

Fjernsyn som vaktbikkje

Dokument 2 og den undersøkende dokumentaren i TV 2

Henrik G. Bastiansen

Abstract

Dette er en studie av undersøkende journalistikk i den norske TV-kanalen TV 2. Den handler om hvordan denne type journalistikk er blitt praktisert i fjernsynsdokumentarer, og særlig i programmet Dokument 2. Siden åpningen av TV 2 i 1992 har Dokument 2 produsert mye undersøkende journalistikk om kontroversielle emner. Dokument 2 har vært et prisvinnende program i mange år, men da finanskrisen rammet TV 2 i 2009, ble programmet lagt ned. I 2010 ble det riktignok gjeninnført, men i en langt mer beskjeden forstand. Idag har programmet en høyst usikker fremtid.

Keywords: fjernsyn, dokumentar, undersøkende journalistikk, finanskrisen i mediene

Egenproduksjon av dokumentarer er for dyrt.

(TV2s konsernsjef Alf Hildrum til Aftenposten 9. oktober 2009)

Introduksjon

Den 15. september 2008 gikk investeringsbanken Lehman Brothers konkurs i New York. Slik startet en finanskrisen som på kort tid spredte seg til store deler av verden. Krisen rammet Norge utover i 2009; næringslivets inntekter falt. Bedriftene skar ned på sine reklamebudsjetter. Det rammet mediene. Deres inntekter falt dramatisk. 2009 ble derfor et krisear for mediebransjen. "Bransjen truffet av en asteroide" lød en karakteristisk avisoverskrift.¹

Finanskrisen rammet de to norske allmennkringkasterne NRK og TV2 helt forskjellig. For NRK var de umiddelbare virkningene små. Institusjonens økonomi hvilte fortsatt på lisensordningen. Det sikret den mot fallende konjunkturer. Helt konkret innebar det at NRK kunne fortsette med den mest kostbare delen av TV-journalistikken: dokumentarer med undersøkende journalistikk. I løpet av 2009 sendte NRKs Brennpunkt-redaksjon i alt 23 slike dokumentarer. Brennpunkt-redaksjonen var Norges største grave-redaksjon – og hedret med en rekke diplomer og priser fra Stiftelsen for en Kritisk og Undersøkende Presse (SKUP). Også i 2009 satte Brennpunkt stadig dagsorden for samfunnsdebatten.²

For TV 2 virket finanskrisen helt annerledes. Denne kanalen var reklamefinansiert, og dermed helt avhengig av reklamekampanjene i næringslivet. Når bedriftene nå begynte å kutte i sine reklamebudsjetter måtte det nødvendigvis få konsekvenser for TV 2 og

dets programvirksomhet – ihvertfall over tid. For en TV 2-ledelse som satt med budsjettansvar var det nok lett å kaste sine øyne på kanalens mest kostbare programmer: de egenproduserte dokumentarene. Det er derfor interessant å studere hvordan det gikk med disse programmene under finanskrisen. Hva skjedde egentlig med de gravende dokumentarene i TV 2? Mye av faglitteraturen om TV2 er skrevet før finanskrisens tid, og den har derfor i liten grad kunnet behandle denne type spørsmål.³ Mer generelt ser det også ut til at forskningen om dokumentaren i norsk TV trenger fornyelse: flere av bidragene er idag mer enn ti år gamle.⁴ Det trengs en ny giv i studiet av dokumentaren. For fjernsynets del betyr det forskning også på den type programposter som har sendt dem – slik som Dokument 2.

Faglitteraturen om dokumentarer kan grovt sett deles i to typer. Den første av dem studerer dokumentarfilmens historie i bred forstand. Her finner vi alt fra klassiske bidrag som Erik Barnouws *Documentary. A History of the Non-Fiction Film* og frem til nye oversiktsverker som Jack C. Ellis og Betsy A. McLanes *A New History of Documentary Film*.⁵ Norske oversiktsverk finnes også.⁶ Andre har valgt å studere fjernsynsdokumentarens historie.⁷ Den tidlige fjernsynsdokumentaren i BBC er studert inngående.⁸ Felles for denne litteraturen er at den følger dokumentarformen i dens historiske utvikling fra film til fjernsyn – empirisk og kronologisk. Den andre hovedtypen av forskning er mer opptatt av dokumentarfilmens essens, dens ontologi. Denne type litteratur har en mer reflekterende og teoretisk karakter. Pioneren var John Grierson (1898-1972). Han grunnla ikke bare den britiske dokumentarfilmbevegelsen i 1930-årene, men søkte også å definere dokumentarfilmens vesen i en rekke teoretiske arbeider. Etter ham fulgte andre teoretiseringer frem til Bill Nichols, som er den ledende dokumentarfilnteoretiker idag.⁹ Hans skille mellom dokumentarens ulike typer – poetisk, ekspositorisk, observerende, deltakende, refleksiv og performativ – siteres ofte.¹⁰ Den teoretiske dokumentarfilmlitteraturen har gjennom sin begrepsdrøfting søkt å definere eller re-definere dokumentarfilmens vesen, etter at John Grierson i 1926 kom med sin i ettertid mye kritiserte definisjon av dokumentarfilm som ”the creative treatment of actuality.”¹¹

Dokumentarlitteraturen preges altså i stor grad av historieverk og teoridebatt. Problemet er at våre dagers aktualitetspregede TV-dokumentarer egentlig ikke passer så godt inn i dette bildet: de er nesten mer beslektet med journalistikken.¹² En programpost som Dokument 2 i norske TV 2 kan nok sies å hente impulser fra dokumentarfilmen og fra fjernsynsdokumentaren, men må nok i enda større grad forstås ut fra selve journalistikkfaget – fordi den ofte henter sin metode fra den undersøkende journalistikken.¹³

I denne artikkelen skal vi derfor se nærmere på Dokument 2. Vi skal reise følgende problemstilling: *hvilke vilkår har den undersøkende journalistikken i TV 2 hatt gjennom programposten Dokument 2?* Denne problemstillingen skal belyses på fire måter. For det første skal vi studere en komplett årgang med Dokument 2-sendinger for å se nærmere på dets journalistikk i de senere år. For det andre skal vi se disse resultatene i lys av programpostens opprinnelse og utvikling innad i TV 2 – skissert i korte trekk. For det tredje skal vi se Dokument 2 i sammenheng med TV 2s forpliktelser som allmennkringkaster. Og for det fjerde skal vi studere hvordan norske myndigheters eksterne evalueringsinstanser – Allmennkringkastingsrådet og Medietilsynet – har vurdert Dokument 2. Artikkelen avgrenser seg til Dokument 2, selv om TV 2 også har laget undersøkende journalistikk i sendinger som Reflektor. Reflektor har dog ikke en så lang historie i TV 2 som Dokument 2.¹⁴ Det er Dokument 2 som har vært TV 2s flaggskip på

dokumentarfeltet. Det er derfor dette programmet er interessant. Finanskrisen i 2009 vil i det følgende opptre som en bakenforliggende kontekst.

Dokument 2 i 2009

Først skal vi studere en årgang med Dokument 2. Finanskrisen gjør at valget falt på 2009-årgangen. Dette året gjør at vi kan sammenlikne Dokument 2 med Brennpunkts sendinger i NRK, for de er studert i et tidligere arbeid.¹⁵ Når vi spør om i hvilken grad TV 2 produserte undersøkende dokumentarer i kriseåret 2009, er det mest nærliggende å gjennomgå Dokument 2 for å finne svar.

I 2009 sendte TV 2 Dokument 2 kun i høstsemesteret. Tidligere gikk denne programposten i TV 2 både vår og høst. Høsten 2009 ble Dokument 2 sendt i alt ni ganger. Programleder var Tonje Steinsland. Hun introduserte og avsluttet hvert program i vignettene. Redaksjonsleder var Mads Ektvedt, mens Kjell Øvre Helland var redaktør. Her er en kort omtale av de ni sendingene.

Årets første Dokument 2-sending hadde tittelen *Drømmen om K2* og ble sendt i TV 2 den 30. september 2009. – Dette er Cecilie Skogs historie, sier programleder Tonje Steinsland i vignetten. I dette programmet presenterer den kjente fjellklatreren Cecilie Skog filmopptak fra en fatal ekspedisjon i Himalaya i 2008 – da ektemannen Rolf Bae omkom i et snøskred. Filmopptakene dokumenterer ekspedisjonen trinn for trinn. Bildene fra Himalaya er dramatiske. På lydsiden forteller Cecilie Skog nøyaktig hva som skjer. Vi ser en glad Rolf Bae, lykkelig uvitende om utfallet som venter ham. Cecilie Skog forteller det hele til Tonje Steinsland, som opptre som en empatisk lytter. *Drømmen om K2* er nøkternt fortalt, men bygger likevel opp en merkbar spenning: seerne vet jo helt fra start at det vil ende med døden. Skredet er høydepunktet som historien bygges opp mot. *Drømmen om K2* var en uvanlig dokumentar og en oppsiktsvekkende sesongpremiere. Den viste at nå var Dokument 2 tilbake.¹⁶

Andre sending het *Abids ambisjon* og ble sendt i TV 2 den 7. oktober 2009. Her følges Venstre-politikeren Abid Raja. Han vokste opp på barnehjem, men var nå blitt en kjent advokat med kone og barn. Full av energi kjemper han for en plass på Stortinget gjennom diskusjoner og TV-debatter. Han arrangerer dialogmøter om hat på Litteraturhuset i Oslo. Dit kommer bl.a. utenriksminister Jonas Gahr Støre og kronprins Haakon. Spenningen er knyttet til valgkampen og hvorvidt Raja klarer å erobre seg en plass på Stortinget. Men på valgdagen gjør Venstre gjør et katastrofalt valg. Raja får ingen stortingsplass. Han er skuffet, men vil likevel fortsette å kjempe for sine meninger. Hele tiden byr Raja på seg selv.¹⁷

