagemanget organiseras? Avhandlingen innehåller sex artiklar som studerar detta med tyngdpunkt på politiskt deltagande i Sverige, samt en introduktionsartikel (eller kappa) som sammanfattar de viktigaste argumenten i artiklarna och försöker ge en övergripande bild av det vetenskapliga problemet. Avhandlingens slutsatser kan sammanfattas sålunda: att man kan använda sociala nätverkssajter för att engagera sig politiskt tycks inte leda till att lågutbildade eller sådana som är mindre intresserade av politik än andra plötsligt engagerar sig. Även om deltagandet i de sociala medierna har lett till att många unga människor har engagerat sig, är dessa också ännu mer högtbildade än sådana som deltar på andra vis. Och de nätverksbaserade politiska kampanjer som har blivit vanligare i spåren av de digitala mediernas frammarsch präglas av hierarkier, precis som traditionella organisationer. Det som förändras är snarare formerna för deltagande än vem det är som känner sig manad att delta. Om vi är intresserade av politisk jämlikhet, kan vi inte se sociala nätverkssajter i SIG som ett sätt att bidra till detta; politisk jämlikhet kan inte skiljas jämlikhet i termer av materiellt välstånd eller utbildning. Däremot står det klart att sociala nätverkssajter och sociala medier har vuxit fram som viktiga och effektiva instrument för alla som är intresserade av att organisera sig och förändra samhället.

Hinderson, Jan: *Webbens vägar: Om webbjournalistikens etablering och utveckling vid tre svenska regionala och lokala dagstidningar 1995-2013*. Lunds universitet, Pressvetenskap, 2013. 377 s. ISBN 978-91-7473-527-7.

I ”Webbens vägar” undersöks tre sydsvenska tidningars resa ut på webben. Det är den första avhandlingen i Mediehistoria om webbjournalistik. De tre tidningar som studerats är Skånetidningarna Helsingborgs Dagblad och Ystads Allehanda, samt Sydöstran i Blekinge. författaren har följt de tre tidningarna från de första enkla och primitiva webbsidorna, till dagens utvecklade och bildrika webbtidningar på olika plattformar. Förutom att studera själva webbtidningarna ingår intervjuer och etnografiska studier, där webbjournalisternas arbete följs i praktiken. Genom att gå in konkret i de enskilda tidningarnas webbhistoria och webbpraktik läggs nya delar till en hittills underutforskad del av den svenska mediehistorien. På samma sätt som webbpublikerna på Helsingborgs Dagblad försökte utforska webbens möjligheter i mitten av 1990-talet, har också webbutvecklingen på de andra tidningarna präglats av att man prövat sig fram i detta nya journalistiska fält.

Hällgren, Anna-Maria: *Skåda all världens uselhet: Visuell pedagogik och reformism i det sena 1800-talets populärkultur*. Gidlunds, Stockholms universitet, Konstvetenskapliga institutionen, 2013. 200 s. ISBN 978-91-7844-870-8.

I det sena 1800-talets Sverige gjorde vaxmuseer, resande nöjesetablissemang och andra visuella attraktioner sitt bästa för att hålla vad de lovade: Att visa allt! Men vissa syner, menade kritikerna, var inte lämpliga att ta del av. De riskerade att förvirra och förleda. Även andra röster gjorde sig hörda. Verkligheten var något som alla behövde se, hur karg och fasansfull den än var. I Skåda all världens uselhet diskuteras hur representationer av sociala problem i det sena 1800-talets populärkultur underbyggdes av en visuell pedagogik, genom vilken en specifik observatör formades. Denna observatör var en ansvarstagande medborgare, delaktig i att föra civilisationens utveckling framåt.

Jungstrand, Anna: *The literarity of reportage*. Lund: Ellerströms förlag, Stockholms universitet, Institutionen för litteraturvetenskap och idéhistoria, 2013. 344 s. ISBN 978-91-7247-361-4.

Det litterära reportaget har ofta betraktats som en hybridgenre där journalistikens sanningsanspråk blandas med skönlitterära tekniker för att höja läsoplevelsen. Men betyder det verkligen att reportaget kan betraktas som en blandning av fakta och fiktion, av sanning och – ja, vad? Hur skulle en sådan genre i så fall kunna möta journalistikens krav på etik och moraliskt ansvarstagande? I avhandlingen gör författaren upp med en rad allvarliga missförstånd som kantat reportagets genreförståelse under 1900-talet. Litteraritet i reportage ska inte betraktas som utanpåverk eller utsmyckning – det är strategier som på ett genomgripande sätt tjänar journalistikens dokumentära syfte, och som tar upp kampen mot objektivitetens ideal. Litteraritet i det moderna reportaget både speglar och etablerar textens etik. Utifrån detta perspektiv på det litterära med reportaget lägger avhandlingen grunden för en helt ny analysmetod, som kombinerar berättarteknik undersökning med dialogfilosofisk förståelse av etiken. Exempel ges ur ett brett spektrum av moderna reportage, och i sex längre analyser omprövas texter av Djuna Barnes, Ryszard Kapuscinski, Truman Capote, Hanna Krall, Sven Lindqvist och Joan Didion.

Pettersson, Åsa: *TV for Children: How the Swedish Public Service Television Imagines a Child Audience*. Linköping universitet, Tema Barn. 2013. 243 s. ISBN 978-91-7519-601-5.

Denna studie undersöker hur den svenska public service-TV-institutionen förställer sig en barnpublik i en samhällelig kontext där medielandskapet har genomgått förändringar under de senaste 30 åren och där TV ses som både en risk och en tillgång för barn. I avhandlingen etableras begreppet TV för barn för att visa på och lyfta fram bredden av den TV som riktar sig till en barnpublik. Studiens empiriska material består av lagstiftning, tillstånd och årsrapporter inom TV området och av ett omfattande urval av public service-TV-program för barn. Materialet har valts från 1980, 1992 och 2007, vilket betyder före, under och efter det svenska public service-monopolets

upplösning. Dokumenten och TV-programmen har studerats för att se hur föreställningar om en barn-TV-publik konfigureras. Studien visar att när kategorin barn efterhand nämns i TV lagstiftning och sändningstillstånd ses TV främst som en risk för barn, och då i förhållande till reklam. Först senare skrivs det fram explicit i dessa dokument att barn också ska ha tillgång till TV program. Den här studien av public service-TV för barn påvisar och ifrågasätter diskursiva idéer om vad det innebär att kategoriseras som barn i ett medierat samhälle.

Pålsson, Yvonne: *I Skinnstrumpans spår: Svenska barn- och ungdomsböcker om indianer, 1860–2008*. Svenska barnboksinstitutet, Umeå universitet. 2013. 337 s. ISBN 978-91-7459-577-2.

I mer än hundra år läste barn och ungdomar i Sverige äventyrsböcker om indianer för att sedan omsätta sina läsupplevelser i leken. Föreställningar om indianerna lever kvar in i våra dagar och frågan inställer sig: vad är det i indianernas kultur som fortsätter att fascinera både äldre och yngre människor i Sverige? Avhandlingens huvudsakliga syfte är att visa hur utgivningen av indianböcker för barn och unga med svenska som originalspråk tog sin början och att följa utvecklingen från omkring 1890 fram till 2008. Varför skrev svenska barn- och ungdomsboksförfattare indianböcker? Varifrån fick de inspiration? Vilken bild ger de av indianerna? För att visa omfattningen av indianboksutgivningen i Sverige och placera de svenska böckerna i ett sammanhang finns även en förteckning av översättningar till svenska. Vidare undersöks hur böckerna mottagits av kritiker och läsare.

Radmann, Aage: *Huliganlandskapet: medier, våld och maskuliniteter*. Malmö Högskola, Fakulteten för lärande och samhälle, 2013. 129 s. ISBN 9789186295349.

The purpose of the dissertation is to understand and explain how the narrative image of the Swedish hooligan and hooliganism is created and recreated in various (media) descriptions. The dissertation consists of four articles and one summarising chapter. Analysis of different types of media and in-depth interviews constitute the source material for the study, which provides new insights into Swedish hooligan culture. One important conclusion of the study is that hooliganism is understood differently depending on the beholder's position in the hooligan landscape. The dissertation also demonstrates how various media narratives have had a decisive function in the rise, expansion and manifestation of Swedish hooligan culture.

Sjöberg, Johanna: *I marknadens öga: Barn och visuell konsumtion*. Linköpings universitet, Tema Barn, 2013. 247 s. ISBN 978-91-7519-614-5.

Studien granskar hur barn görs till en del av konsumtionssamhället genom det lag- och regelverk som omgärdar barn, konsumtion och reklam samt i tre typer av vardagsreklam där barn på olika sätt synliggörs; adresserad direktreklam som skickas hem till tre nyblivna föräldrar under barnets första år, reklam i ett års utgivning

av 12 tidningar för barn samt annonser med bilder av barn publicerade i ett års utgivning av fyra tidningar med en vuxen målgrupp. I studien undersöks hur barn framställs och görs som social kategori och som konsument i materialen och vad det säger om barns roll och plats i konsumtionssamhället. Med hjälp av kritisk visuell diskursanalys och begreppet barnighet visar analysen med vilken komplexitet och ambivalens barn uppfattas, framställs och bemöts. Lag- och regelverket är komplicerat och ger en dubbeltydig bild av barns rätt till skydd respektive rätt till deltagande. Vardagsreklamens bilder av barn gör dem till objekt att konsumera visuellt samtidigt som normer om den ideala barndomen och den goda betraktaren produceras och reproduceras. Till nyblivna föräldrar framställs diskurser av barn som konsumtionsbehövande på sätt som osynliggör reklamens övertalande budskap. Reklam som riktas till barn själva utgörs av hybridformer där annonser bara är en del, vilket innebär att det som är reglerat som reklam inte är detsamma som det som gör reklam till barn. Utsatthet och skydd, kompetens och rättigheter samt lärande och ålder är tematiker som på olika sätt aktualiseras i samtliga empiriska material.

Stiernstedt, Fredrik: *Från radiofabrik till mediehus: Medieförändring och medieproduktion på MTG*. Örebro universitet och Södertörns högskola, Medie- och kommunikationsvetenskap, 2013. 247 s. ISBN 978-91-7668-908-0.

This thesis is a study of how the Swedish media company MTG Radio has developed new strategies and production practices in relation to technological change, new competition and media convergence during the first decade of the 2000s. During this period the media landscape in general has been marked by digitization, the rise of new media platforms and competition from new media companies. The study engages in an ethnographical perspective on media production, but also takes its starting point in political-economic theories on media work in order to raise questions about the relation between technological and organizational changes and relations of power in production. Empirically, the thesis builds on interviews with production staff as well as an analysis of production documents and content produced by MTG Radio. The analysis shows that digital production technologies contribute to an increased automation and centralization of control over editorial decisions, and hence to "de-skilling" (Braverman 1974/1999, Örnebring 2010). On the other hand, strategies of multiplatform production and the organizational changes taking place contribute to an "upskilling" (Edgell 2012) and give DJs and presenters more autonomy and control within production. This strengthened autonomy involves their possibilities for reflexivity and critical self-evaluation, as well as their control over content and production.

Thorén, Claes: *Print or Perish?: A Study of Inertia in a Regional Newspaper Industry*. Karlstad, Handelshögskolan, 2013. 214 s. ISBN 978-91-7063-539-7

This dissertation particularly focuses on how the organizational culture of regional, ideologically driven newspaper organizations affects propensity for change. Focus is placed on the regional newspaper industry, and an ethnographical case study has been conducted of a Swedish county covered by two independent, competing newspaper organizations. The purpose of the study is to develop a theoretical concept to describe the kind of organizational inertia currently experienced by the regional newspaper industry. Combining semi-structured interviews, observations and analysis of public documentation, it is shown that both regional organizations in the study are struggling to reconcile a steadily declining print edition with the pressures of publishing news online. The regional newspaper industry is expected to deliver online news content to a growing audience without a profitable business model. Since the late 1990s, when the first of the organizations' websites appeared, the Internet's potential as a financially justifiable publishing platform has been put into question. Sixteen years later, the websites and the questions remain. The study shows how organizational memory and the act of remembrance are used along with certain aspects of corporate history and culture to legitimize long term strategizing that in turn have significant effects on the propensity for change.

Tistedt, Petter: *Visioner om medborgerliga publikker: Medier och socialreformism på 1930-talet*. Höör: Symposion Brutus Östlings bokförlag, 2013. 350 s. ISBN 978-91-7139-890-1.