Tredje sending hadde tittelen *Jakten på den mistenkte* og ble sendt i TV 2 den 14. oktober 2009. Denne dokumentaren – laget av Per Christian Magnus – var undersøkende journalistikk: sendingen rekonstruerte hendelsesforløpet som førte til drapet på den norske studenten Martine Vik Magnussen i London i 2008. En mannlig medstudent, Farouk, ble etterlyst for drapet, men han hadde straks reist til Jemen. Der ble han beskyttet av sin velstående far. TV-teamet reiser til Jemen, men faren lar seg ikke treffe. Teamet oppsøker steder der Farouk har vist seg og intervjuer med skjult kamera. Så retter Per Christian Magnus søkelyset mot hva norske myndigheter har gjort i saken. Han intervjuer den norske konsul i Jemen og utenriksminister Jonas Gahr Støre. Det kommer frem at Storbritannia ikke har utleveringsavtale med Jemen. Derfor kunne Farouk skjule seg

der. Magnus spør utenriksminister Støre om ikke Norge kunne gjort mer. Støre henviser til Norges samarbeid med britene. Mordhistorien ender dermed med de diplomatiske utleveringsvilkårene som gjelder mellom Norge, Storbritannia og Jemen. Dokumentaren er nøkternt fortalt og legger stor vekt på eksakte opplysninger.¹⁸

Fjerde sending het *Mirakelet i Markebygda* og ble sendt i TV 2 den 21. oktober 2009. Dette var historien om Magne Skåden, som hadde sittet for seg selv i foreldrenes sofa i 27 år uten å kunne gå eller snakke. Legene hadde gitt ham en diagnose, men foreldrene nektet å tro at han var dum. De tar ham med til et institutt i USA. Der kan spesialister trene opp barn med hjerneskade. Doman-instituttet hadde oppnådd enestående opptrenings-resultater i mer enn femti år og var helt uenig med de norske legenes vurdering av Magne. Etter råd fra instituttet setter foreldre, venner og naboer i gang med å trene Magne i opptil 10 timer pr. dag. De stimulerer hjernen hans for at sovende hjerneceller skal overta funksjonen til skadde celler. Etter lang trening begynner resultatene å komme: Magne begynner å forme bokstaver med penn og papir. De norske legene lar seg likevel ikke overbevise. Men så viser treningen at han lykkes: for første gang i sitt liv er han ute og går på egne ben. Historien slutter med at Magne utgir en bok som blir lansert av bygdas ordfører. Den uvanlige historien er blitt til ved at programskaperne har fulgt behandlingen av Magne over tid. Når opptakene starter er utfallet uvisst. Historien har en humanitær appell til seerne og kommenteres av en diskret forteller-stemme.¹⁹

Femte sending het *Spillet i bakrommet* og ble sendt i TV 2 den 28. oktober 2009. Her handlet det om maktkamp i Norges Fotballforbund. Vi følger forbundets generalsekretær Karen Espelund og dets president, Sondre Kåfjord – som begge opplevde å bli presset ut av sine stillinger. Her forteller de om det de ble utsatt for, fra delvis anonymiserte aktører i Fotballforbundet. Ifølge programmet ble Karen Espelund utsatt for en kampanje mot hennes angivelige lederstil. Hun valgte til slutt å gå av. På sin side valgte Sondre Kåfjord å gi seg som fotballpresident. Begge forteller, men på en forsiktig måte. Ingen av dem bruker navn på de som motarbeidet dem. Et internt notat viser at personer i forbundets markedsavdeling ville starte som private forretningsdrivende rettighetsagenter, fordi salg av TV-rettigheter kunne gjøre dem rike. Men da måtte de først kvitte seg med generalsekretær Karen Espelund. Hun ville nemlig ikke at private aktører utenfor forbundet skulle overta slike oppgaver. Dette skal ha vært den egentlige årsaken til at hun ble presset ut. Dokumentaren slutter uten at aktørene blir konfrontert. Dette blir derfor først og fremst de utstøttes historie.²⁰

Sjette sending, *Psyk forvandling*, ble sendt i TV 2 den 4. november 2009 og handlet om mennesker med tvangslidelser. Dokumentaren følger Tommy og Helle. De er begge sykmeldt og ute av jobb. Nå skal de behandles med eksponeringsterapi. I tre uker skal de konfronteres med det verste de vet: Tommy skal skru igjen kraner og skru av lyset uten å gå tilbake for å sjekke etterpå, mens Helle skal kjøre bil og gjøre andre ting hun har unngått i 25 år ved å isolere seg hjemme i frykt for å skade andre. Begge må kjempe for å overvinne sine tvangstanker. Etter tre ukers intensiv trening reiser de hjem som nye mennesker: Tommy er blitt normal igjen, mens Helle er bedre enn på 25 år. Få dager etter er begge tilbake i full jobb. Deretter tar programmet opp helsemyndighetenes vurdering av denne behandlingsformen. Det viser seg at mange pasienter ikke har fått den eksponeringsterapien de hadde trengt, selv om metoden er anerkjent som effektiv. Opptil 100 000 nordmenn hadde denne lidelsen.²¹

Syvende sending het *Den store styrkeprøven* og ble sendt i TV 2 den 11. november 2009. Den handlet om å sette seg høye mål. En norsk-pakistansk gutt, Tahir, ble født med en sjelden sykdom som gjorde ham blind 12 år gammel. Hans norske venn, Vidar, som er rundt 60 år, har mistet sin 17 år gamle sønn. Ingen av dem har noe godt utgangspunkt for en ekstrem fysisk prestasjon. Vidar får prostata-kreft og må opereres. Tahir er svært ambisiøs: de bestemmer seg for et nesten umulig mål: å sykle den 54 mil lange Styrkeprøven fra Trondheim til Oslo – på tandem-sykkel. Først følger vi treningen, deretter selve turen – som er langt hardere enn de trodde. Til slutt kan de likevel sykle over målstreken, totalt utslitt. Tahir ble etterpå kåret til årets norsk-pakistaner.²²

Åttende sending het *Piratjegerne* og ble sendt i TV 2 den 18. november 2009. Den handler om skipstrafikken som ble angrepet av sjøøvere utenfor kysten av Somalia – verdens farligste farvann, som Tonje Steinsland sier i vignetten. Vi følger den norske fregatten KNM Fridtjof Nansen og det norske lasteskipet Bow Cecil. Sistnevnte skip er redd for piratangrep, noe KNM Fridtjof Nansen skal forhindre. Programskaperne lar også piratene selv komme til orde. Somalieren Ali Arif forklarer hvorfor han ble pirat: store havgående trålere fanget opp fisken langs kysten i slike mengder at lokalbefolkningen mistet sitt livsgrunnlag. Deres redning ble å angripe den internasjonale skipstrafikken: somalierne mente nemlig at rederiene burde gi dem kompensasjon for tapt livsgrunnlag. Dokumentaren både begynner og slutter med piratene.²³

Niende sending het *Dømt til døden i Kongo* og ble sendt i TV 2 den 25. november 2009. Denne handlet om to nordmenn – Tjostolv Moland og Joshua French – som var tiltalt og dømt for drap og spionasje i Kongo. Journalisten Fredrik Græsvik – som har laget programmet – intervjuer Moland og French i deres kongolesiske fengsel. Saken hadde fått bred omtale i norsk presse. Derfor var intervjuet med hovedpersonene godt stoff. Intervjuet foretas etter at de var dømt, men før ankesaken kom opp. De to ga sin versjon av det som skjedde da deres sjåfør ble drept. Græsvik lar dem fortelle, men konfronterer dem også med kompromitterende materiale: et avslørende brev, en tilsvarende treningsvideo og et fotografi som viser en smilende Tjostolv Moland som tørker bort blodet på bilen. Dette materiale svekket deres stilling under rettssaken. Græsvik lar ikke deres historie ikke blir stående alene. Han intervjuer moren til Moland og bringer opptak fra rettssaken i Kisangani. Han intervjuer også en ung gutt, Kepo, som ifølge Moland og French er den virkelige drapsmannen. Det er Kepos forklaring som ligger til grunn for anklagen. Kepo avviser ryktene om at han er kriminell. Græsvik forteller seerne at Kepo har skiftet status fra vitne til fornærmet, noe som kan gjøre ham rik hvis dommen blir fellende. Så får vi se dommen: begge dømmes til døden. Moren til Moland bestemmer seg for å reise til Kongo. Dokumentaren slutter med at de to ser på familiebilder sammen. I sluttvignetten sier Tonje Steinsland at dette var siste utgave av Dokument 2. Rett etter sier TV 2s kanalvert at dette var ”aller siste” utgave av programmet.²⁴

I sitt allmennkringkasterregnskap omtalte TV 2 Dokument 2 (og Reflektor) som sine ”viktigste dokumentarsatsinger i 2009.” De ble begge sendt i beste sendetid og hadde ofte høye seertall, het det. Sammen med aktualitetsprogrammer som *Tabloid* og *God morgen, Norge* var det slik TV2 oppfylte konsesjonens krav om ”jevnlige aktualitets- og dokumentarprogrammer” dette året.²⁵

Fellestrekk

Vi kan nå drøfte det som er felles for disse sendingene. Sjangermessig omtales de gjerne som ”dokumentarer” både av TV 2 og i avisenes programoversikter. Bruker man terminologien til Bill Nichols kan man kanskje si at de er en blanding av ekspositorisk og observerende modi – altså en kombinasjon av en forklarende og observerende stil.²⁶ Dokument 2 har tydelig ekspositoriske trekk med sin bruk av forteller-stemme (kommentar) – selv om den kan være ganske diskret. Men sendingene er også tydelig observerende, særlig når kameraet følger et kronologisk hendelsesforløp med åpent utfall, slik som i *Mirakelet i Markebygda* og *Den store styrkeprøven*.

Innenfor den ekspositoriske og observerende rammen inneholder hvert program en markant historie med et dramatisk preg. Det er noe oppsiktsvekkende ved hver eneste sending – noe som er ment å gjøre dem attraktive overfor seerne. I flesteparten av sendingene følger vi hovedpersonene gjennom store utfordringer: flere av dem setter seg nesten umulige mål. Spenningen ligger i å se hvorvidt de klarer å nå dem.

Hvor mye undersøkende journalistikk lå det så i 2009-årgangen av Dokument 2? Svaret på det er sammensatt. *Drømmen om K2*, *Abids ambisjon*, *Mirakelet i Markebygda* og *Den store styrkeprøven* er alle markante dokumentarer om personer i spesielle situasjoner, men kan neppe betegnes som undersøkende journalistikk i vanlig forstand. På motsatt side finner vi *Jakten på den mistenkte*, *Spillet i bakrommet*, *Piratjegerne* og *Psykforvandling*. I disse anvendes undersøkende journalistikk. I *Jakten på den mistenkte* utføres en detaljert rekonstruksjon av drapsnatten. Deretter konfronterer Per Christian Magnus norske myndigheter om hva mer de kunne gjort i Martine-saken. *Spillet i bakrommet* avdekker den skjulte maktkampen i Norges Fotballforbund, selv om det konfronterende intervjuet mangler. *Piratjegerne* går i land i Somalia for å belyse årsakene til sjørøveriet, mens *Psykforvandling* stiller kritiske spørsmål om helsemyndighetenes manglende bruk av den effektive eksponeringsterapien. I en mellomposisjon finner vi *Dømt til døden i Kongo*, som rekonstruerer drapsnattens hendelsesforløp. Fredrik Græsvik vet at det ikke er nok å gjengi hva Moland og French forteller. Han konfronterer dem derfor med kompromitterende materiale og trekker inn andre kilder.

Kritikk av norske myndigheter inngår i flere sendinger: *Mirakelet i Markebygda* kritiserer norske legers oppfatning av Doman-instituttets behandlingssopplegg, *Psykforvandling* kritiserer helsemyndighetenes tilbakeholdne bruk av eksponeringsterapi, *Piratjegerne* inneholder kritikk av de militæres innsats i Adenbukta. I disse sendingene er kritikken likevel mer et bi-motiv enn hovedsak. *Spillet i bakrommet* avdekker en intern maktkamp, men lar aktørene forbli anonyme. Mest uttalt er nok kritikken i *Jakten på den mistenkte*, der utenriksminister Jonas Gahr Støre må svare for seg.

Dette gir oss følgende resultat: fire av de ni Dokument 2-sendingene i 2009 kan klassifiseres som undersøkende journalistikk. De fem andre sendingene var mer observerende dokumentarer som fulgte sine hovedpersoner gjennom store utfordringer.

Hvordan vi skal så vurdere resultatet 4 av 9? Det avhenger naturligvis av målestokken vi velger. En nærliggende mulighet er å legge Dokument 2s egen målestokk til grunn, men da må vi skissere programmets utvikling siden starten i 1992.

Opprinnelsen: Dokument 2 blir til

Den andre måten vi skal drøfte Dokument 2 på er å studere dets opprinnelse og noen av dets utviklingstrekk innad i TV 2 siden starten i 1992.

Den aller første utgaven av Dokument 2 ble sendt i TV 2 den 14. september 1992. Da var TV-kanalen helt ny: bare ni dager var gått siden det store åpningsshowet fra Grieghallen i Bergen. Ideen til Dokument 2 kom fra den unge journalisten Gerhard Helskog (f. 1963). Han begynte i TV 2 våren 1992, da det fortsatt bare fantes en håndfull ansatte. Alle gjorde alt. Og alle ideer ble mottatt med takk. Sendeskjemaet var stort og tomt. Helskog foreslo å starte et fast dokumentarprogram. Hans sjef, Finn H. Andreasen, sa ja og satte av fire millioner kroner. Programmet fikk arbeidstittelen ”Gerhards vindu.” Helskog hadde forbilder som *See it Now* og *60 Minutes* i amerikanske CBS. Han var også inspirert av *Rekordmagasinet* til Jan Guillou, som ble sendt i svensk TV i 1980-årene. Det svenske TV4, som hadde startet året før, inspirerte ham med programmet *Kalla Fakta*, ledet av Jan Scherman og Jan Guillou. Gerhard Helskog besøkte dem våren 1992 og fikk med seg VHS-kopier hjem. Han ble imponert over systematikken i deres arbeid og kraften i formspråket. Fra *Kalla Fakta* fikk han med seg fotografen Jan Palmers til sin nye redaksjon. Foruten Helskog og Palmers bestod den av journalistene Vibeke Haug, Runar Kristiansen og Jon Gangdal. Underveis i forberedelsene endret programposten navn til ”Dokument 2.” Gerhard Helskog forklarte at tittelen ”henspiller på at vi skal grave fram det andre dokumentet, slik at saker kan belyses på en grundig og seriøs måte. Enten temaet er finans, kultur og helse.” Han innrømmet at programmene nok kunne bli oppfattet som ”hardhendte”, men la til at de ikke hadde som uttalt mål å ”avsløre Norge.” Da VG presenterte TV 2s programplaner omtalte avisen likevel Dokument 2 med ordene ”avsløringer og undersøkende dokumentar.”²⁷

I den første utgaven av Dokument 2 var det dobbeltmoral som var tema. Først introduserte Gerhard Helskog fra studio. Deretter kom en kritisk reportasje om miljøverneren Kurt Oddekalv. Etterpå måtte Oddekalv svare på kritikken. Gerhard Helskog konfronterte ham med reportasjens sterke påstander. Så fulgte en reportasje som kritiserte sydpolfareren Monika Kristensen: hennes ekspedisjon skulle angivelig ha dumpet søppel i Antarktis. Etterpå måtte hun vare for seg i et konfronterende intervju. Begge disse personene fikk vanligvis positiv omtale i norske medier; de ble ansett som miljøhelter. Den kritiske presentasjonen av dem var derfor helt uvanlig.²⁸

Etter premieren sendte TV 2 i alt syv utgaver til av Dokument 2 utover høsten. De handlet om lånehaier (28. september), bedrageri (5. oktober), overvåkning, svindel og trusler i vektermiljøet (12. oktober), narkotika (26. oktober), seksuelle overgrep begått av en politimann (9. november), narkotika og politivold i Bergen (23. november) og dyreforsøk med taushetsplikt (7. desember).²⁹ Emnevalget fra gang til gang viste at Dokument 2 ville vekke oppsikt ved å ta opp kontroversielle temaer.

Til sammen sendte TV 2 Dokument 2 åtte ganger i løpet av sitt første semester, høsten 1992. Men dette var bare begynnelsen. I 1993 – som var det første hele år med TV 2 – sendte kanalen tolv Dokument 2-programmer om våren og elleve om høsten: tilsammen 23 sendinger. Dette tallet steg til 35 i 1994. Siden varierte årsproduksjonen noe fra år til år. For hele perioden 1992-1999 utviklet antallet årlige Dokument 2-sendinger i TV 2 seg slik:

*Oversikt over antall utgaver av Dokument 2 i TV2 i tiden 1992-1999.
Vår, høst og sum pr. år.*

År	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Vår	–	12	20	17	4	8	11	9 (x)
Høst	8	11	15	14 (xx)	10	10	9	3
Sum	8	23	35	31	14	18	20	12

Kilde: Nasjonalbibliotekets kronologiske totaloversikt over Dokument 2, også utlagt på Wikipedia. (x): medregnet ”Tid for karriere” sendt 26. juli 1999. (xx): Tallet for høsten 1995 er feilaktig oppgitt i Bastiansen 2011: 118. Basert på Programbladet oppgis der 10 sendinger denne høsten, mens det korrekte skal være 14, ifølge nye opplysninger fra Kringkastingsarkivet ved Nasjonalbiblioteket i Mo i Rana.

Denne oversikten viser flere interessante ting. For det første ser vi hvordan Dokument 2 fra 1993 ble sendt i begge årets sesonger; vår og høst. For det andre ser vi variasjonene mellom sesongene. I 1993, 1994 og 1995 sendte TV 2 flest Dokument 2-programmer om våren, mens i 1996 og 1997 var det flest om høsten. Deretter snudde det igjen slik at vårmenyen var størst i 1998 og 1999. For det tredje ser vi at den totale årlige produksjonen svingte betydelig. Økningen fra 1993 til 1994 var på hele tolv sendinger. Deretter kom et fall på fire sendinger fra 1994 til 1995. Deretter stabiliserte det seg på i underkant av 20 sendinger pr. år resten av 1990-tallet. Disse variasjonene viser at det egentlig ikke fantes noe tak på antall årlige utgaver av Dokument 2. TV 2 kunne øke eller redusere sendefrekvensen etter omstendighetene.

Oppbyggingen av Dokument 2 hang sammen med bedre tilgang på nye programskapere. Som ny TV-kanal trengte TV 2 nye medarbeidere – og mange av dem kom fra dokumentarstudiet ved Høgskolen i Volda. Siden 1988 hadde et eget påbygningsår i dokumentarfilm vært et fordypningstilbud til studentene. Det fjerde studentkullet på dette studiet var igang da TV 2 startet opp i 1992. Undervisningen, som ble ledet av David Wingate i første halvdel av 1990-tallet, fokuserte på en ny form for *observerende* TV-dokumentar, inspirert av filmskapere som Paul Watson og Colin Luke fra BBC og Channel Four. Impulsene fra britisk fjernsyn kom således til TV 2 også via Volda – og gikk blant annet inn i et program som Dokument 2. Dokumentarfilm-studentene fra Volda arbeidet gjerne med det nye, lette utstyret som ble så viktig for oppblomstringen av det norske dokumentarmiljøet på 1990-tallet.³⁰ Det er denne oppblomstringen vi gjenfinder i sendefrekvensen for Dokument 2.

Hvis vi nå følger den årlige produksjonen av programmet i perioden 2000-2009 får vi dette resultatet:

Antall utgaver av Dokument 2 i TV 2 i tiden 2000-2009. Vår, høst og sum pr. år.

År	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Vår	16	11	22	19	11	8	11	11	10	0
Høst	8	4	1	14	14	14	7	5	7	9
Sum	24	15	23	33	25	22	18	18	17	9

Kilde: Nasjonalbibliotekets kronologiske oversikt over Dokument 2, også utlagt på Wikipedia.

Oversikten viser at Dokument 2 fortsatte som et viktig TV 2-program også etter tusenårs-skiftet. Det ble fortsatt sendt både vår og høst. Årsproduksjonen var betydelig: 24

sendinger i 2000, 23 i 2002, 33 i 2003 og 25 i 2004. I 2003 sendte TV 2 faktisk Dokument 2 mer enn dobbelt så mange ganger som i 1996. Programmet stod sterkt de første årene etter tusenårsskiftet. Årsproduksjonen disse år nådde toppen med 33 sendinger i 2003. Deretter falt antallet hvert år frem til 9 i 2009. I 2009 forsvant vår-sendingene; bare høstens sendinger ble stående igjen.

Med sin historie helt tilbake i 1992 var Dokument 2 i 2009 faktisk det eldste eksisterende dokumentarprogram i norsk fjernsyn med intensjoner om å drive kritisk og undersøkende journalistikk. NRK-fjernsynets tilsvarende programpost – Brennpunkt – ble etablert i 1995 og hadde premiere 9. januar 1996. En viktig årsak til at denne nyskapingen i NRK var utfordringen fra Dokument 2 i TV 2: NRK hadde ingen tilsvarende programpost. Brennpunkt ble NRKs svar. Siden er det blitt selve flaggskipet for den undersøkende TV-journalistikken i NRK.³¹

Samme år som Brennpunkt startet i NRK, bestemte TV2-ledelsen seg for å gi Dokument 2 en pause. Sentrale medarbeidere i redaksjonen forlot da TV2. Noen av dem gikk over til det nyopprettede Brennpunkt. Men så snudde TV2-ledelsen. Høsten 1996 startet Dokument 2 opp igjen på nytt. Fra da av fungerte Dokument 2 som et visningssted for innkjøpte dokumentarer fra uavhengige filmprodusenter etter avtale med TV 2. Denne modellen kom i årene som fulgte til å stimulere produksjonen av nye norske dokumentarer. Resultatet var en rekke oppsiktsvekkende dokumentarprogrammer – som etterhvert begynte å motta priser både innenlands og i utlandet.