Hur kan demokratin försvaras? Denna fråga upplevdes som akut i Europa under 1930-talet. Många framhöll nödvändigheten av medborgarnas aktiva deltagande i samhällslivet. Demokratin krävde medborgare som satte sig in i gemensamma angelägenheter samt diskuterade och tog ställning till aktuella problem. I denna bok studeras hur socialreformister arbetade för att skapa ett sådant samhällsengagemang i Sverige. Utgångspunkterna tas i decenniets befolkningsdebatter och i en utställning om fritidens användning. Undersökningen visar hur visioner om medborgerliga publikker var inbyggda i den moderna demokratin offentliga kultur.

Tofghian, Nadi: *Blurring the Colonial Binary: Turn-of-the-Century Transnational Entertainment in Southeast Asia*. Stockholms universitet, Institutionen för mediastudier, 2013. 276 s. ISBN 978-91-87235-54-2, 978-91-87235-53-5.

This dissertation examines and writes the early history of distribution and exhibition of moving images in Southeast Asia by observing the intersection of transnational itinerant entertainment and colonialism. It is a cultural history of turn-of-the-century Southeast Asia, and focuses on the movement of films, people, and amusements across oceans and national borders. The starting point is two simultaneous and interrelated processes in the late 1800s, to which cinema contributed. One process, colonialism and imperialism, separated people

into different classes of people, ruler and ruled, white and non-white, thereby creating and widening a colonial binary. The other process was bringing the world closer, through technology, trade, and migration, and compressing the notions of time and space. The study assesses the development of cinema in a colonial setting and how its development disrupted notions of racial hierarchies. The first decade of cinema in Southeast Asia, particularly in Singapore, is used as a point of reference from where issues such as imperialism, colonial discourse, nation-building, ethnicity, gender, and race is discussed.

Urniaz, Piotr: *Redigering och skuld: Ett kognitivt perspektiv på redigeringsfunktioner i ansvarsutkrävande tv-reportage*. Umeå: Umeå universitet, Institutionen för kultur- och medievvetenskap, 2013. 230 s. ISBN 978-91-7459-579-6.

Avhandlingen handlar om ansvarsutkrävande tv-reportage. Hur kan tv-reportage uppmuntra oss att uppfatta någon som skyldig? Vilken roll kan redigeringen spela i konstruktionen av denna upplevelse? Även om redigering som en ickeverbal kommunikationsform som inte endast etablerar mening, utan som också söker vår tillit och acceptans.

Öhman, Lisa: *All Ears: Adults' and Childrens' Earwitness Testimony*. Göteborgs universitet: Psykologiska institutionen 2013. 86 s. ISBN 978-91-628-8623-3.

Many crimes are committed under conditions of darkness, by masked perpetrators or over a phone. In such cases the witnesses' auditory observations may have a vital role in the investigative phase and in court. Nevertheless, earwitness testimony is a neglected research area. The present thesis investigated earwitnesses' (i) identification performance for an unfamiliar voice, (ii) memory for the perpetrator's statement, and (iii) ability to describe the voice. All four studies used the same general setup; exposure to an unfamiliar voice for 40 seconds, and an interview including a seven – voice lineup after a two week delay.

Licenciatavhandlingar

Berne, Sofia: *Swedish Children's and Adolescents' Experiences of Cyberbullying: Suggested Ways to Stop It and Associations with Body Esteem*. Göteborgs universitet, Psykologiska institutionen, 2013.

Oxstrand, Barbro: *Från Media literacy till Mediekunnighet: Lärares uppfattning och förståelse av begreppen mediekunnighet och IKT i skolan och deras syn på medieundervisning*. Göteborgs universitet, Institutionen för journalistik medier och kommunikation, 2013. 211 s. ISBN 978-91-88212-55-9.

Studiens syfte är att undersöka hur lärare för elever i åldrarna 10-12 år (mellanstadiet) uppfattar och förstår innebörden av begreppet mediekunnighet, ett begrepp som de mer ofta benämner IKT i skolkontexten. Olika skolorganisation kan inverka på olika sätt på lärarnas

uppfattningar genom sin struktur, rektorernas stöd och arbetskamraters åsikter. Lärare födda i olika generationer har upplevt olika medier och olika händelser i samhället under sin uppväxt, vilket kan ha betydelse för deras uppfattning. Lärarna har utbildat sig när olika läroplaner varit gällande och detta kan också ha betydelse hur lärare födda i olika generationer uppfattar begreppet mediekunnighet. De två övergripande frågeställningarna är: Hur uppfattar lärare från olika skolorganisationer begreppet mediekunnighet i skolans kontext? Hur uppfattar lärare från olika generationer begreppet mediekunnighet i skolans kontext? Studien kopplar även till hur lärare uppfattar sin egen och elevernas mediekunnighet och hur lärarna beskriver sin praktik.

Ahmadi Achachlouei, Mohammad: *Environmental Impacts of Electronic Media: A Comparison of a Magazine's Tablet and Print Editions*. Stockholm, 2013. 31 s. ISBN 978-91-7501-669-6.

The aim of this thesis is to assess potential environmental impacts of electronic media distribution and consumption—from a life cycle perspective – as compared to those of print media. The thesis consists of a cover essay and two papers appended at the end of the thesis. The cover essay summarizes the papers and puts them in context. The main objectives of the thesis are twofold: to assess potential environmental impacts of production

and consumption of tablet editions of magazines from a life cycle perspective (Paper I), and to compare potential environmental impacts of a magazine's print edition with that of its tablet edition (Paper II). The thesis examines the following specific research questions: (1) What are the main environmental impacts of print and tablet editions? (2) Which activities are giving rise to the main environmental impacts of the print and tablet editions? (3) What are the key factors influencing these impacts? (4) What are major data gaps and uncertainties? Based on the present assessment, it is clear that for the print magazine, pulp and paper production is the principal cause of most of the potential environmental impacts. For this reason, the use of recycled paper, rather than virgin fiber, in newsprint production may considerably offset environmental impacts. For the tablet edition, the content production dominates the potential environmental impacts when readers are few. This appears to be the case in an emerging state of the magazine, but with distribution of more media products to smaller groups of people, this may persist for "mature" products as well. As the number of tablet readers grows, more of the environmental impact of this is due to manufacturing of the device and electronic distribution. However, content production may still be a major factor, depending on the specific environmental impacts studied.

Ny litteratur

från Nordicoms databas NCOM

Danmark	138
Finland	143
Norge	146
Sverige	150
Nya skrifter från Nordicom	155

Litteratur från Nordicoms databas NCOM

Danmark

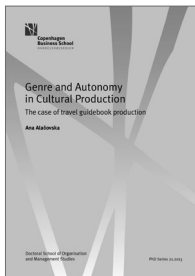
Forskningsförmedlare: Mogens Vestergaard Kjeldsen

Genre and Autonomy in Cultural

Production

The case of travel guidebook production

Ana Alacovska, Frederiksberg, Copenhagen Business School, 2013. 330 s. ISBN 978-87-92977-54-0, ISBN (elektronisk) 9788792977557. Ph.D.-afhandling.

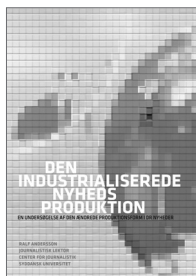


Denne afhandling fokuserer på produktionen af rejsehåndbøger. Målet med afhandlingen er at udforske den gensidige konstruktion og sammenfiltrering af genrer, producenter og institutioner indenfor kulturproduktion og kulturelt arbejde. Den undersøger desuden, hvordan

forfattermæssig/institutionel og professionel/industriell selvrefleksion eksisterer i og gennem tvetydige og skiftende relationer til genrer, genrefløb og ontologier. Med dette for øje udvikler afhandlingen en foreløbig teoretisk ramme, der muliggør en ikke-reduktiv udforskning af kulturproduktionens komplekse dynamikker. Denne ramme vil være særligt opmærksom på selve de kulturelle objekter – her i form af den 'ikke så prestigefyldte', 'uopfindsomme' og 'heteronomiske' genre kendt som rejsehåndbogen. Afhandlingen argumenterer for, kort beskrevet, at genrens specificitet og ontologi kontinuerligt kontekstualiseres og rekontekstualiseres, kvalificeres og rekvalificeres, varegøres og selvstændiggøres gennem rejsehåndbogsproduktionens daglige, lokale og nære praksisser.

Den Industrialiserede Nyhedsproduktion

Ralf Andersson, Odense, Syddansk Universitet, Center for Journalistik, 2013. 20 s.



I efteråret 2012 omlagde DR Nyheder dele af deres nyhedsproduktion til en såkaldt 'nyhedsmotor'. Fra at journalisterne fulgte deres egne historier fra vugge til grav, er produktionen nu blevet industrialiseret og effektiviseret, og medarbejderne opdelt i funktioner: Ti liveteams bestående af journal-

ist og fotograf indsamler materiale rundt i hele landet, som de sender hjem til DR Byen, hvor mediespecialister redigerer materialet sammen og speaker til indslagene.

Ralf Andersson, der arbejdede som redaktionschef i DR Nyheder, inden han blev TV-underviser på Center for Journalistik, Syddansk Universitet, har undersøgt konsekvenserne af den nye arbejdsproces i forhold til produkt, processer og personale i denne rapport. Hans undersøgelse viser, at DR med deres nyhedsmotor giver seerne flere livesendinger, at DR har større mulighed for at være til stede, når tingene sker, og at de nyheder, de sender, i højere grad end før er aktuelle. Men mens seerne lader til at have omfavnet resultatet af den nye produktionsform, kniber det med begejstringen blandt mange af DR Nyheders journalister. Således svarer 55 % af de 60 adspurgte medarbejdere, at deres arbejdsglæde er faldet på grund af nyhedsmotoren.

Mobile Communication in the Age of Smartphones

Processes of Domestication and Re-domestication

Troels Fibæk Bertel, IT-Universitetet, 2013. 166 s. Ph.D.-afhandling.

Recent years have seen great changes to the landscape of mobile communication in Denmark where smartphones have become widespread and the mediascape in general has become increasingly complex as the lines of demarcation among different media have blurred. This dissertation studies the processes of domestication and re-domestication of mobile communication among youth in Denmark in this increasingly complex mediascape. Through five research publications it examines various aspects of mobile communication during a period of transition from an old regime of mobile phones into a new regime of smartphones.

Engaging with Reality

Documentary and Globalization

Ib Bondebjerg, Bristol, Intellect Ltd, 2014. 288 s., ISBN 9781783201891.



Documentaries play an important role in the increasingly global media culture that has been developing over the last few decades. Despite its many different forms and genres, all documentaries claim a special relation to the way things are in the world, and they each attempt in their own way to engage us with reality. Engaging

with Reality investigates some of the major global

themes as they are reflected in documentaries from the USA, UK and Denmark. Engaging with Reality is a contribution to comparative, transnational studies of documentary in contemporary media culture. By comparing documentaries in three different countries dealing with the same global themes, the book contributes to a broader and deeper understanding of our global media culture. The book deals with documentaries as part of a new form of cosmopolitan narratives, as part of new, global forms of social imagination.

Audience Transformations

Shifting Audience Positions in Late Modernity

Nico Carpentier, Kim Christian Schröder & Lawrie Hallett (eds.), New York: Routledge, 2013. 280 s. ISBN 9780415827362.



The concept of the audience is changing. In the twenty-first century there are novel configurations of user practices and technological capabilities that are altering the way we understand and trust media organizations and representations, how we participate in society, and how we construct our social relations. This book embeds these transformations in a societal, cultural, technological,

ideological, economic and historical context, avoiding a naive privileging of technology as the main societal driving force, but also avoiding the media-centric reduction of society to the audiences that are situated within. Audience Transformations provides a platform for a nuanced and careful analysis of the main changes in European communicational practices, and their social, cultural and technological affordances.

Familiens medialisering

Et casestudie

Ole Christensen, København, Forlaget UCC, 2013. 165 s., ISBN 9788791786587.



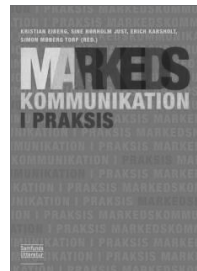
Medier er blevet en naturlig del af børn og unges hverdag. Skolen har imidlertid vanskeligt ved at håndtere det i praksis. Hvilke mediekulturelle forudsætninger erhverver børn og unge sig hjemme i familien, og kan hverdagens uformelle mediebrug være med til at udfordre den pædagogiske dagsorden i skolen? Familiens medialisering – et casestudie udspringer

af et større nordisk forskningsprojekt om hverdagens mediebrug, og i den danske del af projektet, som denne bog bygger på, belyses mediekulturen i fem velstillede

børnefamilier. Med udgangspunkt i familiernes egne fortællinger sætter bogen ord og billeder på hverdagens mediebrug. Bogen ser nærmere på, hvilken indflydelse kønsforskelle og generationsmøder har på familiens brug af medier. ”Mediekulturen i familierne kaster nyt lys over forholdet mellem familie og skole – og mellem uformel og formel læring”, argumenterer forfatteren. Der skal derfor bygges bro mellem familiens og skolens kultur, og til det formål skal der udvikles et nyt medie-pædagogisk udgangspunkt og en ny pædagogisk praksis: den medialiserede skole.