I sine årsberetninger var TV 2 stolt av Dokument 2. TV-kanalen nølte heller ikke med å trekke frem enkeltprogrammer i sine allmennkringkastingsregnskaper. I 2006-regnskapet pekte kanalen på Dokument 2-programmet *Vaksineeksperimentet* – som ble sendt den 16. oktober. Her viste det seg at helsemyndighetenes utprøving av en ny vaksine mot hjernehinnebetennelse mot slutten av 1980-årene hadde ført til alvorlig sykdom hos en rekke ungdommer. At vaksinen etterhvert ble forbudt i Norge forhindret ikke at den ble eksportert til New Zealand – anbefalt av det norske Folkehelseinstituttet. Sendingen – som var laget av Connie Barr, Karen Aarre og fotograf Frank Melhus – utløste offentlig granskning i Norge. Da dokumentaren ble vist på New Zealand førte det til høring i Parlamentet.³²

På denne bakgrunn kan vi nå drøfte den undersøkende journalistikkens plass i Dokument 2. Grovt sett finner vi to typer dokumentarer i de gjennomgåtte Dokument 2-sendingene: de observerende og de undersøkende. De førstnevnte er skildringer – ofte av mennesker i krevende situasjoner. De sistnevnte ”avdekker kritikkverdige forhold” – slik den norske Vær Varsom-plakaten oppfordrer til.³³ De plasserer også ansvaret hos myndighetene. Disse to formene lar seg identifisere analytisk, men er ikke gjensidig utelukkende. Man kan godt tenke seg at en undersøkende dokumentar kan følge aktører gjennom en kritikkverdig prosess – men det er ikke særlig vanlig. Kriminelle aktører vil jo ikke slippe til TV-kameraer som avslører dem. Undersøkende journalistikk i TV blir derfor ofte nødt til å rekonstruere et hendelsesforløp som allerede har funnet sted, slik som i *Jakten på den mistenkte*.

Kontrasten mellom undersøkende og observerende dokumentarer i 2009-årgangen av Dokument 2 må kunne sies å være karakteristisk for programmet i dets sene stadium. Helt fra starten i 1992 la Gerhard Helzkog stor vekt på oppsiktsvekkende avsløringer i sendingene, men allerede etter et par år ble kursen justert i retning av mer observerende dokumentarer om spesielle personer eller særpregede miljøer. Siden da har Dokument

2 levd i spenningsfeltet mellom observerende og undersøkende dokumentarer. I sitt allmennkringkaster-regnskap for 2009 pekte TV2 karakteristisk nok på begge typer: både på de observerende *Drømmen om K2* og *Mirakelet i Markebygda*, men også på de undersøkende *Jakten på den mistenkte* og *Piratjegerne*.³⁴

Dokument 2 har således levd med kontrasten mellom observerende og undersøkende dokumentarer siden 1990-årene. Dette er altså ikke noe nytt i tiden etter år 2000. Det mest karakteristiske ved 2009-årgangen er ikke akkurat dette, men snarere det lave antallet sendinger. Sammenliknet med NRKs Brennpunkt – som sendte 23 gjennomarbeidede dokumentarer med undersøkende journalistikk i 2009 – så kom Dokument 2 langt etter. Og dette til tross for at Dokument 2 er originalen som kom først – ja, som tilskyndet NRK til å opprette Brennpunkt. I 2009 hadde rollene skiftet: NRK var blitt den ledende gravemaskinen i norsk TV, mens TV 2 hadde redusert sine ambisjoner på grave-dokumentarens område.

Grunnlaget: TV 2 som allmennkringkaster

Den tredje måten vi skal belyse Dokument 2 på er å se det i sammenheng med TV 2s rolle som allmennkringkaster. Det er nærliggende å gjøre dette ettersom TV 2s eksistens bygger på et slikt idegrunnlag. I det følgende skal vi gjøre dette ved å følge et utvalg av de mest sentrale dokumenter og bestemmelser om TV 2 – men hele tiden med henblikk på dokumentarens og Dokument 2s rolle i kanalen.

Interessentene som i 1991 søkte Kulturdepartementet om TV 2-konsesjonen forsikret først at kanalen skulle drives ”etter prinsippene for allmennkringkasting.” Deretter brukte de ordet ”dokumentar” fem ganger i sin beskrivelse av den fremtidige kanalens programinnhold. Første gang ”dokumentar” forekom var i en opprømsing av fremtidige programformer. Andre gang het det at TV 2 ønsket å være ”nøytrale i våre aktuelt- og dokumentarsendinger, både i valg av temaer og i utforming av programmene, i den forstand at vi over tid vil gi plass for hele spekteret av meninger om de temaer vi tar opp.” Tredje gang ordet ble brukt var i en beskrivelse av egenproduserte sendinger. Fjerde gang ble ordet brukt til å beskrive hvordan TV 2 ville ”fokusere på distriktene” med norsk egenproduksjon. Femte gang ble ordet brukt i forbindelse med kunst- og kulturprogrammer.³⁵

De fem gangene interessentene brukte dokumentar-begrepet på de få sidene som gjaldt selve programvirksomheten, viste at det svært tidlig fantes visse ideer om denne typen programmer i det fremtidige TV 2 – selv om vi selvfølgelig må se søknadsteksten som et strategisk forsøk på å oppnå godvilje i Kulturdepartementet. Da TV-konsesjonen senere samme år tilfalt de samme søkerne, må man kunne si at TV 2 hadde et mandat som også lå i konsesjonssøknadens program-formuleringer – ihvertfall rent generelt. Eierne av TV 2 hadde lovet departementet å sende dokumentarer, selv om omfang, utforming og vektning i forhold til andre typer programmer selvfølgelig ikke var avklart da dette ble skrevet i 1991.

TV 2s første konsesjonsavtale gjaldt for perioden 1992-2002. Den ble undertegnet av TV 2s styreformann Bjørn Atle Holter-Hovind og kulturminister Åse Kleveland den 14. desember 1991. Avtalen slo fast TV-kanalens rettigheter og plikter overfor staten. Avtalen krevde at programvirksomheten skulle ”baseres på prinsippene om allmennkringkasting,” noe som innebar at sendingene skulle kunne mottas av hele befolkningen, at kanalen skulle ha en variert programmeny for både brede og smale

grupper over tid, at sendingene også skulle henvende seg til den samiske folkegruppen og til etniske minoriteter, at kanalen skulle ha daglige nyhetssendinger, at den skulle bidra til å styrke norsk språk, identitet og kultur, og at den skulle ha redaksjonell selvstendighet. TV 2 skulle ”hovedsakelig” produsere nyhets- og aktualitetsprogrammer selv, mens det øvrige programtilbudet skulle baseres på innkjøp fra norske og utenlandske produsenter.³⁶

Disse bestemmelsene var TV 2s grunnlag som allmennkringkaster de første ti årene. Konesjonen inneholdt ingen krav om dokumentarprogrammer. Det var betegnelsen ”aktualitetsprogram” som ble brukt, men uten noen nærmere presisering. Det er faktisk veldig lite i konsesjonsavtalen som peker på et program som Dokument 2. Årsaken er enkel: da avtalen ble undertegnet 14. november 1991 var det konkrete programarbeidet ikke påbegynt. Det var først våren 1992 at TV 2 ansatte sine første programfolk. En av dem var altså Gerhard Helskog – og det var han som tok initiativet til Dokument 2. På sett og vis kom TV 2 fra starten av kanskje til å overoppfylle sine tidligste løfter på ett punkt – for kanalen hadde ingen plikt til å sende et fast dokumentarprogram.

Den 20. mai 2001 søkte TV 2 om å få konsesjonen fornyet. Denne gang la kanalen langt større vekt på sitt dokumentartilbud. I søknaden het det at den ”undersøkende journalistikken vil få høy prioritet” og at TV 2 ville dyrke frem ”flere sterke egensaker i nyhetssendingene.”³⁷ I et eget avsnitt het det at ”Norske samtidsdokumentarer har vært et av TV 2s satsningsfelt de siste årene.” Gjennom samarbeid med utdanningsinstitusjoner, filmfond og uavhengige produsenter hadde TV 2 skapt ”et norsk dokumentartilbud som på sitt beste kombinerer kunstnerisk kvalitet med bred appell,” het det. TV 2 pekte på at de norske dokumentarene hadde gjennomgått en ”markant kvalitetsheving de siste årene” – noe som ble sett som et resultat av TV 2s nye innkjøpspolitikk fra 1996: den ”skapte et helt nytt marked for dokumentarer utenfor NRK-systemet.” Da dette ble skrevet i 2001 kjøpte TV 2 jevnlig inn dokumentarer fra rundt 20 produksjonsselskaper, fra Finnmark til Agder. TV 2s sjef Kåre Valebrokk – som undertegnet søknaden – pekte selv på frem Dokument 2-programmene *Tvil* og *Be – skitne, syndige meg* – som eksempler på den type dokumentar TV 2 ville videreutvikle i den neste konsesjonsperioden:

Vi ønsker i den nye konsesjonsperioden å videreutvikle dokumentarsjangerens egenart og potensiale i langsiktig samarbeid med et vitalt norsk miljø for dokumentarfilmproduksjon. Gjennom fortsatt sterk satsing på norsk samtids-dokumentar vil vi sende programmer og aktuelle tema og med brodd; programmer som skal gi en dypere følelse av folks liv og problemer i dagens Norge.³⁸

TV 2 hadde altså fortsatt ambisjoner på dokumentarfeltet. Det passet godt for Kåre Valebrokk å vise til anerkjente Dokument 2-sendinger når han skulle overbevise Kulturdepartementet om at den nye TV-konsesjonen fortsatt burde gå til TV 2. Han pekte faktisk på enda et Dokument 2-program – *Kursk* – som ved sin tilknytning til det aktuelle nyhetsbildet også lot seg eksportere til en rekke andre land.³⁹

Kulturdepartementet lot seg overbevise av søknadens samlede argumentasjon – og av den sterke stilling som TV 2 hadde fått i Norge siden 1992. Departementet lot derfor TV 2 få en ny konsesjonsperiode med allmennkringkastingsforpliktelser i det analoge bakkenettet – i fra 1. januar 2003 og til 31. desember 2009. Bestemmelsene i den nye konsesjonsavtalen var imidlertid langt mer konkrete enn før. I konsesjonens § 3-3 punkt 2 stod følgende krav: ”TV 2 skal jevnlig sende aktualitets- og dokumentarprogrammer.”

Dette var det eneste som stod om dokumentarprogrammer, men det var likevel viktig nok. For TV 2 ble Dokument 2 en måte å imøtekomme dette kravet på.⁴⁰

Det var denne bestemmelsen som gjaldt høsten 2009 – for de sendingene vi har undersøkt ovenfor. Men konsesjonen gikk altså ut ved årsskiftet 2009-2010, (om lag ett år etter at det analoge bakkenettet ble faset ut og det digitale bakkenettet ble fullført i november 2008). TV 2 fortsatte da sine sendinger i det digitale bakkenettet, der kanalen i likhet med en rekke andre kommersielle kringkaster⁴¹ har fjernsynskonsesjon uten særskilte allmennkringkastingsforpliktelser. Et TV 2 uten allmennkringkastingsforpliktelser var en spesiell situasjon som tidligere aldri hadde forekommet i kanalens historie. Årsaken til dette var at TV 2 forhandlet med Kulturdepartementet om fortsatt status som allmennkringkaster, men det hele trakk ut i tid. Først den 3. desember 2010 undertegnet TV 2s konsernsjef Alf Hildrum og Stoltenberg-regjeringens kulturminister Anniken Huitfeldt en avtale⁴² om at TV 2 skulle ha status som formidlingspliktig allmennkringkaster fra 1. januar 2011 til 31. desember 2015. Denne avtalen bygget på helt andre forutsetninger enn de tidligere konsesjonene og var langt mindre spesifikk når det gjaldt programkrav enn den foregående konsesjonen hadde vært. Nå krevde Kulturdepartementet ikke lenger at TV 2 jevnlig skulle sende aktualitets- og dokumentarprogrammer.⁴³

Kulturdepartementets krav til TV 2 på dokumentarfeltet lar seg altså inndele i tre faser. I den første fasen fra 1992 til 2002 var programkravene så generelle at de ikke inneholdt krav om dokumentarer i det hele tatt. I den andre fasen, fra 2003 til 2009, krevde departementet at dokumentarer og aktualiteter måtte sendes ”jevnlig” i TV 2. Hverken før eller siden var dette strengere formulert enn i denne perioden. Den tredje avtalen, datert 3. desember 2010, liknet således mer på den første og temmelig generelle konsesjonsavtalen når den ikke lenger krevde dokumentarer i TV 2. Vilkårene som Kulturdepartementet har satt for TV 2 på dokumentarens felt har således variert mye over tid. Og det må man ta hensyn til når man skal vurdere TV-kanalens dokumentartilbud på ulike tidspunkter.

Vurderinger

Den fjerde måten vi skal studere Dokument 2 på er å se på dets rolle i kringkastingsmyndighetenes vurdering av TV 2. For å svare på dette skal vi studere de nye tilsynsorganene som fikk denne oppgaven.

Kulturdepartementet foreslo i stortingsmeldingen *Kringkasting og dagspresse* (St. meld. nr. 42 (1992-1993)) at det skulle opprettes et eget råd som skulle vurdere i hvilken grad allmennkringkasterne TV 2, P4 og NRK fulgte opp de intensjonene som lå til grunn for deres virksomhet. Forslaget ble vedtatt av Stortinget 13. juni 1995. 19. mars 1996 ble så Allmennkringkastingsrådet oppnevnt av Kulturdepartementet. Rådet skulle utføre sin tilsynsfunksjon gjennom en årlig rapport. Rådet eksisterte fra 1996 til 2003. Hvordan vurderte det Dokument 2 i disse årene?

Aller først måtte Allmennkringkastingsrådet klarlegge hva de skulle legge til grunn for sine vurderinger. Det måtte med andre ord formulere evalueringskriterier for allmennkringkasting. Det gjorde rådet et møte den 23. januar 1997. For det første måtte allmennkringkasterne kunne mottas av hele befolkningen. For det andre måtte de ha en variert programmeny for både brede og smale grupper (barn og unge, den samiske befolkningen, etniske og andre minoriteter). Rådet spesifiserte dette kravet med tre un-

derpunkter: a) sjangermangfold, b) tematisk mangfold og c) fordypning. Det sistnevnte kravet forklarte rådet slik: ”Analytiske, kritiske og fordypende perspektiv må være til stede.” Dette punktet – som fikk betegnelsen 2 c) – var det som ofte kom til anvendelse på et program som Dokument 2. For det tredje skulle allmennkringkasterne ha daglige nyhetssendinger og solid, løpende orientering om viktige samfunns- og kulturspørsmål nasjonalt og internasjonalt. For det fjerde skulle sendingene styrke norsk språk, identitet og kultur. For det femte skulle allmennkringkasterne ha redaksjonell selvstendighet.⁴⁴

Allerede i sin første rapport kom Allmennkringkastingsrådet til å nevne Dokument 2. Rådet fant det ”positivt” at TV 2 i 1996 hadde etablert avtaler med norske produksjons-selskaper om programmer til Dokument 2.⁴⁵ Rådet slo fast at Dokument 2 var et program som var med på å innfri kravet om at ”analytiske, kritiske og fordypende perspektiv må være til stede” – selv om rådet gjerne så at TV 2 på dette punkt hadde gått lenger.⁴⁶

De neste årene viste Rådet en svært varierende interesse for Dokument 2. I 1997-rapporten var programmet ikke nevnt i det hele tatt. Det stod kun noen generelle formuleringer om hvordan TV 2 oppfylte kravet om analytiske, kritiske og fordypende perspektiver.⁴⁷ Men i 1998-rapporten regnet Rådet igjen Dokument 2 blant de programmer som oppfylte fordypningskravet i punkt 2c).⁴⁸ I 1999-rapporten gjentok Rådet at TV 2s dokumentarprogrammer imøtekom dette fordypningskravet, men uten å nevne Dokument 2.⁴⁹ I 2000-rapporten gjentok Rådet at kanalens dokumentarsendinger ”klart” inneholdt analytiske, kritiske og fordypende perspektiver, men nok en gang uten at Dokument 2 ble nevnt.⁵⁰ Programmet ble derimot nevnt i forbindelse med kravet om daglige nyhetssendinger og løpende samfunnsorientering. Rådet bemerket at Dokument 2-programmet *Kursk* ”demonstrerer at TV 2 besitter nødvendig kompetanse, og at interessen for internasjonale tema er stor.”⁵¹ I 2001-rapporten pekte Rådet på at analytiske, kritiske og fordypende perspektiv fantes i TV 2s dokumentarer, men uten å nevne Dokument 2. Derimot ble Rikets Tilstand nevnt.⁵² I 2002-rapporten gjentok Rådet at TV 2s dokumentar (samt nyhetssendinger og debatter) tilfredstilte kravet om analytiske, kritiske og fordypende perspektiver, men enda en gang uten å nevne Dokument 2.⁵³ Det samme gjentok seg i 2003-rapporten.⁵⁴ Riktignok pekte Rådet på Dokument 2-programmet *Ghetto-skolen*, som et eksempel på programmer om etniske minoriteter i Norge,⁵⁵ men heller ikke i sin siste rapport ga Rådet noen vurdering av Dokument 2. Rådet nøyde seg med generelle formuleringer om at slike programmer var viktige fordi ”det å opplyse folk slik at de kan bli aktive samfunnsborgere og delta i den offentlige debatten om viktige saker, står sentralt i samfunnsoppdraget.”⁵⁶

Dette peker på følgende konklusjon: Allmennkringkastingsrådet stilte seg generelt sett positiv til dokumentarsendinger i TV 2, men viste liten interesse for Dokument 2. Noe av dette skyldtes selvfølgelig at Rådet ikke hadde mandat til å vurdere enkeltprogrammer. Likevel er det et spørsmål om ikke Rådet viet dette programmet mindre oppmerksomhet enn det hadde fortjent – når det drøftet hvorvidt TV 2 oppfylte fordypningskravet i punkt 2 c).

Fra 2004 ble Rådets funksjoner overtatt av det nyopprettede Medietilsynet. Fra da av ble det Medietilsynets oppgave å vurdere i hvilken grad allmennkringkasterne oppfylte sine forpliktelser. I de årlige allmennkringkastingsrapportene som Medietilsynet laget kan vi altså følge dets vurdering av Dokument 2. I sin vurdering av TV 2 tok Medietilsynet utgangspunkt i konsesjonsavtalen for perioden 2003-2009. Som vist ovenfor var denne avtalen langt mer konkret enn før. Kulturdepartementet opererte nå

med både overordnede og mer spesifikke programkrav. Blant de spesifikke kravene var som nevnt avtalens § 3-3 punkt 2, der det het at TV 2 ”skal jevnlig sende aktualitets- og dokumentarprogrammer.”