Markedskommunikation i praksis

Kristian Eiberg, Sine Nørholm Just, Erich Kaare Karsholt & Simon Moberg Torp (eds.), Frederiksberg, Samfundslitteratur, 2013. 487 s. ISBN 9788759316139.



Markedskommunikation handler om al kommunikation mellem aktørerne på et marked. Derfor er der ofte tale om vidtforregnede processer, hvor budskaber bliver skabt i samarbejdet mellem aktører og sjældent kan styres af én afsender alene. Markedskommunikation i praksis tager udgangspunkt i denne dynamiske kompleksitet og

bidrager til en bedre forståelse og håndtering af den – fra det overordnede strategiske niveau til det konkrete operative niveau, fra den spæde idé til det færdige produkt, på tværs af målgrupper, metoder og medier.

Online videoer – på sociale medieplatforme

Ole Ertlov Hansen & Lennard Højbjerg Hansen (eds.), Aarhus, Systime, 2013. 170 s. ISBN 9788761666116.

Med de sociale medieplatformes venne-netværk ska-



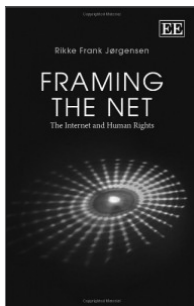
bes opmærksomhed omkring audiovisuelle formater som: Viraler, Haul Vlogs, Remix og Mash Ups. Det er en kommunikation i nye formater, der overskrider den traditionelle broadcasting og skaber brugernes muligheder for at kommunikere med levende billeder uden de store medieagenturer eller statens indblanding. Den nye og frie kommunikation synes helt

uden kontrol, men undgår man den markedsindflydelse, som i mange år har været den kontrollerende faktor? Og skabes der nye former for kommunikation, eller er de blot afledte af traditionelle og kendte kommunikationsformer med levende billeder? Online videoer – på sociale medieplatforme sætter gennem en række artikler fokus på brugen og betydningen såvel som den æstetiske udformning af den audiovisuelle kommunikation til og fra brugere på internettet.

Framing The Net

The Internet and Human Rights

Rikke Frank Jørgensen, Cheltenham, Edward Elgar, 2013. 272 s. ISBN 9781782540793, ISBN (elektronisk) 9781782540809.



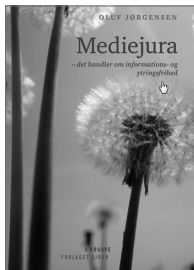
The Author's examination of whether Internet governance can be better aligned with the rights and freedoms enshrined in human rights law and standards of compliance could be read by everyone in the academic, policy and legal practitioner communities. From women's use of ICTs in Uganda to Wikipedia in Germany, information society developments make it imperative

that scholars and practitioners understand why it matters how the issues are framed. This book analyses a decade or more of debate in this field.

Mediejura

Det handler om informations- og ytringsfrihed. 3. udgave.

Oluf Jørgensen, Aarhus, Ajour, 2014. 366 s. ISBN 9788792816535.



Mediejura er en grundbog om mediejura. Den henvender sig i et humant sprog til alle, der arbejder professionelt med kommunikation og journalistik. Ikke kun studerende, men forfattere, fotografer, webmastere, redaktører, programchefer og andre. Foruden at den indeholder nyttig viden for personer, myndigheder, virksomheder og

organisationer, der ofte er journalistikkens kilder. Der er nyt i 3. udgave af "Mediejura". Særligt et helt kapitel om den nye offentlighedslov med de omdiskuterede nye vilkår for aktindsigt. Og der er et nyt afsnit om aktindsigt i specielt retssager. Bogen er desuden opdateret med en række nye regler, afgørelser og domme. Muligheder og grænser for indsamling af information og publicering omhandles også.

Gameworld interfaces



Kristine Jørgensen, Cambridge, Massachusetts, The MIT Press, 2013. 192 s. ISBN 9780262026864.

Computer games usually take one of two approaches to presenting game information to players. A game might offer information naturalistically, as part of the game's imaginary

universe; or it might augment the world of the game with overlays, symbols, and menus. In this book, Kristine Jørgensen investigates both kinds of gameworld interfaces. She shows that although the naturalistic approach may appear more integral to the imaginary world of the game, both the invisible and visible interfaces effectively present information that players need in order to interact with the game and its rules. The symbolic, less naturalistic approach would seem to conflict with the idea of a coherent, autonomous fictional universe; but, Jørgensen argues, gameworlds are not governed by the pursuit of fictional coherence but by the logics of game mechanics. This is characteristic of gameworlds and distinguishes them from other traditional fictional worlds. Jørgensen investigates gameworld interfaces from the perspectives of both game designers and players.

Debatkultur på nedtur?

Den politiske debat under lup

Christian Kock (ed.), Frederiksberg, Samfundslitteratur, 2013. 105 s. ISBN 9788759319413.



Vi har ytringsfrihed i Danmark. Og der er masser af fri debat i alle medier. Kvantiteten fejler ikke noget. Men hvad med kvaliteten? Kan man sige noget om hvad der er god debat ud over at den skal være fri? Og har vi en god debat? Hvis ikke, hvad er der så i vejen? Er debatterne i medierne bare verbale kamphandlinger hvor ingen lytter til de andre? Er Folketingets

debatter bare rituel stammedans som en nuværende folketingspolitiker har sagt? Og hvordan får vi danskere så nogle bedre debatter at være vidner til? I bogen her bliver disse spørgsmål taget op og besvaret af syv af den offentlige debats deltagere og iagttagere: en politiker, to avisredaktører og fire forskere. Bogen er selv et debatoplæg der kan danne grundlag for undervisning og diskussion om offentlig debat på alle niveauer, fra ungdomsuddannelserne og opefter. Bidragsydere: Mette Bock, Per Michael Jespersen, Jørn Loftager, Rune Lykkeberg, Peter Harder og Johannes Andersen.



Political Journalism in Transition

Western Europe in a comparative perspective

Raymond Kuhn & Rasmus Kleis Nielsen (eds.), London: I.B. Tauris, 2013. 288 s. ISBN 9781780766782.

The 21st century has already seen dramatic changes affecting both journalism and politics.

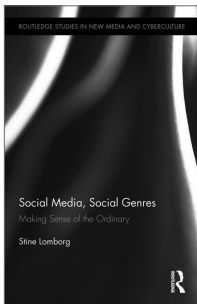
The rise of a range of new digital and networked com-

munication technologies combined with the stagnation and decline of many traditional mass media has had a profound impact on political journalism. The arrival of new digital media has affected the ways in which political actors communicate with the public, with or without journalists as intermediaries. Newspapers that once held political leaders to account are now struggling to survive; broadcasters that once gathered whole nations for the evening news are now fighting for relevance faced with innumerable new competitors on cable and digital television; online-only media, such as blogs and social networking sites, are changing how we communicate about politics. News media remain central to political processes, but the ways in which journalists and politicians interact are changing. This book examines how and provides a comprehensive and comparative analysis of the state of political journalism in Western Europe today, including the many challenges facing journalists in this important period of transition.

Social media – social genres

Making sense of the ordinary

Stine Lomborg, London, Routledge, 2013. 212 s. ISBN 9780415828482.



Internet-based applications such as blogs, social network sites, online chat forums, text messages, microblogs, and location-based communication services used from computers and smart phones represent central resources for organizing daily life and making sense of ourselves and the social worlds we inhabit. This interdisciplinary book explores the

meanings of social media as a communicative condition for users in their daily lives; first, through a theoretical framework approaching social media as communicative genres and second, through empirical case studies of personal blogs, Twitter, and Facebook as key instances of the category of “social media,” which is still taking shape. Lomborg combines micro-analyses of the communicative functionalities of social media and their place in ordinary people’s wider patterns of media usage and everyday practices.

Danskernes brug af nyhedsmedier 2013



Rasmus Kleis Nielsen & Kim Christian Schrøder, Roskilde, Roskilde Universitetsforlag, 2013. 32 s. ISBN 9788799614301.

Denne rapport præsenterer en kortlægning af danskernes brug af nyhedsmedier, på tværs af de mange forskellige nyhedsmedier og nyhedsformater

tilgængelige i dag. Den er gennemført som en del af et internationalt projekt, der for første gang muliggør en stringent sammenligning med en række andre lande, og bygger desuden videre på tidligere undersøgelser af danskernes brug af nyhedsmedier udført af Kim Schrøder med forskellige samarbejdspartnere i 2008 og 2011. Rapporten er den danske del af den internationale undersøgelse Reuters Digital News Report 2013, Oxford University.

Audience Research Methodologies Between Innovation and Consolidation

Geoffroy Patriarche, Helena Bilandzic, Jakob Linnaa Jensen & Jelena Jurišić (eds.), New York, Routledge, 2013. 256 s. ISBN 9780415827355.



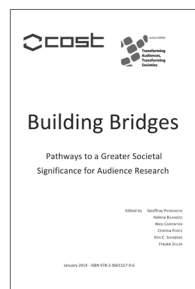
The transformations of people’s relations to media content, technologies and institutions raise new methodological challenges and opportunities for audience research. This edited volume aims at contributing to the development of the repertoire of methods and methodologies for audience research by reviewing and exemplifying approaches that have

been stimulated by the changing conditions and practices of audiences. The contributions address a range of issues and approaches related to the diversification, integration and triangulation of methods for audience research, to the gap between the researched and the researchers, to the study of online social networks, and to the opportunities brought about by Web 2.0 technologies as research tools.

Building Bridges

Pathways to a Greater Societal Significance for Audience Research

Geoffroy Patriarche, Helena Bilandzic, Nico Carpentier, Cristina Ponte, Kim Christian Schrøder & Frauke Zeller (eds.), 2014. 136 s., ISBN (elektronisk) 9782960115796.



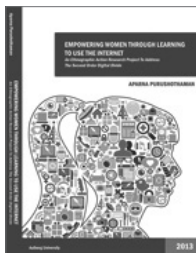
The report Building Bridges addresses the questions why, how and for whom academic audience research has public value, from the different points of view of the four working groups in the COST Action IS0906 Transforming Audiences, Transforming Societies – “New Media Genres, Media Literacy and Trust in the Media”, “Audience Interactivity and Participation”, “The Role of Media and ICT Use for Evolving Social Relationships” and “Audience Transformations and Social Integration”. Building Bridges is the result of an

ongoing dialogue between the Action and non-academic stakeholders in the field of audience research.

Empowering Women Through Learning To Use The Internet

An Ethnographic Action Research Project To Address The Second Order Digital Divide

Aparna Purushothaman, Uniprint, 2013. 389 s. ISBN 9788789701455. Ph.D.-afhandling.



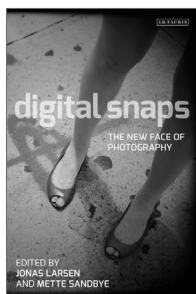
Information and communication technology plays a crucial role in the social, economic, and cultural development of a country. Of all the ICTs, the Internet is the tool that has touched upon all aspects of life. Thus, there is an increasing need for digital content and networking skills. The Internet has brought substantial

changes to the ways people communicate and how information is exchanged across the globe, making it difficult for people to function without it in this new information age. One of the sectors that has been immensely influenced by the growth of the Internet is education. Around the globe, educational institutions are taking advantage of the benefits of this powerful technology to make learning more effective to prepare students for the knowledge economy. While the fortunate are able to take advantage of the unlimited repository of information, many are left behind in the information revolution, thus creating a digital divide between the developed and the developing nations and within nations in terms of ICT, computer, and Internet adoption and usage.

Digital Snaps

The New Face of Photography

Mette Sandbye & Jonas Larsen (eds.), London, I.B. Tauris, 2013. 288 s. ISBN 9781780763316, 9781780763323.

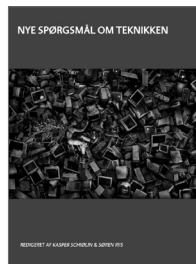


Photography as an everyday practice is changing dramatically once again. At this moment of transition from analogue to digital, Digital Snaps aims to develop a new media ecology that can accommodate these changes to photography 'as we know it'. Expert contributors representing varied disciplines demonstrate how and to what extent the traditional social practices, technologies and images of analogue photography are being transformed with the movement to digital photography. They zoom in on typical, vernacular, everyday practices: the development of the family photo album from a physical object in the living room to a digital practice on the internet; the use of mobile phones in everyday life; photo communities on the internet; photo booth photography; studio photography; and

fine arts' appropriation of amateur photography. They explore how this media convergence transforms the media ecology – the networks, objects, performances, meanings and circulations – of vernacular photography, as we research it through ordinary people's use of such new cameras and interactive internet spaces as part of their everyday lives.

Nye spørgsmål om teknikken

Kasper Hedegård Schiølin & Søren Riis, (eds.), Aarhus, Aarhus Universitetsforlag, 2013. 411 s. ISBN 9788771241822.



Allerede de græske myter udfordrede teknikken: Ikaros fløj med sine voksvinger for tæt på solen og måtte lade livet, mens Prometheus blev idømt en smertelig straf for at have givet ilden til mennesket. Og spørgsmålet om teknikken, som myterne kredser om, er evigt aktuelt: Hvad stiller vi op, når teknikken på én gang byder sig til som den sikre

løsning på alverdens problemer og samtidig truer hele vor eksistens med åndelig og fysisk udslættelse? Spørgsmålet om teknikken er også navnet på Martin Heideggers berømte foredrag fra 1953, der sikrede teknikken en plads i den humanistiske forskning. 60-året for Heideggers foredrag er således en ideel anledning til at minde om, at spørgsmålet om teknikken langtfra har nået efterlønnsalderen.

Sociale medier i gymnasiet

Mellem forbud og ligealdighed

Jesper Tække & Michael Paulsen, København, Forlaget Unge Pædagoger, 2014. 396 s. ISBN 9788792914064.

Denne bog rapporterer om første år af Socio Media Education eksperimentet, der tematiserede den konkrete



udfordring det er at etablere en god it-kultur i en gymnasieklasse. Baseret på resultaterne undersøger bogen, både hvordan man kan skabe en god it-kultur i en klasse, og hvordan man kan forbedre deltagelse, opmærksomhed og engagement gennem brug af sociale medier i undervisningen. Herudover behandles spørgsmålet om,

hvordan lærere kan blande sig positivt uden forbud eller ligealdighed i forhold til elevernes mediebrug. På baggrund af nationale og internationale forskningsresultater defineres og diskuteres de vanskeligheder og muligheder, som de nye medier bringer med sig i forhold til undervisningen. Bogen placerer sig, set som forskningsrapport, centralt i debatten om, hvordan vi etablerer rammerne for den enkeltes it-dannelse og en god it-kultur i klasserne i vores uddannelsesinstitutioner.

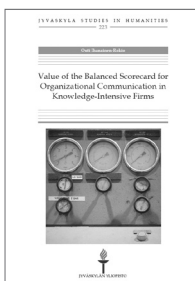
www.nordicom.gu.se/?portal=mr

Finland

Forskningsförmedlare: Eija Poteri

Value of the balanced scorecard for organizational communication in knowledge-intensive firms

Outi Ihanainen-Rokio, Jyväskylä, Jyväskylän yliopisto, 2014. 254 p. (Jyväskylä Studies in Humanities, 223). ISBN 978-951-39-5569-4. Doctoral dissertation.



This doctoral thesis studies the communication of strategy in knowledge-intensive firms. The research approaches organizational communication in knowledge-intensive work from the perspective of the knowledge worker. The thesis focuses on the management system called the Balanced Scorecard and asks whether or not this management system

is an effective model of communicating the strategy in knowledge-intensive firms. As a widely used, modern management system, the Balanced Scorecard has appealed to both practitioners and scholars of strategic management. However, organizational communication research on the Balanced Scorecard remains scant

Lasten vertaissuhdetaidot ja kiusaminen esikoulun vertaisryhmissä

[Children's peer interaction skills and bullying in the peer groups of preschool]

Vilja Laaksonen, Jyväskylä, Jyväskylän yliopisto, 2014. 61 p. + separate articles. (Jyväskylä Studies in Humanities, 221). ISBN 978-951-39-5563-2. Doctoral dissertation.



Bullying is a serious problem in preschool; yet the associations between the peer interaction skills of preschoolers and bullying have rarely been studied. This study is designed to examine the peer interaction skills of preschoolers and the associations between these skills and bullying in children's peer groups. The study also provides measures for assessing

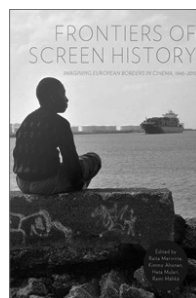
children's peer interaction skills and tools for supporting the harmonious development of these skills in early education. The study consists of five articles, which address children's peer interaction skills, peer relationships, and bullying. The participants were 72 five to six year old preschool children, who were attending five selected kindergartens in Finland that provide preschool education. The present study was designed to gather in-

formation from different informants and from different perspectives, using rating scales, teacher reports, naturalistic observation, and interviews with children.

Frontiers of screen history

Imagining European borders in cinema, 1945–2010

Raita Merivirta, Kimmo Ahonen, Heta Mulari, Rami Mähkä (eds.), Bristol, Intellect Ltd, 2013. 350 p. ISBN 9781841507323.



The book examines the various meanings of borders and frontiers in European cinema after World War II, and addresses ongoing European debates on nationalism, transnationalism, migration, and multiculturalism. The scope of the book covers a major part of the film history. History is here understood as the past, as well as accounts of the past. All the films are seen in

their historical contexts.

The article authors are the following: Hannu Salmi, Kari Kallioniemi, Kimmo Ahonen, Raita Merivirta, Heta Mulari, Rami Mähkä, Sanna Peden, Petteri Halin, Jacqui Miller, Marco Bohr, Jehanne-Marie Gavarani, Jessica Gallagher and Ipek A. Celik.

Good book, good library, good reading

Studies in the history of the book, libraries and reading from the network HIBOLIRE and its friends

Auša Navickienė, Ilkka Mäkinen, Magnus Torstenson, Martin Dyrbye, Tiiu Reimo (eds.), Tampere, Tampere University Press, 2013. 315 p. ISBN 978-951-44-9142-9.

Over the centuries societies, groups and individuals have tried to define what is good literature, what kind of books people should or should not read, and how libraries should be built, and how they should operate to fulfill their mission. The articles include: The nobleman, the vicar and a farmer audience: Norwegian book history around 1800 / Elisabeth S. Eide -- What were considered to be good books in the time of popular enlightenment? / Lis Byberg -- The development of the Lithuanian book in the first half of the nineteenth century – a real development? / Auša Navickienė -- Good books at a reasonable cost – mission of a good publisher: the case of Eesti Päevaleht Book Series / Aile Möldre -- Reading societies in Iceland: their foundation, role, and the destiny of their book collections / Stefania Jülüsdóttir -- Early discussion on how to use film in the service of library promotion and the first Danish library film of 1922 / Martin Dyrbye -- The spirit of the place: landmarks of Scan-

danavian library architecture and design / Nan Dahlkild -- Buildings of hope: the design of public library buildings in the UK in the 1960s, with a case study of the Scandinavian-inspired Holborn Central Library / Alistair Black -- Leselust, goût de la lecture, love of reading: patterns in the discourse on reading in Europe from the 17th until the 19th century / Ilkka Mäkinen -- Bad readers of a good library over 100 years ago in Vilnius: Vilnius Public Library diary in the context of public library movement in Lithuania / Arvydas Pacevičius

Puolueiden keskustelutilaisuuksista mediatapahtumiksi. Television vaaliohjelmaj ja niihin liittynyt sanomalehti-julkisuus 1960-luvulta 1980-luvulle

[From party discussions to media events.: political television debates and their newspaper publicity from the 1960s to the 1980s]

Ville Pitkänen, Turku, Turun yliopisto, 2014. 249 p. (Annales Universitatis Turkuensis C 375). ISBN 978-951-29-5615-9 . Doctoral dissertation.

This thesis analyzes political television debates and the publicity they have received in Finnish newspapers from the beginning of the 1960s to the late 1980s in parliamentary and presidential elections. The materials of the study consist of official records of the decision-making bodies of the National Broadcasting Company, the actual debates broadcast on television as well as newspaper articles dealing with the television debates. Newspaper materials have been gathered from the independent newspaper Helsingin Sanomat, from the tabloids Ilta-Sanomat and Iltalehti as well as from the party newspapers Aamulehti, Kansan Uutiset, Suomenmaa and Suomen Sosialidemokraatti. Newspaper materials have been complemented with materials from the press archive of the National Broadcasting Company. The study focuses on both the developments of the debate program genre as well as the ways in which newspapers have written about them. From the standpoint of program genre, the study analyzes the ways in which these programs have been made during different decades and what kinds of political disputes they have aroused. The analysis of the newspaper material describes how the newspapers have written about the debates, what kind of criticism these programs have provoked, and what sort of a role the newspapers have given to these programs in political campaigning overall. This thesis approaches the topic from a historical standpoint, which means that the varying historical context plays an important part in the analysis. The study pays attention to both the changes political culture as well as the changes in the media landscape.

Immigration and ethnic diversity in Finnish and Dutch magazines

Articulations of subject positions and symbolic communities

Reeta Pöyhkäri, Tampere: Tampereen yliopisto, 2014. 297 p. (Acta Electronica Universitatis Tampereensis 1386). ISBN 978-951-44-9365-2. Doctoral dissertation.

Immigration and multicultural societies are debated all over the Western world nowadays. As a result of globalisation people are expected to move more and faster than ever. At the same time, when actual individuals move and new groups of people and ideas encounter each other, the more the 'old' or the 'already existing' paradigms within a society are challenged. Within societies, this social insecurity most often leads to ponderings concerning the society itself: what are the constructions of the society and who are its members? Which new members is the society willing to let in and on what conditions? How is the society to treat those minorities already forming part of it? This doctoral dissertation discusses how popular and organisational magazines in Finland and in the Netherlands are taking part in this debate in 2003–2006. Discourses of immigration and ethnic diversity and articulations of immigrants and people belonging to ethnic minorities in general news magazines Suomen Kuvalehti and Elsevier, construction trade union magazines Rakentaja and Bouw, women's magazines Me Naiset and Libelle and seniors' magazines ET and Plus Magazine are analysed.

K. E. Ståhlberg

Fotograf, filmskapare och entreprenör

Sabira Ståhlberg, Helsingfors: Svenska litteratursällskapet i Finland, 2013. 263 p. ISBN 978-951-583-268-9.



Karl Emil Ståhlberg var en betydande kulturpersonlighet i Finland kring sekelskiftet 1900. Han gick i spetsen för den inhemska utvecklingen av fotografering, film och nöjesliv. Han utgav den första fotografiska tidskriften och de första handböckerna, grundade den första fasta biografen och producerade de första filmerna. Många kända fotografer och kameramän fick sin utbildning eller startade sina karriärer i hans fotografiskola. Ståhlbergs affärer omfattade fotoateljéer och biografier i alla större städer i Finland. Han skapade också ett omfattande kontaktnät utomlands.

Sosiaalisen median lyhyt historia

[Short history of social media]

Jaakko Suominen, Sari Östman, Petri Saarikoski, Riikka Turtiainen, Helsinki: Gaudeamus, 2013. 343 p. ISBN 978-952-495-313-9.



Authors aim to describe the history of social media in Finland. The starting point of the history is the year 2003 when some applications and services, such as Skype, Second Life, IRC-galleria, Koulukaverit.com and Habbo Hotel were launched or became known also outside the circles of Internet enthusiasts.

Also weblogs became more and more popular in the beginning of the century. The book deals with different roles of social media including citizen journalism, entertainment, identity construction, and playground. The most popular current applications Facebook and Twitter are examined more thoroughly. Social media is explored through three main perspectives: 1. Typical technologies and services, including business approach. 2. Use of social media, including some user statistics. 3. How social media is discussed and represented in publicity.

Norge

Forskningsförmedlare: Ragnhild Mølster

Medieøkonomi

Konflikt og samspill

Tor Bang & Mona Solvoll (red.) Oslo: Cappelen Damm Akademisk, 2014. 176 s. ISBN 9788202405748.