Allerede i sin første rapport kom Medietilsynet til å nevne Dokument 2.⁵⁷ Rent generelt ble dokumentarer også nevnt når tilsynet skulle vurdere hvordan TV 2 oppfylte kravet om å styrke norsk språk, identitet og kultur.⁵⁸ I sin vurdering henviste tilsynet til TV 2s konsesjonssøknad. I den erklærte TV-kanalen at den ville stimulere til debatt om viktige samfunnsproblemer, sette dagsorden og prioritere undersøkende journalistikk. TV 2 hadde også henvist til sitt dokumentarsamarbeid med utdanningsinstitusjoner, filmfond og uavhengige produsenter. I sin vurdering kom Medietilsynet til at Dokument 2 var ett av de programmene som viste at TV 2 oppfylte kravet om jevnlig aktualitets- og dokumentarprogrammer i 2004.⁵⁹

De neste årene gjorde Medietilsynet flere kortfattede vurderinger av Dokument 2. I 2005-rapporten omtalte Medietilsynet Dokument 2 som TV 2s ”flaggskip” på dokumentarfeltet. Denne formuleringen var hentet fra TV 2s allmennkringkasterregnskap. Der pekte TV 2 på sitt tette samarbeid med ”dyktige filmskapere i det uavhengige produksjonsmiljøet”, som angivelig resulterte i et ”dokumentarfilmtilbud som er enestående i Norge.”⁶⁰ Medietilsynet så ”positivt” på denne dokumentarsatsningen og konkluderte med at TV 2 innfridde kravet i §3-3 punkt 2 også i 2005.⁶¹ I 2006-rapporten viste Medietilsynet til at TV 2 selv så på dokumentarer og aktualiteter som ”viktig for kanalens profil” og at de var ”en viktig del av deres samfunnsoppdrag.” Likevel nevnte tilsynet ikke Dokument 2. Konklusjonen ble den samme som før: TV 2 innfridde kravet også i 2006.⁶² Bare i forbindelse med TV2s livssynsprogrammer pekte Medietilsynet på Dokument 2. Da gjaldt det sendingen *Muslimske meninger*.⁶³

I 2007-rapporten refererte Medietilsynet både til Dokument 2 og Reflektor. Medietilsynet konkluderte med at TV 2 innfridde kravet også i 2007: kanalen hadde sendt rundt 70 nye norske dokumentarer dette året.⁶⁴ I 2008-rapporten påpekte Medietilsynet at Dokument 2 var sendt 16 ganger og Reflektor 20 ganger. TV 2 hadde sendt mer enn 70 nye norske dokumentarer i 2008. Nok en gang konkluderte Medietilsynet med at TV 2 oppfylte kravet.⁶⁵ I 2009-rapporten omtalte Medietilsynet Dokument 2 og Reflektor som ”TV 2s viktigste dokumentarsatsninger.” Dette året sendte TV 2 54 nye dokumentarer. Nedgangen fra året før skyldtes at Dokument 2 dette året kun ble sendt i høstsesongen og at antallet Reflektor-programmer også var gått ned. Tilsynet erklærte at TV 2 innfridde kravet også i 2009. I tillegg ga Medietilsynet nå følgende interessante vurdering: ”Dokument 2 har vært en del av TV 2s programtilbud fra TV 2 startet sine sendinger i 1992. Programmet har vært en viktig faktor i vurderingen av TV 2s oppfyllelse av kravet til aktualitets- og dokumentarprogrammer.”⁶⁶

Med disse ordene anerkjente Medietilsynet Dokument 2s betydning for TV 2 som allmennkringkaster på dokumentarfeltet. Men formuleringen kom først etter flere år med nokså kortfattede vurderinger – både fra Medietilsynet og før det fra Allmennkringkastingsrådet.

Nedleggelsen

Så kom tirsdag den 25. august 2009. På dette tidspunktet hadde TV 2 sendt Dokument 2 i 17 år. Men denne dagen ble en dramatisk nyhet kjent i TV 2-miljøet. Kort etter var saken

på nettsidene til Bergens Tidende: TV 2s ledelse ville legge ned Dokument 2. Ifølge nyhetsredaktør Kjell Øvre Helland kostet programposten mellom 10 og 15 millioner kroner i året. Han roste programmet, men mente det ble for dyrt – spesielt når finanskrisen førte til at TV-kanalen måtte spare 150 millioner. Programleder Tonje Steinsland sa at Dokument 2-redaksjonen var ”svært bekymret” for den profilendringen som ledelsen nå foretok. Hun mente at TV 2 nå ville miste journalistisk tyngde og utvikle seg til en ren underholdnings- og nyhetskanal med ensidig fokus på ”breaking news.” Hun pekte også på hvordan TV-bransjen hadde anerkjent Dokument 2 med en rekke priser i Gullruten.⁶⁷ Dagbladet skrev at TV 2 som følge av finanskrisen hadde fått en inntektssvikt på 400 millioner kroner og at dette var årsaken til innsparingskravet på 150 millioner, men at en endelig avgjørelse først skulle tas senere på høsten.⁶⁸

Avgjørelsen ble kjent på et allmøte i TV 2 den 8. oktober: TV 2 måtte redusere bemanningen med 130 årsverk. 23 årsverk skulle bort i nyhetsavdelingen. Nå ble det bekreftet at kuttene også ville ramme Dokument 2. Konsernsjef Alf Hildrum sa selv til Aftenposten:

Egenproduksjon av dokumentarer er for dyrt. Nå må vi isteden konsentrere oss om nyheter, som er det viktigste. Vi skal sende dokumentarer også i fremtiden, men vil i størst mulig grad fylle denne sendeflaten med innkjøpt stoff fra ulike produksjonsselskaper og for eksempel TV 2 i Danmark og TV 4 i Sverige.⁶⁹

For TV 2s ansatte ble 8. oktober 2009 en trist dag. Mange var skuffet. TV 2-ledelsen ga ingen signaler om hvorvidt Dokument 2 fortsatt ville være et verdifullt innslag på kanalen. Slik falt Dokument 2 som et offer for finanskrisen i 2009 – ihvertfall slik ledelsen lot den ramme TV 2. Det er ihvertfall inntrykket som ble stående utad. Nedleggelsen var et faktum fra årsskiftet 2009-2010.

Avslutning

Vi kan nå oppsummere svarene på de fire emnene vi har undersøkt. Til sammen belyser de hvilke vilkår den undersøkende journalistikken har hatt i TV 2 gjennom Dokument 2.

Først gjennomgikk vi 2009-årgangen av Dokument 2. Resultatet viste at TV 2 kun sendte Dokument 2 ni ganger dette året. Alle gikk i løpet av høsten. Fire av sendingene lar seg klassifisere som undersøkende journalistikk, mens de øvrige fem var mer observerende dokumentarer der vi fulgte hovedpersoner gjennom store utfordringer.

Det andre vi gjorde var å se dette resultatet i lys av Dokument 2s opprinnelse og utvikling i TV 2, skissert i korte trekk siden 1992. Denne gjennomgangen viste at TV 2 har sendt et betydelig antall Dokument 2-sendinger pr. år. Ved å studere sendefrekvensen fant vi sterk økning i antall sendinger i årene etter 1992. Allerede i 1990-årene var Dokument 2 blitt litt av en institusjon i TV 2. Innkjøpspolitikken utfra TV 2s enterprisemodell kom til å stimulere produksjonen av nye norske samtidsdokumentarer blant uavhengige film- og TV-produsenter. Virkningene av dette fortsatte også etter årtusenskiftet. TV 2 fortsatte som et viktig visningssted for nye norske dokumentarer – særlig med Dokument 2. De enkelte sendingene lar seg klassifisere som enten observerende eller undersøkende dokumentarer, slik vi så i 2009-årgangen. Vårt funn – der fire av ni sendinger dette året lar seg klassifisere som undersøkende journalistikk – er i tråd med programutviklingen i Dokument 2 siden slutten av 1990-årene, da Gerhard Helskogs

undersøkende journalistikk ble supplert med mer observerende dokumentarer. Men sammenliknet med de 23 Brennpunkt-sendingene som NRK sendte i 2009 er det tydelig at TV 2 nå hadde gitt fra seg den ledende rollen som kanalen opprinnelig hadde på gravedokumentarens felt.

Det tredje emnet vi studerte var hvordan Dokument 2 henger sammen med TV 2s forpliktelser som allmennkringkaster. Helt fra første konsesjonssøknad i 1991 har TV 2 holdt dokumentaren frem som ett av sine spesielle satsningsområder. Dokumentarene har vært noe som kanalen flere ganger har brukt som argument for fornyelse av konsesjonen. Sett i et slikt lys har Dokument 2 spilt en viktig rolle for TV 2: programmet har bidratt til å gi TV 2 seriøsitet. Denne seriøsiteten trengte TV 2 når den skulle fornye TV-konsesjonen med Kulturdepartementet. Dokument 2 syntes å vise at TV 2 tok sine forpliktelser som allmennkringkaster på alvor: at de i tillegg til reklame og amerikanske dramaserier også sendte påkostede programmer med sosial relevans. De millionene som TV 2s ledelsen brukte på Dokument 2 har således vært godt anvendte midler. Med Dokument 2 har TV 2 vist at de ikke bare sender nyheter, sport og underholdning i beste sendetid. Det var med stolthet at TV 2 omtalte Dokument 2 i sine årsberetninger og allmennkringkastingsregnskaper.

Det fjerde emnet vi studerte var hvordan Dokument 2 er blitt vurdert av kringkastingsmyndighetene. Allmennkringkastingsrådet stilte seg positiv til dokumentarsendingene i TV 2, men var ellers tilbakeholden med å kommentere enkeltprogrammer – noe det da heller ikke hadde mandat til. For Rådet var det viktig å vurdere hvorvidt TV 2 oppfylte kravet i punkt 2 c) – og i disse vurderingene ble Dokument 2 noen ganger trukket inn. Medietilsynet ga programposten en meget god attest i sin 2009-rapport. Da het det at Dokument 2 helt siden 1992 hadde vært en ”viktig faktor” for kringkastingsmyndighetenes vurdering av hvordan TV 2 oppfylte konsesjonens krav om aktualitets- og dokumentarprogrammer.

Dermed kan vi svare på den problemstillingen som ble reist i innledningen: hvilke vilkår har den undersøkende journalistikken i TV2 hatt gjennom programposten Dokument 2? Alt tatt i betraktning er det rimelig å trekke følgende konklusjon: Dokument 2 har faktisk vært en viktig programpost for TV 2. Årsaken til det finner vi både i sendefrekvens, produksjonsform og innhold. Den høye sendefrekvensen etablerte Dokument 2 som et oppsiktsvekkende vindu i kanalens programtilbud. Det høye antallet sendinger stimulerte i sin tur produksjonen av nye norske TV-dokumentarer og bidro til den oppblomstringen som skjedde i 1990-årene og fremover. Innholdsmessig og tematisk har spennvidden vært stor – fra observerende dokumentarer om kjempende hovedpersoner til undersøkende journalistikk med kritiske spørsmål til ansvarlige myndigheter. Selv om kvaliteten på de enkelte sendingene har variert kom Dokument 2 til å opparbeide seg en spesiell status i TV 2: programmet vant Gullruten for beste dokumentarprogram en rekke ganger. Det har også fått internasjonale TV-priser. Ingen annen programpost i norsk TV har hatt lengre kontinuitet enn Dokument 2 med sin kombinasjon av dokumentarisk form og undersøkende journalistikk. Programposten er tre og et halvt år eldre enn NRKs Brennpunkt. På sitt beste har Dokument 2 gitt publikum interessante seeropplevelser og samtidig avslørt vesentlige samfunnsproblemer. Mange så det derfor som et tap da TV 2 høsten 2009 erklærte at programmet skulle legges ned.

Epilog: et liv etter døden?