Professor Robert G. Picard beskrev en gang medieøkonomi som et foreldreløst barn. Generell økonomisk teori er selvsagt et av opphavene til fagfeltet, men medieøkonomi er også sterkt påvirket av andre disipliner og perspektiver, som organisasjonsteori, strategi, institusjonell teori, reguleringsteori, entreprenørskap og politisk økonomi.

I boken bruker forfatterne en rekke analytiske modeller og verktøy for å beskrive, analysere og drøfte sentrale utviklingstrekk i norske nyhetsmedier.

Den klassiske dokumentarfilm

Fra offervilje til offermentalitet i genrens hovedværker 1930-1960

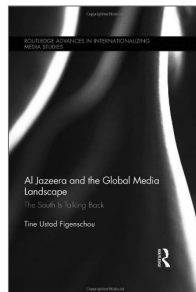
Søren Birkvad, Odense: Syddansk Universitetsforlag, 2013. 513 s. ISBN: 978-87-7674-618-6.

Denne bog fortæller historien om en bemærkelsesværdig forandring i den samfundsorienterede dokumentarfilms udvikling. Først handler dokumentarfilmen om at ofre sig, siden om at være offer. I første halvdel af forrige århundrede er en rigtig dokumentarfilm noget, der styrker publikums tillid til samfundet. Det enkelte menneske er her et tappert tandhjul i samfundsmaskineriet eller et lykkeligt molekyle i folkelegemet. I anden halvdel af århundredet bliver dokumentarfilmen derimod stadig mere samfundskritisk og antiautoritær. I efterkrigstidens toneangivende dokumentarfilm følger det enkelte menneske sig ikke længere efter helheden, men hævder sig i sin egen ret som forurettet samfundsborger. Dokumentarfilmen kommer tæt på individet, og ofte i det øjeblik, hvor ofret bryder sammen i tårer, eller hvor overgriberen tages med bukserne nede. Inden for rammerne af det perspektiv koncentrerer bogen sig om genrens hovedværker fra 1930 til 1960, den klassiske dokumentarfilms periode. Gennem nærgående nylæsninger af berømte værker som *Night Mail*, *Triumph des Willens* og *Nat og tåge* og kulturhistoriske kontekstualiseringer af store navne som John Grierson, Humphrey Jennings, John Huston og Lindsay Anderson tilbyder bogen en international filmhistorie på dansk, der går både i dybden og bredden. Som mentalitetshistorie er *Den klassiske dokumentarfilm* desuden en debatbog af vor tid, der i dokumentarfilmens skikkelse problematiserer vore almene forestillinger om det progressive.

Al Jazeera and the global media landscape

The South is talking back

Tine Ustad Figenschou, New York: Routledge, 2014. 218 s. ISBN: 9780203067321.

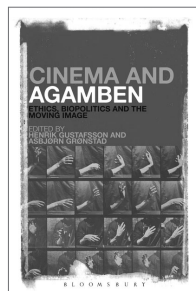


This book analyzes *how* and *why* Al Jazeera English (AJE) became the channel of choice to understand the massive protests across the Arab world 2011. Aiming to explain the 'Al Jazeera moment,' it tracks the channel's bumpy road towards international recognition in a longitudinal, in-depth analysis of the channel's editorial profile and strategies.

Studying AJE from its launch in mid-November 2006 to the 'Arab Spring', it explains and problematizes the channel's ambitious editorial agenda and strategies, examines the internal conflicts, practical challenges and minor breakthroughs in its formative years. The Al Jazeera-phenomenon has received massive attention, but it remains under-researched. The growth of transnational satellite television has transformed the global media landscape into a complex web of multi-vocal, multimedia and multi-directional flows. Based on a combination of policy-, production- and content analysis of comprehensive empirical data the book offers an innovative perspective on the theorization of global news contra-flows. By problematizing the distinctive characteristics of AJE, it examines the strategic motivation behind the channel and the ways in which its production processes and news profile are meant to be different from its Anglo-American competitors. These questions underscore a central nexus of the book: the changing relationship between transnational satellite news and power.

Cinema and Agamben

Henrik Gustafsson & Asbjørn Grønstad (red.) London, New York: Bloomsbury Academic, 2014. 264 s. ISBN 9781623561253..



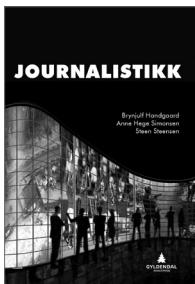
Cinema and Agamben brings together a group of established scholars of film and visual culture to explore the nexus between the moving image and the influential work of Italian philosopher Giorgio Agamben. Including two original texts by Agamben himself, published here for the first time in English translation, these essays

facilitate a unique multidisciplinary conversation that fundamentally rethinks the theory and praxis of cinema. In their resourceful analyses of the work of artists such as David Claerbout, Jean-Luc Godard, Philippe Grandrieux, Michael Haneke, Jean Rouch, and others, the authors put to use a range of key concepts from Agamben's rich body of work, like biopolitics, de-creation, gesture, potentiality and profanation. Sustaining the eminently interdisciplinary scope of Agamben's writing, the essays all bespeak the importance of Agamben's thought for forging new beginnings in film theory and for remedying the elegiac proclamations of the death of cinema so characteristic of the current moment.

Journalistikk

En innføring

Brynjulf Handgaard, Anne Hege Simonsen & Steen Steensen, Oslo: Gyldendal Akademisk, 2013. 363 s. ISBN 9788205430044.



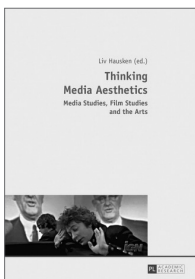
Både journalistikken som fag og journalistrollen er i endring. Ny teknologi, nye formidlingsplattformer og nye eier- og finansieringsstrukturer påvirker journalistikken. Det finnes likevel noen grunnleggende premisser og metoder som kjennetegner god journalistikk. Disse beskrives og diskuteres i denne boka. Nyhetsjournalistikken er den tematiske kjernen i

boka, fordi det å forstå og forvalte nyheter danner grunnlaget for alle journalistiske former. Metodene og problemstillingene som tas opp, bør derfor være relevante for alle journalister, på tvers av publiseringsplattformer og redaksjonelle profiler. Boka har fire deler, som kan leses i rekkefølge, men som også er ment å kunne stå alene.

Thinking media aesthetics

Media studies, film studies and the arts

Liv Hausken (red.) Frankfurt am Main: Peter Lang, 2013- 265 s. ISBN 978-3-631-64297-9.



Thinking Media Aesthetics. Media Studies, Film Studies and the Arts brings together contributions from different disciplines from both sides of the Atlantic and from several generations. The book investigates the field between media studies, film and the arts and attempts to consolidate the fruitful interaction we have witnessed between the disciplines during the last decade

into a focused interdisciplinary program that combines theoretical argumentation with exemplification and analysis of individual artworks and media phenomena.

Visjon og virkelighet

Arne Skouen og filmen

Gunnar Iversen, Oslo: Akademika forlag, 2013. 192 s. ISBN 9788232103294.



Denne boken tar leseren med på en reise gjennom Arne Skouens filmatiske univers. I etterkrigstiden regisserte og produserte Arne Skouen hele 17 spillefilmer på 20 år. Det krevde talent, pågangsmot og ukuelig vilje. Selv om Skouen først og fremst laget engasjerende filmfortellinger, var fortellingen alltid en ramme om et tema han ønsket å belyse.

Bokas første del presenterer Skouens liv og virke og gir en oversikt over hans filmproduksjon. Den andre delen går tettere inn på filmene, analyserer deres form og innhold og ser dem i sammenheng med norsk og utenlandsk film.

Gameworld interfaces

Kristine Jørgensen, Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, Massachusetts Institute of Technology Cambridge, Massachusetts 02142, 2013. 192 s. ISBN 9780262026864.



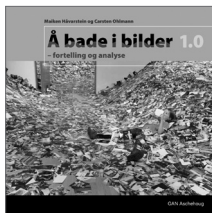
Computer games usually take one of two approaches to presenting game information to players. A game might offer information naturalistically, as part of the game's imaginary universe; or it might augment the world of the game with overlays, symbols, and menus. In this book, Kristine Jørgensen investigates both kinds of gameworld interfaces. She shows that

although the naturalistic approach may appear more integral to the imaginary world of the game, both the invisible and visible interfaces effectively present information that players need in order to interact with the game and its rules. The symbolic, less naturalistic approach would seem to conflict with the idea of a coherent, autonomous fictional universe; but, Jørgensen argues, gameworlds are not governed by the pursuit of fictional coherence but by the logics of game mechanics. This is characteristic of gameworlds and distinguishes them from other traditional fictional worlds. Jørgensen investigates gameworld interfaces from the perspectives of both game designers and players. She draws on interviews with the design teams of Harmonix Music (producer of *Rock Band* and other music games) and Turbine Inc. (producer of such massively multiplayer online games as *Lord of the Rings Online*), many hours of gameplay, and extensive interviews and observations of players.

Å bade i bilder

Fortelling og analyse

Carsten Ohlmann & Maiken Fosen Håvarstein, Gan Aschehoug, 2014. 148/184 s. ISBN 9788249215430.



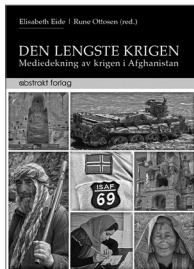
Boka presenterer to innfalls-vinkler til å undersøke bilder og visuelle fortellinger. Den første delen presenterer ulike etablerte analysemetoder. Den andre delen presenterer ulike aspekter som utfordrer de etablerte forståelsesrammene: sosiale medier og ny digital

bildeteknologi har endret vår måte å bruke, forstå og skape bilder og visuelle fortellinger på.

Den lengste krigen

Mediedekningen av krigen i Afghanistan

Rune Ottosen & Elisabeth Eide (red.) Oslo: Abstrakt forlag, 2013. 244 s. ISBN 978-82-7935-354-6.



Hva har den norske offentligheten fått vite om utviklingen i Afghanistan og krigen? Mange norske journalister har besøkt Afghanistan på kortere reiser, og ofte sammen med politiske delegasjoner, eller på besøk hos de norske styrkene. Hvordan har dette påvirket pressedekningen? Afghanistan er et krigsherjet land som de

siste trettifem årene har opplevd kupp, borgerkrig og to invasjon. Norge deltar i den siste invasjonen, og mer enn 4000 norske soldater har tjenestegjort der. I 2014 skal de fleste internasjonale styrkene være ute av landet, samtidig som det går mot nytt presidentvalg. Norske borgere har vært mer kritiske til den norske krigsinnsatsen enn norske politikere. Har mediene ivare tatt rollen som den fjerde statsmakt ved å stille kritiske spørsmål når det har hersket enighet på Stortinget? Har journalistene gitt publikum innsyn i afghansk virkelighet og latt afghanske stemmer komme til orde? I hvilken grad har Forsvarets strategi påvirket mediedekningen? Hvilken rolle spiller den økende utryggheten for journalistenes muligheter til en allsidig dekning? *Den lengste krigen* forsøker å besvare disse spørsmålene. Boken er basert på undersøkelser og forskningsprosjekter, samt forfatterne egne journalistiske erfaringer fra Afghanistan.

Kjønnsforhandlinger

Studier i kunst, film og litteratur

Rønning, Anne Birgitte, & Uvsløkk, Geir (red.) Oslo: Pax Forlag, 2013. 294 s. ISBN 9788253035949.



Nye filmfremstillinger av maskulinitet appellerer til filmvitere uavhengig av kjønn, mens litteraturforskere fleste synes å vegre seg mot å drøfte morstematikk i nye romaner. Hva sier det om forskningen og om betydningen av kjønn? Og hvordan vurderes den kunsten som spiller på og utfordrer kjønnskategoriene? På tvers av fagdisipliner og historiske perioder, gjennom populærkultur og "høy" kunst, tekstanalyser og studier av mottakelse og debatt, undersøker tolv forskere betydninger av kjønn i kunst, estetikk og kulturell offentlighet. Her handler det om fedre i amerikansk samtidfilm og kvinneikoner i norsk filmmodernisme fra 1960-tallet; om sinne, makt og avmakt i Houellebecqs og Despentes' romaner og gråtende menn i Jesper Justs kunstvideoer; morsskikkelsen i norsk samtidslitteratur og i 1800-tallets robinsonade. Men også om Hamsuns mannlige outsiders og en hesteballett i Torino i 1650; om forhandlinger om sjanger, medier og posisjon under det moderne gjennombrudd i Norge, og om Munchs og franske Rachildes kunstneriske selviscenesettelser. Bidragsyttere: Britt Andersen, Guri Barstad, Signe Endresen, Anne Gjelsvik, Christine Hamm, Irene Iversen, Ulla Angkjær Jørgensen, Kristine Kolrud, Anne Marit Myrstad, Anne Birgitte Rønning, Geir Uvsløkk, Anne Wichstrøm.

Film til folket

Sensur og kinopolitikk i 100 år

O. Solum (red.) Oslo: Akademika forlag, 2013. 259 s. ISBN 9788232102471.



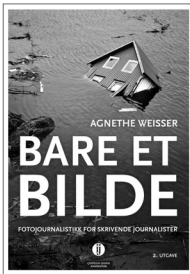
2013 markerer hundreårsjubileet til kinoloven, som la grunnlaget for den kommunale driften av kinoene i Norge. Kinoloven gjorde kinopolitikk til lokalpolitikk. Forfatterne viser hvilken betydning kinoloven har hatt for utviklingen av norsk film og plasserer filmen i en bredere mediehistorisk kontekst. Boken

gir innsikt i hvordan filmsensuren har vært praktisert de siste hundre årene og løfter frem Medietilsynets rolle i dagens samfunn, spesielt overfor barn og unge. Filmens uoppløselige politiske element står sentralt i boka. Den kommunale løsningen preget hele verdikjeden på 1920-tallet og utover fra produksjon til distribusjon og visning. Dette la viktige premisser for norsk filmproduksjon. Flere kapitler er viet spørsmålet om filmens negative virkning på barn – fra den tidlige forbryterfilm til 80-tallets videovold – så vel som den positive virkningen av pedagogisk film. Antologiens omdreiningspunkt er kino- og filmlovgivning. Her presenteres varierte og spennende innfallsvinkler til kinolovens historie, sensur av film, kino som pedagogisk arena og videovoldens påvirkning.

Bare et bilde

Fotojournalistikk for skrivende journalister

Agnethe Weisser & Kristin Berg Johnsen, Kristiansand: IJ-forlaget, 2013. 160 s. ISBN 9788202404956.



Et bilde i journalistikken er ikke «bare» et bilde. Bildene kan dokumentere, utfylle teksten, vise detaljer, fortelle en parallell historie eller være inngangen til en historie, enten den fortelles på papir eller et digitalt medium. Bare et bilde behandler bildets plass både i den hurtige journalistikken og i den mer langsiktige, og i ulike sjangre som feature, portrett og nyhet.

Journalister som mer eller mindre frivillig blir sendt på jobb med et kamera, får råd og tips om hvordan de selv

kan ta bedre journalistiske bilder. Boka behandler også videofotografering med speilrefleks og smarttelefon og gir enkle tips for å lage et multimedieinnslag. Samtidig vies samarbeidet mellom skrivende og fotograferende journalister stor plass. Boka gir en innføring i elementær fototeknikk og bildebehandling, med stor vekt på etikken. Den gir også et innblikk i pressefotografiets historie i Norge.

Jus og sosiale medier

Jon Wessel-Aas, Oslo: Kommuneforlaget AS, 2013. 104 s. ISBN 978-82-446-2149-6.



Hva kan du skrive og dele på Facebook eller Twitter? Kan arbeidsgiver regulere hva ansatte gjør i sosiale medier? Kan offentlige etater delta fritt i sosiale medier? Denne boken handler om lover og regler – jus – og sosiale medier. Dette er det skrevet lite om hittil, i en norsk sammenheng, selv om de aller fleste av oss for lengst er mer eller mindre aktive i sosiale

medier. Boken gir svar på mange av de spørsmålene som stilles eller som oppstår når bruk av sosiale medier vurderes eller diskuteres, blant annet i forbindelse med: Offentlighet, arkivering og journalføring Rettssikkerhet og personvern Ansattes ytringsfrihet Ansvar for ytringer i sosiale medier Ærekrenkelses og privatlivets fred Opphavsrettskrenkelses Delekultur og videreformidlingsansvar.

Sverige

Forskningsförmedlare: Maria Edström

”Hvad gør væl namnet?”

Anonymitet och varumärkesbyggande i svensk litteraturkritik 1820–50

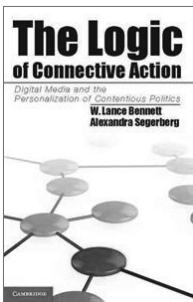
Åsa Arping, Makadam, 2013. 349 s. ISBN 978-91-7061-118-6.

Hur gick det till när namnet blev en vara i svensk litterär offentlighet? I ”Hvad gør væl namnet? Anonymitet och varumärkesbyggande i svensk litteraturkritik 1820–1850» avtäckts ett litterärt medielandskap som för en nutida betraktare ter sig både välbekant och främmande. I det tidigare misskända 1840-talet finner Arping en avgörande strukturomvandling, där såväl medier som kritiker- och författarroll genomgick betydande omställningar, och där den hårdnande konkurrensen utmynnade i både sekteristiska fejder och kreativa växelbruk. Författarna huserade i tidningarnas följetongsavdelningar lika ofta som recensenterna lånade ur den skönlitterära verktygslådan. Anonym publicering och redaktionell enighet utmanades alltmer av ett individuellt imageskapande. Utifrån exempel som Wendela Hebbe, Oscar Patric Sturtzenbecher och Johan Peter Theorell utreder Arping nya relationer mellan en snabbt växande marknad och dess diversearbetande aktörer. Men hon för också fram det anonyma kollektivet och den halvoffentliga manuskriptkulturen som fortsatt väsentliga röster i tidens litterära debatt.

The logic of connective action

Digital media and the personalization of contentious politics

W. Lance Bennett & Alexandra Segerberg, Cambridge: Cambridge University Press, 2013. 240 s. ISBN 978-1-107-02574-5.



The Logic of Connective Action explains the rise of a personalized digitally networked politics in which diverse individuals address the common problems of our times such as economic fairness and climate change. Rich case studies from the United States, United Kingdom, and Germany illustrate a theoretical framework for understanding how large-scale connective action is coordinated

using inclusive discourses such as “We Are the 99%” that travel easily through social media. In many of these mobilizations, communication operates as an organizational process that may replace or supplement familiar forms of collective action based on organizational resource mobilization, leadership, and collective action framing. In some cases, connective action emerges from crowds that shun leaders, as when Occupy protesters

created media networks to channel resources and create loose ties among dispersed physical groups. In other cases, conventional political organizations deploy personalized communication logics to enable large-scale engagement with a variety of political causes. The Logic of Connective Action shows how power is organized in communication-based networks, and what political outcomes may result.

Steps towards creating socially competent game characters

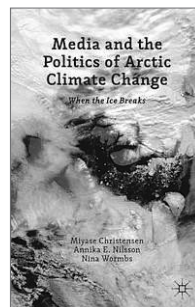
Jenny Brusk, Göteborg: Doctoral Theses from University of Gothenburg, 2014. ISBN 978-91-628-8890-9. Doctoral dissertation.

This thesis investigates and presents approaches towards creating more socially competent NPCs by means of natural language dialogues. The aim is to provide hands-on solutions for game developers who want to offer interactions with the NPCs in the game that are socially driven rather than functionally motivated and that encourage the player to build and maintain relationships between the character they control and the other game characters. By means of gameplay design patterns (GDPs), i.e. a semi-formal means of describing, sharing and expanding knowledge about game design, a selection of games have been analysed in order to identify existing and hypothetical GDPs for game dialogues. The analysis resulted in a number of GDPs that support, or could support, social interaction among game characters. A selection of the identified patterns has then been modelled using Harel statecharts and implemented in State Chart XML, a candidate to become a W3C standard.

Media and the politics of Arctic climate change

When the ice breaks

Miyase Christensen, Nina Wormbs & Annika E. Nilsson, Palgrave Macmillan, 2013. 200 s. ISBN 9781137266224.

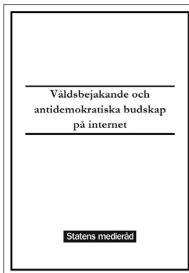


The Arctic sea-ice reached record lows in 2007, and again in 2012. In the international news media, these moments were reflected via striking images of polar bears, crumbling ice chunks and the use of more alarmist metaphors about global climate change. Through these narratives, and despite the periodic disappearance of climate change from media reports due to issue fatigue, a sharper narrative of climate change has entered public discourse: a new global real-

ity where the future is no longer a given. Going beyond media studies as well as descriptive or highly scientific accounts of the impacts of climate change in the Arctic, this book explores how both historical and contemporary mediations, scientific narratives and satellite technology simultaneously capture and reconstruct this new reality of the Anthropocene, where human activities shape the planet. By highlighting the linkages between science, media, environmental change and geopolitics, the informed contributors to the volume invite the reader to reflect on what is local and what is global in today's connected mediated world.

Våldsbejakande och antidemokratiska högerextrema budskap på internet

Mattias Ekman, Stockholm: Statens Medieråd, 2013. 75 s.



I oktober 2011 gav regeringen Statens medieråd i uppdrag att beskriva förekomsten av antidemokratiska budskap på internet och i sociala medier. Fokus är budskap riktade till ungdomar och som uppmanar till våld för en politisk eller ideologisk sak. Målet att skapa ett bredare kunskapsunderlag kring extremistiska internetmiljöer, dess innehåll och hur rekryteringsstrategier formuleras och kommuniceras. Allt i syfte att stärka unga i deras möte med sådana budskap.

Från djungeltelegraf till internet

Masskommunikationens historia

Lars-Åke Engblom, Lund: Studentlitteratur, 2013. 155 s. ISBN 9789144076768.



Boken handlar om masskommunikationens framväxt från djungeltrummor och röksignaler till digitalkanaler och internet via innovationer som boktryckarkonsten, telegraf, radion och televisionen. Tonvikten ligger på dagspressens och etermediernas utveckling. Denna skildras från ett i huvudsak svenskt perspektiv men med fortlöpande internationella utblickar. I det avslutande kapitlet flätas historien samman med 2000-talets medietrender.

Strategisk kommunikation

En introduktion

Jesper Falkheimer & Mats Heide, Studentlitteratur, 2013. 219 s., ISBN (elektronisk) 9789144077222.



Från förlaget: "I en värld som präglas av ständig förändring, oförutsägbarhet och kaos blir förmågan att kunna kommunicera allt viktigare. I den här boken tas ett samlat grepp om det snabbväxande kunskapsområdet strategisk kommunikation, dvs. organisationers medvetna kommunikationsinsatser för att nå sina övergripande mål. Boken gavs ut första gången 2007 och har i denna andra upplaga reviderats och utökats. Bland annat finns två nyskrivna kapitel om kommunikations- och strategiteori samt diskussioner kring sociala mediers betydelse."

Moralpanik och lågkultur

Genus- och mediehistoriska analyser 1900-2012

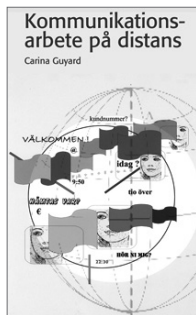
Tommy Gustafsson, & Klara Arnberg, Stockholm: Atlas bokförlag, 2013. 231 s. ISBN 9789173894449, 978-91-7389-444-9.



Under hela 1900-talet har ny populärkultur ofta följts av moralpanik: en stark oro, rädsla och upprördhet. Filmkyssar, Stålmantentidningar och tv-spelsvåld har anklagats för kommersialisering, amerikanisering, sexualisering och våldsförhållande. Den här boken skriver den svenska moralpanikens historia ur ett genusperspektiv, och förklarar hur lågkultur kopplats samman med klass, nationalitet och inte minst med föreställningen om den våldsamma pojken. Ett antal ingående analyser av debatterna om film, video, serietidningar och tv- och datorspel kastar nytt ljus över den kontinuerliga diskussionen om de kulturella normer som omger sex, våld och smak.

Kommunikationsarbete på distans

Carina Guyard, Huddinge: Södertörns högskola, 2014. ISBN: 978-91-86069-81-0. Doctoral Dissertation.



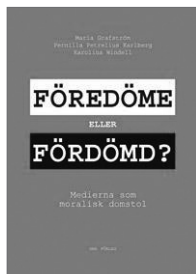
This research thesis analyzes the characteristics of communication work in a call centre, by examining the communication work at a Swedish call centre which is outsourced to Latvia. The thesis studies the ways in which communication with the customers is organized, carried out and assigned meaning. Theoretically, the thesis draws on both critical and management-oriented perspectives of

work. The empirical investigation combines participant observations at the call centre with individual interviews, mainly conducted with operators and management staff. The communication work is analyzed both as labour and as communicative activity. The concept of labour focuses upon the relation between employer and employee. Therefore, the analysis is placed within the framework of a capitalistic production system, through a survey of the economic and the organisational working conditions. The communicative activity deals with how the telephone conversations with the customers are enacted. In that part of the analyses, the working routines and the meaning making practices are illuminated. As examined in the current research, the communication work is indeed constructed in an alienated manner, through high levels of standardization, immobility, and estrangement from both customers and the customers' culture. Nonetheless, merely being employed has meant significant economic security for the operators of the Latvian call centre.