Men så kom 4. oktober 2010. Da vendte Dokument 2 tilbake på TV 2. Det var høyst overraskende etter den mye omtalte nedleggelsen høsten før. For det kom ingen løfter om nye sendinger da Tonje Steinsland og kanalverten, i forbindelse med *Dømt til døden i Kongo* 25. november 2009, erklærte at dette var siste utgave av Dokument 2. TV 2 omtalte relanseringen i 2010 som en ”dokumentarfilmsatsning.” Det het at ”Fellesnevneren for filmene vil uansett være den samme: Å fortelle viktige historier om enkeltmennesker som trenger oppmerksomhet om systemfeil, maktmisbruk og kritikkverdige forhold i samfunnet. Men også historier om mennesker som har noe viktig å fortelle seerne”, het det på TV 2s nettsider. TV 2 planla å sende ti utgaver av Dokument 2 høsten 2010.⁷⁰

I hvilken grad TV 2 fortsatt var interessert i å ville videreutvikle sin dokumentartradisjon, var det vanskelig å vurdere utenfra. For samme måned bestemte TV 2-ledelsen seg for å kutte sin støtte til et prestisjefyllt dokumentarprosjekt om krigen i Afghanistan. Flere av TV 2s mest erfarne dokumentarister – Odd Isungset, Øystein Bogen og Fredrik Græsvik – var med på denne produksjonen. Hver av dem skulle lage en timelang dokumentar. Prosjektet hadde mottatt i alt 2,4 millioner kroner i støtte fra eksterne kilder som Norsk Filminstitutt, Institusjonen Fritt Ord og Vestnorsk Filmsenter. Likevel trakk TV 2s ledelse trakk seg. Odd Isungset sa at denne beslutningen skrinla hele prosjektet. Han la til at ”Det er trist at kanalen ikke tar seg råd til sånt. Jeg er bekymret for hva dette vil bety for muligheten til å få finansiering til andre seriøse dokumentarprosjekt fra kilder som Fritt Ord og Filminstituttet, når TV 2 ikke ser seg i stand til å matche offentlig støtte til et slikt prestisje-prosjekt.”⁷¹

Da dette skjedde var TV 2s status som allmennkringkaster fortsatt ikke avklart. Etter at TV 2s andre konsesjonsavtale utløp 1. januar 2010, hadde TV-kanalen strengt tatt ikke lenger noe allmennkringkastingsoppdrag: kanalen sendte nå helt uten konsesjon. Det var en ny situasjon for TV 2. Det var uklart hvorvidt TV 2 skulle fortsette som allmennkringkaster eller om kanalens stilling ville bli mer lik TV3 og TVNorge. Denne uavklarte situasjonen tok først slutt etter at TV 2s sjef Alf Hildrum og kulturminister Anniken Huitfeldt undertegnet kanalens tredje konsesjonsavtale 3. desember 2010. Avtalen inneholdt færre innholdskrav enn før, men TV 2 maktet å opprettholde sin posisjon som den eneste kommersielle allmennkringkaster i det norske TV-markedet.⁷² Siden 2011 er konsesjonens første hele virkeår kan Medietilsynet ikke evaluere resultatet før i 2012. Høsten 2011 har Dokument 2 på ny dukket opp igjen på TV 2, men i skrivende stund (oktober 2011) er den nye avtalens betydning og Dokument 2s videre skjebne i TV 2 spørsmål som bare fremtiden kan gi svar på.

Notes

1. Se *Aftenposten* 5. juni 2009
2. Se Bastiansen 2010
3. Dahl og Høyer 2003, Enli, Syvertsen og Sæther (red.) 2002, Bjerkholt og Jensen 2000, Andreassen 2004
4. Mølster 1996, 2001, 2007, Hausken 1999, Bernt 2002
5. Barnouw 1983, Ellis og McLane 2006
6. Sørensen 2001, Brinch og Iversen 2001
7. Diesen 1996, 2005
8. Bell 1986
9. Grierson 1966, Corner 1986 og 1996, Winston 1996, Nichols 1991 og 2001
10. Nichols 2001: 99-138

11. Se f.eks. Winston 1996
12. Se Mølster, 1996, 2001 og 2007, samt Kilborn og Izod 1997, Øverby 2000, Njaastad 2004, Bjerkholt og Jensen 2000, Bastiansen 2010 og 2011
13. Se Øvrebø og Østlyngen 1998
14. Denne artikkelen inngår i forskningsprosjektet ”Den undersøkende dokumentar i norsk TV”, som under-
tegnede har utført ved Avdeling for mediefag ved Høgskolen i Volda i tiden 2009-2011. Til prosjektet
hører også Aardal 2009, Müller 2010, Dimmestøl 2010, Bolseth 2010, Bastiansen 2010 og 2011, samt
Nordlund 2011.
15. Se Bastiansen 2010
16. *Drømmen om K2*, Dokument 2 30. september 2009
17. *Abids ambisjon*, Dokument 2 den 7. oktober 2009.
18. *Jakten på den mistenkte*, Dokument 2 den 14. oktober 2009, se også Dimmestøl 2010
19. *Mirakelet i Markebygda*, Dokument 2 den 21. oktober 2009
20. *Spillet i bakrommet*, Dokument 2 sendt i TV2 den 28. oktober 2009
21. *Psyk forvandling*, Dokument 2 sendt i TV2 4. november 2009
22. *Den store styrkeprøven*, Dokument 2 sendt i TV2 den 11. november 2009
23. *Piratjegerne*, i Dokument 2 sendt i TV2 den 18. november 2009
24. *Dømt til døden i Kongo*, Dokument 2 sendt i TV2 den 25. november 2009.
25. Jfr. TV2s allmennkringkasterregnskap for 2009:12-13
26. Nichols 2001
27. Bastiansen 2011: kapittel 2: 109-113
28. Dobbeltmoral, Dokument 2 sendt i TV2 den 14. september 1992
29. Jfr. Nasjonalbibliotekets komplette oversikt over Dokument 2, også utlagt på Wikipedia.
30. Notat fra Gunnar Strøm om dokumentarfilmstudiets historie i Volda, i mail datert 19. april 2011
31. Bastiansen 2011: kap. 2
32. *Vaksineeksperimentet*, Dokument 2 16. oktober 2006, omtalt i TV2s allmennkringkastingsregnskap for
2006: 51
33. Vær Varsom-plakaten, punkt 1.4.
34. Allmennkringkasterregnskap for TV2 for 2009
35. Jfr. Søknad om konsesjon for å drive norsk TV2. Fra TV2 AS under stiftelse, søknad til Kulturdeparte-
mentet datert 30. april 1991.
36. Jfr. Avtale om konsesjonsvilkår for TV2 AS i perioden 1992-2002, her hentet fra TV2s nettsider 7. desem-
ber 2010. Se også <http://odin.dep/kkd/norsk/tema/medier/konsesjon/043061-990017/dok-bn.html>
37. TV2s konsesjonssøknad for perioden 1. januar 2003 til 31. desember 2009, datert 30. mai 2001, se [http://
odin.dep.no/kkd/norsk/tema/medier/konsesjon/018041-990012/dok-bn.html](http://odin.dep.no/kkd/norsk/tema/medier/konsesjon/018041-990012/dok-bn.html).
38. TV2 konsesjonssøknad 30. mai 2001, se forrige note for referanse.
39. S.st.
40. Jfr. Konsesjonsvilkår for TV2 AS i perioden 1. januar 2003 til 31. desember 2009, her hentet fra TV2s
nettsider 15. september 2010.
41. Eksempelvis TV Norge, TV 2 Zebra, TV 2 Sport, TV Visjon Norge
42. [http://www.regjeringen.no/nb/dep/kud/pressesenter/pressemeldinger/2010/tv2-avtale-underteikna.
html?id=627197](http://www.regjeringen.no/nb/dep/kud/pressesenter/pressemeldinger/2010/tv2-avtale-underteikna.html?id=627197)
43. Jfr. nyhetsmelding og ny avtale lagt ut på TV2s nettsider 3. desember 2010, besøkt 7. desember 2010.
44. Allmennkringkastingsrådets rapport for 1996:18
45. Allmennkringkastingsrådets rapport for 1996: 67-68
46. Allmennkringkastingsrådets rapport for 1996: 69
47. Allmennkringkastingsrådets rapport for 1997: 55
48. Allmennkringkastingsrådets rapport for 1998: 57
49. Allmennkringkastingsrådets rapport for 1999: 48
50. Allmennkringkastingsrådets rapport for 2000: 60
51. Allmennkringkastingsrådets rapport for 2000: 62
52. Allmennkringkastingsrådets rapport for 2001: 91
53. Allmennkringkastingsrådets rapport for 2002: 53
54. Allmennkringkastingsrådets rapport for 2003: 89
55. Allmennkringkastingsrådets rapport for 2003: 90
56. Allmennkringkastingsrådets rapport for 2003: 92
57. Medietilsynets Allmennkringkastingsrapport for 2004: 121
58. Medietilsynets Allmennkringkastingsrapport for 2004: 122
59. Medietilsynets Allmennkringkastingsrapport for 2004: 126
60. Medietilsynets Allmennkringkastingsrapport for 2005: 87

61. Medietilsynets Allmennkringkastingsrapport for 2005: 87
62. Medietilsynets Allmennkringkastingsrapport for 2006: 120
63. Medietilsynets Allmennkringkastingsrapport for 2006: 131
64. Medietilsynets Allmennkringkastingsrapport for 2007: 100-101
65. Medietilsynets Allmennkringkastingsrapport for 2008: 114-115
66. Medietilsynets Allmennkringkastingsrapport for 2009: 10-11
67. bt.no 26. august 2009
68. Dagbladet 27. august 2009
69. Aftenposten 9. oktober 2009
70. Jfr. TV2s nettsider om Dokument 2 høsten 2010, besøkt 4. november 2010
71. Dagens Næringsliv 20. oktober 2010. Høsten 2011 ble disse programmene likevel sendt i Dokument 2.
72. Jfr. nyhetsoppslaget "TV2-avtale med staten er klar", på TV2s nettsider publisert 3. desember 2010, besøkt 7. desember 2010.