Föredöme eller fördömd?

Medierna som moralisk domstol

Pernilla Petrelius Karlberg & Karolina Windell & Maria Grafström, SNS Förlag, 2013. 96 s. ISBN 978-91-86949-44-0.



I boken undersöks villkoren för organisationers synlighet och hur medierna påverkar våra uppfattningar om organisationers ansvarighet och moral. Utifrån aktuell forskning analyseras två tydliga och tongivande samhällstrender: en ökande medialisering och en ökande moralisering av organisationer och deras verksamheter. Medierna har i allt

större grad en roll som moralisk domstol, och författarna diskuterar vilka konsekvenser det får för ledningen och organiseringen av alla typer av verksamheter.

Journalists in three media system

Polish, Russian and Swedish journalists about values and ideals, daily practice and the future

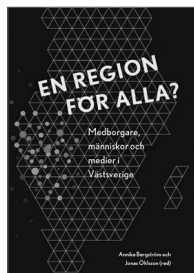
Maria Anikina, Boguslawa Dobek-Ostrowska & Gunnar Nygren (red) Moscow, Journalism Faculty, Lomonosov Moscow State University, 2013. 173 s.

The "Journalism in change" project researches how the journalistic cultures in Poland, Russia and Sweden are influenced by media convergence and globalisation. These two assumptions are carried throughout the project – there are differences in the way journalists think and work, but these differences are not static. A culture is always undergoing change, sometimes slowly and sometimes quickly due to changing conditions in society and the surrounding world. The project includes three countries that differ in their media systems, historical and political backgrounds and sizes – Sweden, Russia and Poland. Professional cultures among journalists are analysed in relation to the differences in societies as well as in relation to the different levels of change within the media systems. The three countries were chosen because they represent different historical backgrounds and political traditions. The project also has a multidisciplinary approach since researchers in journalism, media sociology and political science participated in the project.

En region för alla?

Medborgare, människor och medier i Västsverige

Annika Bergström & Jonas Ohlsson (red) SOM-institutet, Göteborgs universitet, 2013. 285 s. ISBN 978-91-89673-29-8.



I *En region för alla?* presenteras resultaten från 2012 års västsvenska SOM-undersökning. I femton kapitel analyseras medborgarnas åsikter och vanor ur en rad olika perspektiv. Det gäller allt från inställningen till privatiseringar inom välfärden och trängselskatten i Göteborg till vilka medier man använder och vilken tillit man har till

sina medmänniskor. Bokens titel anspelar på ett av de mål som fastslagits för VG-regionens arbete fram till år 2020. Målet att Västra Götaland ska vara »en region för alla« handlar om att bryta utanförskapet och minska de sociala och ekonomiska klyftorna i länet. Men som framgår av de resultat som presenteras i den här boken är det ett mål som kommer att innebära stora utmaningar. Många av analyserna av medborgarna i dagens Västra Götaland pekar snarare i den motsatta riktningen, med klyftor som ökar och skillnader som blir allt större. Det gäller inte bara mellan olika grupper i samhället, utan lika mycket mellan väljarna och de folkvalda. En region för alla? är skriven av femton samhällsforskare från Göteborgs universitet.

Exporting Perilous Pauline

Pearl White and serial film craze

Marina Dahlquist (red) Urbana, University of Illinois Press, 2013. 233 s. ISBN 9780252037689, 9780252079214.



Exceptionally popular during their time, the spectacular American action film serials of the 1910s featured exciting stunts, film tricks, and effects set against the background of modern technology, often starring resourceful female heroines who displayed traditionally male qualities such as endurance, strength, and authority.

The most renowned of these “serial queens” was Pearl White, whose career as the adventurous character Pauline developed during a transitional phase in the medium’s evolving production strategies, distribution and advertising patterns, and fan culture. In this volume, an international group of scholars explores how American serials starring Pearl White and other female stars affected the emerging cinemas in the United States and abroad. Contributors investigate the serial genre and its narrative patterns, marketing, cultural reception, and historiographic importance, with essays on Pearl White’s life on and off the screen as well as the “serial queen” genre in Western and Eastern Europe, India, and China. Contributors are Weihong Bao, Rudmer Canjels, Marina Dahlquist, Monica Dall’Asta, Kevin B. Johnson, Christina Petersen, and Rosie Thomas.

Bussen är budskapet

Perspektiv på mobilitet, materialitet och modernitet

Lotten Gustafsson Reinius & Ylva Habel & Solveig Jülich (red), Stockholm: Kungliga biblioteket, 2013. 223 s. ISBN 9789188468284.



Bussarnas speciella form av mediematerialitet – deras ”budskap” för att tala med McLuhan – blev tidigt en av utgångspunkterna för författarnas diskussion. Är bussarnas jämförelsevis anspråkslöst vardagliga

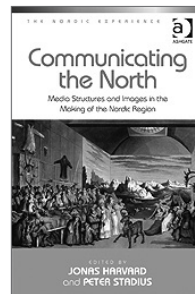
kostymering en förklaring till att dessa till skillnad mot bilar och tåg har lämnat så få avtryck i tidigare historisk forskning? Hur kan vi kombinera perspektiv från aktuella forskningsområden för att skapa ny kunskap om bussarnas förmåga att i både konkret och symbolisk mening omskapa och sammanföra åtskilda tider och platser? Hur kan vi tänka med bussar för att analysera det mobila och materiella betydelse i skapandet och omvandlandet av den västerländska modernitetens berättelser om framsteg och civilisation? Dessa och många andra frågor väcktes under författarnas samtal om missionsrörelsens

utställningsbussar, Mjölpropagandans reklambussar, livsmedelshandelns rullande butiker på den svenska landsbygden, skärmbildsundersökningens röntgenbussar, blodbussar i Sverige och Finland, norska skolresor till Auschwitz, sightseeingbussar i Beatles Liverpool och turistresor i skuggan av Shanghais futuristiska skyskraper.

Communicating the North

Media Structures and Images in the Making of the Nordic Region

Jonas Harvard & Peter Stadius (red) Farnham: Ashgate, 2013. 382 s. ISBN 9781409449485.



What makes a magazine in South Africa promote Scandinavian unity among its immigrant readers and why does a Swedish king endorse attempts to influence pan-Scandinavian opinion through a transnational media event in Sweden, Norway and Denmark? Can portraits of exotic Laplanders in the British press, enthusiastic accounts of the welfare state

in post-war travel literature and descriptions of the liberal Nordic woman as a metaphor for a freer society in Franco Spain really be bundled together under a joint label of ‘Nordicness’? How is it that despite the variety of images of the Nordic region that are circulating, we still find this recurring idea of a shared Nordic identity? These are some of the questions the current volume seeks to answer. Covering the time period from the early nineteenth century up until the present and encompassing case studies from Britain, Spain, Poland, and South Africa, as well as from the Nordic countries, contributors to the volume investigate the images that have been presented of the Nordic region in the media in and outside of the Nordic countries, how such images have been shaped by mechanisms of mediation, and the channels through which they have been distributed.

Den nya svenska filmen

Kultur, kriminalitet, kakofoni

Erik Hedling, & Ann-Kristin Wallengren, Atlantis bokförlag, 2014. 400 s. ISBN 9789173536363.



Den nya svenska filmen följer de senaste årens utveckling i den svenska filmkulturen. I boken ställs frågor om vithet, brott, främlingskap, sexualitet, funktionshinder och det rännande folkhemmet i filmer om allt från Sverige under andra världskriget till den nya politiska samtiden i Millennium-trilogin. Flera populära filmer sätts

under luppen, men också mer konstnärligt strävande film som Åta, sova, dö, Ninas resa, Låt den rätte komma in och Play. Flera dimensioner av rörlig bildkultur i vidaste bemärkelse står i blickpunkten. Här diskuteras således även produktionsklimatet, biografisituationen, filmfestivaler, digitaliseringen, Hollywood-fruarna och Ingmar Bergmans betydelse post mortem. Vad får vi inte veta?

Luckor i nyhetsmediernas rapportering

Torbjörn von Krogh (red) Institutet för mediestudier, Sim(o), 2013. 134 s. ISBN 9789198063134.

Medieforskningen visar att nyhetsurvalet i medierna bland annat påverkas av närhet i tid, rum och social gemenskap. Nyheter ska gärna vara aktuella, påverka många människor, innehålla dramatik och bryta mot det förväntade. De söks oftare i samhällspyramidens topp än i dess bas. Vad är det då som sorteras bort? Är det viktig information som inte blir publicerad? Går det att opponera sig mot urvalet och skapa diskussion om mediernas nyhetsvärdering? Lars Mogensen, programledare i radioprogrammet Filosofiska rummet, resonerar kring nyhetsförmedling, kunskapshinder och samhällssegregation. Anna Danielsson Öberg, med mångårig erfarenhet som arbetsmarknadsreporter, synar arbetsmarknadsrapporteringens nedmontering. Katarina Andersson, reporter på radioprogrammet Medierna, skildrar bevakningen av elitidrott i förhållande till breddidrott med konkreta exempel från fotbollens värld. Torbjörn von Krogh, medieforskare på Sim(o) och Mittuniversitetet, lyfter fram ett motmedel som används av forskare och biståndsorganisationer: en lista över glömda eller minimalkt bevakade nyheter.

Scientific literacy

Teori och praktik

Eva Lundqvist, Roger Säljö, & Leif Östman (red), Gleerups, 2013. 128 s. ISBN 978-91-40-68443-1.

Tidigare har literacy-begreppet varit kopplat till läsning och användning av skrift. Här används literacy, speciellt scientific literacy, i en vidgad betydelse för att visa att kunskapsinhämtning innebär ett successivt lärande av ett specifikt sätt att använda språket på.

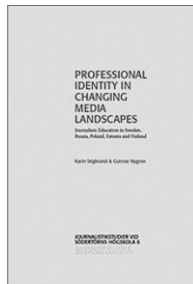
Boken inleds med en historisk överblick över hur skrift och skriftspråkande vuxit fram och hur literacy-färdigheter gått från att vara kunskaper för små eliter till att bli kunskaper som en stor andel av befolkningen behärskar. I samband med en diskussion kring vilka specifika ämnesrelaterade semiotiska resurser som är lämpliga i ett visst sammanhang och för ett visst ändamål introducerar författarna begreppet disciplinary literacy. Hur skolans demokratiuppdrag har formulerats analyseras utifrån kursplaner och kommentarmaterial för de naturo-

rienterande ämnena i grundskolan. Boken är ett resultat av arbetet i nätverket för forskning om literacy-praktiker. Projektet har pågått under tre år och har finansierats av Vetenskapsrådet.

Professional identity in changing media landscapes

Journalism education in Sweden, Russia, Poland, Estonia and Finland

Karin Stigbrand & Gunnar Nygren, Huddinge: Södertörns högskola, 2013. 175 s. ISBN 978-91-979140-5-5.

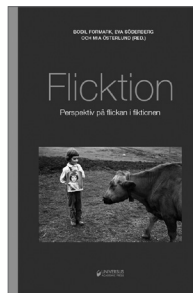


Journalism programmes are popular; they are growing in number the world over despite an often insecure labour market. What do journalism students expect? How do they see their future as journalists? What kind of training is offered by the Academy? This report presents journalism education in five universities, in the Baltic Sea Region, from different perspectives: the teachers and the students' goals in relation to wishes and needs of the sector and common challenges in changing media landscapes. The comparative project was financed by the Foundation of Baltic and Eastern European Studies in Sweden.

Flicktion

Perspektiv på flickan i fiktionen

Eva Söderberg, Mia Österlund, Bodil Forsmark (red) Universus Academic Press, 2013. 328 s. ISBN 978-91-87439-03-2.



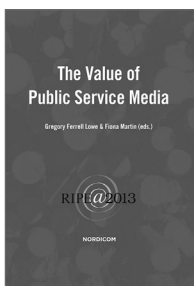
Antologin är ett resultat av ett tvärvetenskapligt samarbete mellan flickforskningsnätverket Tyttötutkimusverkosto i Finland och FlickForsk! Nordic Network for Girlhood Studies i Sverige. Antologin handlar om hur flickan har gestaltats, tar plats inom litteraturen och konsten på skilda platser, i olika tider och inom ett flertal olika konstnärliga genrer. Antologin

handlar om fiktioner som skapar friktion. Om ett flickskap som skaver. Och om vilka tolkningsstrategier flickforskningen kan föreslå och utveckla för att uttyda de mångfacetterade och föränderliga betydelser som flickskap har kommit att beteckna och representera. Antologibidragen belyser att hur flickor gör flickskap visar sig vara en fråga som handlar om blivande, transformation, revolt och besjungande.

Nya skrifter från Nordicom

The Value of Public Service Media. RIPE2013

Gregory Ferrell Lowe & Fiona Martin (eds.) Göteborg: Nordicom, Göteborgs universitet, 2014. 167 s. ISBN 978-91-86523-84-8.



The worth of public service media is under increasing scrutiny in the 21st century as governments consider whether the institution is a good investment and a fair player in media markets. The RIPE@2012 conference took place in Sydney and this book, the sixth in the series of RIPE Readers on PSM is the culmination of robust discourse during that event and the distillation of its scholarly outcomes.

ation of its scholarly outcomes.

The collection investigates diverse conceptions of public service value in media, keyed to distinctions in the values and ideals that legitimate the public service enterprise in media in many countries.

Nordicom Review Vol 34 / Special Issue

Sigurd Allern, Henrik Bødker, Martin Eide, Epp Lauk & Ester Pollack (red.) Göteborg: Nordicom, Göteborgs universitet, 2013. 167 s. ISBN 978-91-86523-83-1.



The Nordic Research Network in Journalism Studies, financed by NordForsk from 2009-2013, was an attempt to establish a specialized forum for contact and cooperation between senior researchers and PhD students engaged in journalism studies.

An important aim of the network was to inspire and activate debates about the technological, economical and cultural changes taking place in the media industry and the challenges being faced by journalism as a societal institution. Much of the activity in the network involved seminars and workshops for doctoral students – and discussions related to paper presentations by young scholar. The present volume of *Nordicom Review* represents a selection of papers written by current and former PhD students, in most cases related to their doctoral projects.

MedieSverige. Statistik och analys

Ulla Carlsson & Ulrika Facht (red.) Göteborg: Nordicom, Göteborgs universitet, 2014. 303 s. ISBN 978-91-86523-79-4.



MedieSverige ger en bred och aktuell överblick av det svenska medielandskapet. Detta är Nordicoms tionde upplaga av den tryckta utgåvan. Boken innehåller artiklar i vilka olika forskargrupper och enskilda forskare vid svenska universitet och högskolor analyserar och diskuterar aktuella frågeställningar kring medier. Här ges också en exposé över fyra decenniers

medieutveckling. Därefter följer en samlad statistisk översikt: Medier i Sverige, Medieföretag & ägande, IKT – Informations- & kommunikationsteknologi, Dagstidningar, Tidskrifter, Böcker, Radio, Fonogram, Television och Film, bio & video.

Nordicom-Sverige söker att i tabellsammanställningarna redovisa en så bred och tillförlitlig statistik som är möjlig i Sverige i dag. Målsättningen är att förmedla en lättillgänglig kunskap om mediasituationen i Sverige.

Politiska annonser. Partiernas valreklam i dagspressen genom 100 år

Bengt Johansson & Tomas Oden (red.) Göteborg: Nordicom, Göteborgs universitet, 2013. 199 s. (Sylwan; 21) ISBN 978-91-86523-78-7.



Författarna lägger i denna skrift fram en analys av val_annonseringen inför riksdagsval under 1900-talet (1908-2006) i den svenska dagspressen. Relationerna mellan partier, dagspressen och valannonserna, blir i denna skrift allsidigt belyst. Flera vetenskapliga perspektiv anläggs på ämnet. Ett sådant utgörs av den statsvetenskapliga forskningen om svenska valrö-

relser, ett annat gäller företagsekonomisk forskning om företags reklambeslut och om konkurrensen på tidningsmarknaden, ett tredje är opinionsforskning om allmänhetens inställning till valpropaganda. Som presshistorisk grund för studien ligger band III-IV av översiktsverket *Den svenska pressens historia*. Sammantaget leder detta till en välkommen genomgång av den politiska annonseringens framväxt, omfattning och inriktning insatt i sitt samhälleliga och vetenskapliga sammanhang.

Konferenser 2014

Ett urval hämtade från Nordicoms konferenskalendarium www.nordicom.gu.se

- ICA 64th Annual Conference: Communication and the Good Life***
22 maj – 26 maj 2014
Seattle, USA
The 2014 International Communication Association Conference / ICA Conference will be held in Seattle, WA. The theme is: 'Communication and the Good Life'.
For more information:
International Communication Association / ICA
icahdq.org
- The 7th International Central and East European Communication and Media Conference***
12 jun – 14 jun 2014
Wrocław, Poland
The theme of this conference is 'Changing Media and Democracy: 25 Years of Media Freedom and Public Sphere in Central and East Europe'.
For more information:
The Polish Communication Association, University of Wrocław and CEECOM Consortium
ceecom2014wroclaw@ptks.pl
<http://ceecom2014wroclaw.pl>
- Crossroads in Cultural Studies 2014***
1 jul – 4 jul 2014
Tampere, Finland
The 10th Crossroads Conference in Cultural Studies will be hosted by the School of Communication, Media and Theatre (CMT) at the University of Tampere jointly with the Society for Cultural Studies in Finland and the Association for Cultural Studies (ACS).
For more information:
The Association for Cultural Studies
crossroads2014.net
info@crossroads2014.net
- Children's Media Conference: Child@Heart***
3 jul – 4 jul 2014
Sheffield, UK
A conference on research that pertains to children's perspectives on media of all kinds; what makes up their daily lives, their attitudes, expectations, enthusiasms and ambitions? What do they want more of, are bored of, look forward to and expect from media?
For more information:
The Children's Media Conference / CMC
contact@thechildrensmediaconference.com
<http://www.thechildrensmediaconference.com/events/cmc2013/2013-sessions>

Why should you become an IAMCR member?

- IAMCR is *truly international* and includes members from 95 countries.
- IAMCR is a *community of scholars*. Offers opportunities for building networks.
- IAMCR is a networked *community of scholars* who are passionate about research.
- IAMCR encourages media and communication research, and advocacy on *policy and practice*.
- IAMCR is committed to encouraging *young media and communication scholars*.
- IAMCR disseminates *information and research* through a variety of offline and online publications.
- IAMCR maintains *professional relationships* with a wide range of media and communication organizations.
- IAMCR encourages *education and training* of journalists and media professionals.

IAMCR
INTERNATIONAL
ASSOCIATION FOR
MEDIA AND
COMMUNICATION
RESEARCH

Among the benefits reserved exclusively for IAMCR members are:

- Online access to abstracts, papers and presentations from IAMCR conferences.
- Membership in any of IAMCR's sections and working groups.
- Access to a searchable online database of members that allows you to find colleagues and to access other members' profiles, including research interests and contact information.
- Significant discounts on three of the leading journals in our field: International Communication Gazette, New Media and Society, and Global Media and Communication.
- Voting privileges and opportunities to participate in the development of the organization.
- Discount rates for annual conferences and other events.

Special Benefits for Institutional Membership

- Discount membership fees for institutional groups of 10 or more members.
- Discount rates for annual conferences and other events.
- Institutional voting privileges.

Graphic Design: Mariana Dominguez

Contact:

<http://www.iamcr.org/>



IAMCR is the leading worldwide professional organization in the field of media and communication research. Its members promote global **inclusiveness and excellence** within the best traditions of critical research in the field.

- 15 jul – 19 jul 2014
Hyderabad, India
- IAMCR 2014: Region as a Frame: Politics, Presence, Practice***
- The conference theme seeks to explore the dynamics of media systems, communication patterns and organizational relationships within the new “framing” of region as a physical and conceptual category. Sub-themes and topics may include: What are the politics that drive media discourse, organization and economics? What kind of presence is at all possible in this redefined regional space, and how does region become a real and imagined construct across new media presences? What sorts of practices then become key to media and communication spaces enclosed in or defined by this new frame?
- For more information:*
International Association for Media and Communication Research / IAMCR
info@iamcr2014.org
http://iamcr2014.org/
- 8 sep – 10 sep 2014
Kuala Lumpur,
Malaysia
- World Summit on Media for Children***
- World Summits are global conferences which provide a forum for the media industry, educators and other professionals committed to the improvement of quality media for children.
- For more information:*
The World Summit On Media For Children Foundation
triciaedgar@bigpond.com
wsmcf.com
- 24 sep – 24 sep 2014
Reykjavik, Iceland
- Making Journalists through Journalism Education: Nordic Perspectives***
- This one day preconference is hosted by Nordic journalistlaererkonferanse, which will take place in Reykjavik, Iceland the following three days, 25.27 september. Practical information will be given on the main conference website.
- For more information:*
Nordisk journalistlaererkonferanse
jan.hovden@infomedia.uib.no
- 25 sep – 26 sep 2014
Reykjavik, Iceland
- Nordic Conference for Journalism Teachers / Nordisk journalistlärarkonferens***
- The Nordic Conference for Journalism Teachers is hosted by the Journalism program at the University of Iceland, with the support of other members of the Nordic Cooperation Committee of Journalism Teachers. The main purpose of the conference is to gather journalism teachers together in order to discuss and tackle common issues and problems in the journalistic field.
- For more information:*
http://nordjour2014.yourhost.is/
yourhost@yourhost.is
- 16 okt – 17 okt 2014
Hamar, Norge
- Alf Prøysen, kunsten og mediene***
- Alf Prøysens kunstnerskap spenner over en rekke sjangrer og medier. Mediene har hatt stor betydning for utviklingen, distribueringen og arkivering av Prøysens kunstnerskap. Konferansen består av keynote-forelesninger og paperpresentasjoner. Påmelding til innen 1. september 2014.
- For more information:*
Høgskolen i Hedmark
http://www.medieforskerlaget.no/archives/2649
hans.rustad@hihm.no

Den norske nasjonale medieforskerkonferansen

23 okt to 24 okt 2014
Trondheim, Norge

Norsk medieforskerlags nasjonale konferanse "20 år med WWW – perspektiver og konsekvenser" vil rette oppmerksomheten mot World Wide Web som undersøkelsesobjekt for medievitenskapen, gjennom tre utvalgte perspektiver: medieøkologi, medieestetikk og mediearkeologi. Konferansen ønsker dessuten å føre en diskusjon over de norske medievitenskapelige miljøenes interesse for og forskning på WWW siden allmenngjøringen av Internett tok til, i forsøk på å sirkle inn nye viktige spørsmål for medieforskningen.

For more information:

Norsk medieforskerlag

<http://www.medieforskerlaget.no/archives/2686>

Audiovisual Sector in the Digital Age. Policies and Strategies for Diversities

5 nov – 7 nov 2014
Madrid, Spain

This event is part of the activities that are being developed by the research project Audiovisual and cultural diversity: good practices and indicators and its aim is, a decade after the publication of the Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions (UNESCO 2005), to consider the major issues of the diversity in the audiovisual, nowadays constantly changing.

For more information:

Carlos III University of Madrid

diversidadaudiovisual@uc3m.es

<http://goo.gl/v6YYu6>

A Long Way to the Top. The Production and Reception of Music in a Globalized World

6 nov – 7 nov 2014
Rotterdam,
Netherlands

This conference aims to bring together scholars from various countries each with their own perspective to engage in an international exchange of ideas and current research insights about music production and reception.

For more information:

Erasmus University Rotterdam

iaspmconference@eshcc.eur.nl

www.eshcc.eur.nl/iaspmconference

Asian Cultural and Media Studies Now

6 nov – 7 nov 2014
Melbourne, Australia

The conference aims to critically revisit some of the key issues in the study of Asian culture, media and communications, which have been developed rapidly over the last twenty years, to discuss what kinds of new approaches and scholarly frameworks are required in the current socio-historical context.

For more information:

Monash University

MAI-Enquiries@monash.edu

<http://goo.gl/1duRAi>

ECREA 2014: Communication for Empowerment: Citizens, Markets, Innovations

12 nov – 15 nov 2014
Lisbon, Portugal

The fifth European Communication Conference will be hosted by Lusofona University. Confirmed keynote speakers: Diogo Pires de Aurélio, Kees Brants, Kirsten Drotner, Natalie Fenton, Christian Fuchs, Tristan Mattelart.

For more information:

European Communication Research and Education Association / ECREA

<http://ecrea2014.ulusofona.pt/>