Kilder

Dokument 2, årgang 2009, Kringkastingsarkivet ved Nasjonalbiblioteket i Mo i Rana

Dokument 2, Nasjonalbibliotekets fullstendige programoversikt, finnes også utlagt på Wikipedia

TVs konsesjonsøknad fra TV2 under stiftelse, datert 30. april 1991

Konsesjonsavtale for TV2 1992-2002

TV2s søknad for perioden 1. januar 2003- 31. desember 2009, datert 30. mai 2001

Konsesjonsavtale for TV2 1. januar 2003-31. desember 2009

Konsesjonsavtale for TV2 datert 3. desember 2010

Allmennkringkasterregnskapet for TV2 i 2009

Allmennkringkastingsrådets rapporter for perioden 1996-2003

Medietilsynets Allmennkringkastingsrapporter for perioden 2004-2009

Vær Varsom-plakaten

Rådgiver Marie Therese Lilleborge i Medietilsynet takkes for gjennomlesning og råd om TV2s ulike konsesjonsavtaler.

Referanser

- Andreassen, F.H. (2004) *Subjektivt kamera, Bak kulissene i Mediehuset TV2*. Oslo: Kagge Forlag.
- Barnouw, E. (1983) *Documentary. A History of the Non-Fiction Film*, Oxford University Press, London.
- Bastiansen, H.G. (2010) 'Fjernsyn som vaktbikkje. Brennpunkt og den undersøkende dokumentaren i NRK', i Roppen, J. & Allern, S. (red.) *Journalistikkens samfunnsoppdrag*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Bastiansen, H.G. (2011) *Vaktbikkefjernsynet. Kritisk journalistikk og undersøkende dokumentar i norsk TV*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Bell, E. (1986) 'The Origins of British Television Documentary: The BBC (1946-1955)', i John Corner (ed.) *Documentary and the Mass Media*. London: Edward Arnold Ltd.
- Bernt, K. Sandvik (2002) *Dokumentar, merkeemd og makt. Ein analyse av TV2 sine programstrategiar rundt "Norske jenter omskjæres" på Rikets tilstand*, Hovedfagsoppgåve i medievitenskap ved Institutt for medievitenskap, Universitetet i Bergen.
- Bjerkholt, H. & Jensen, H. (2000) *Heltreporterne – rikets gode hjelpere? Analyse av to reportasjer fra TV2s Rikets Tilstand*, semesteroppgave ved Journalistutdanningen ved Avdeling for journalistikk, bibliotek- og informasjonsfag, Høgskolen i Oslo.
- Brinch, S. & Iversen, G. (2001) *Virkelighetsbilder, Norsk dokumentarfilm gjennom hundre år*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Bolseth, S. (2010) 'Everything is Free, Except the Video that we Capture of You, that We Own', *Fremstillingen av Internett i dokumentarfilmen "We Live in Public"*, semesteroppgave ved Høgskolen i Volda, høsten 2010.
- Corner, J. (ed.) (1986) *Documentary and the Mass Media*. London: Edward Arnold Ltd.
- Corner, J. (1996) *The Art of Record. A Critical Introduction to Documentary*. Manchester and New York: Manchester University Press.
- Dahl, H.F. & Høyer, R. (2003) *Spillet om TV2. Da Norge fikk kommersielt fjernsyn*. Oslo: NW Damm og Sønn.
- Diesen, J.A. (1996) 'Det manglende mellomledd i norsk dokumentarfilmhistorie', i Iversen, G., Kulset, S. & Skretting, K. (red.) *"As time goes by", Festskrift i anledning Bjørn Sørenssens 50 årsdag*. Trondheim: Tapir Forlag.

- Diesen, J.A. (2005) *Fakta i forandring. Fjernsynsdokumentaren i NRK 1960-2000*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Dimmestøl, L.-H. S. (2010) *Jakten på den mistenkte. Analyse av en undersøkende TV2-dokumentar*. Semesteroppgave ved Høgskolen i Volda.
- Ellis, J.C. & McLane, B.A. (2006) *A New History of Documentary Film*. New York and London: Continuum.
- Enli, G.S., Syvertsen, T. & Østbye Sæther, S. (red.) (2002) *Et hjem for oss – et hjem for deg? Analyser av TV2 1992-2002*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Grierson, J. (1966) *Grierson on Documentary*. London: Faber and Faber.
- Hausken, L. (1999) 'Dokumentarfilm', i Larsen, P.& Hausken, L. (red.) *Medievitenskap, bind 2: Medier – tekstteori og tekstanalyse*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Kilborn, R. & Izod, J. (1997) *An Introduction to Television Documentary: Confronting Reality*. Manchester and New York: Manchester University Press.
- Müller, L. (2010) *Tangerudbakken Borettslag. Analyse av en TV-serie*. semesteroppgave ved Høgskolen i Volda, høsten 2010.
- Mølster, R. (1996) *I kveldens reportasje viser vi virkeligheten...*. Rapport nr. 27, Institutt for medievitenskap, Universitetet i Bergen.
- Mølster, R. (2001) 'Dokumentarmakt på nye veier', i Eide, M. (red.) *Til dagsorden!, Journalistikk, makt og demokrati*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag.
- Mølster, R. (2007) *Journalisten, folket og makten. En retorisk studie av norsk journalistisk fjernsynsdokumentar*, doktorgradsavhandling. Universitetet i Bergen.
- Nichols, B. (1991) *Representing Reality, Issues and Concepts in Documentary*. Indiana University Press: Bloomington and Indianapolis.
- Nichols, B. (2001) *Introduction to Documentary*. Indiana University Press: Bloomington and Indianapolis.
- Njaastad, O. H. (2011) *Oljeberget. En analyse av dokumentarfilmen om Jens Stoltenberg*, bacheloroppgave i medievitenskap, Høgskolen i Volda, våren 2011.
- Sørenssen, B. (2001) *Dokumentarfilmens århundre*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Winston, B. (1996) *Claiming the Real, The Griersonian Documentary and Its Legitimations*. London: British Film Institute.
- Øverby, I. (2000) *Brennpunkt. En studie av NRK Brennpunkt-redaksjonens refleksjoner over fjernsynsdokumentar og etikk*. hovedoppgave i medievitenskap, Universitetet i Oslo.
- Øvrebø, T. & Østlyngen, T. (1998) *Journalistikk. Metode og fag*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Aardal, E. (2009) *Skuddene i Kabul. Analyse av ein undersøkende fjernsynsdokumentar*, semesteroppgave ved Høgskolen i Volda, høsten 2009.

Kampen om konsumentjournalistikens innehåll

Att läsa Råd & Rön genom riksdagstrycket

Sophie Elsässer

Abstract

Under många år har konsumenttidningen *Råd & Rön* haft stort inflytande på de svenska konsumenterna och deras konsumtion. Under närmare 50 år ägdes tidningen av Konsumentverket och dess föregångare Statens institut för konsumentfrågor. Genom studier av *Råd & Rön*s årgångar, konsumentmyndigheternas arkiv samt riksdagstrycket står det tydligt att politiker och konsumentmyndigheter haft stort inflytande över tidningen och den syn på konsumtion som förmedlats genom den. Men också andra aktörer har kunnat påverka tidningen: näringslivet, andra myndigheter och i viss mån läsarna. I denna artikel visas några tydliga exempel på hur de olika aktörernas intressen har kommit till uttryck under åren. Detta har ibland kunnat följas i tidningen, men i många fall har det endast framkommit genom arkivdokument.

Keywords: konsumentjournalistik, konsumentupplysning, statlig styrning, *Råd & Rön*, Konsumentverket, Statens institut för Konsumentfrågor

Introduktion

Konsumenttidningen *Råd & Rön* har funnits till hands för de svenska konsumenterna sedan 1958.¹ Stora delar av denna tid har tidningen haft en statlig huvudman i Konsumentverket och dess föregångare Konsumentinstitutet.² 2006 såldes *Råd & Rön* till den fristående organisationen Sveriges konsumenter.

Under åren har tidningen haft en lång rad artiklar inom alla möjliga upptänkliga ämnesområden och med varierande infallsvinklar. Tiden och omgivningen har självklart påverkat innehållet, men det finns också andra, mycket tydliga faktorer. Syftet med denna artikel är att lyfta fram dessa faktorer, mer konkret uttryckt som grupper. Genom att studera tidningens årgångar och relevant arkivmaterial är det uppenbart att kopplingen mellan *Råd & Rön* och konsumentmyndigheterna har varit stark. Men även andra aktörer har haft inflytande. Förutom den mest självklara – redaktionen – kan man se andra myndigheter, näringslivet, politikerna samt konsumenterna/läsarna. Alla dessa har varit med och bestämt, i mycket olika utsträckning. Men denna slutsats kan inte dras enbart genom en ingående läsning av tidningens årgångar. Allt är inte synligt eller uppenbart i tidningen. Den fullständiga bilden har visat sig stå klar först efter studier av vissa arkiv. På Konsumentinstitutets och Konsumentverkets arkiv hos Riksarkivet samt Konsumentverkets arkiv hos myndigheten i Karlstad finns många användbara

handlingar, framförallt protokoll från styrelser och ledningsgrupper samt arbetsprogram, verksamhetsberättelser och diverse pm.³

Ett annat användbart arkiv är riksdagstrycket. Genom statliga utredningar, propositioner och riksdagsbeslut kan man följa statsmakternas initiativ och beslut kring konsumentfrågorna, ett ämne som under vissa perioder ägnats stor uppmärksamhet, för att under andra vara mer försummat. Ett komplement till dessa arkiv är intervjuer med personer kopplade till *Råd & Rön* eller konsumentområdet i övrigt. Ytterligare har kunskapsfältet fördjupats genom den begränsade och därigenom så betydelsefulla litteratur som på något sätt tar upp *Råd & Rön*.

I denna artikel ges några valda nedslag för de olika grupper som kunnat påverka tidningen, och genom konkreta exempel visas på vilka sätt. Redaktionen, som är den förväntade aktören, lämnas utanför. Därefter följer en kortfattad genomgång av tidningens ändrade förutsättningar efter 2006. Ambitionen är inte att ge en heltäckande bild av *Råd & Rön*. De exempel som tas upp skall tas för vad de är: historiska skärvor som bidrar med nya dimensioner till historieskrivningen.⁴

Något som utmärker *Råd & Rön* är det inflytande den har haft på det svenska samhället – och dess invånare, oss konsumenter – under många år. En viktig faktor är spridningen. Tidningen har som mest haft en upplaga runt 220 000 exemplar, där varje exemplar också har lästs av andra. Ett ännu större genomslag har den haft genom att citeras i andra tidningar, under en period var det den näst mest citerade tidningen, efter *Läkartidningen*.⁵ Statistik från Konsumentinstitutet visar hur man mätte antalet pressklipp. Beräkningar utifrån tidningarnas upplagor visade hur ett visst material därigenom kunde spridas i mer än tre miljoner exemplar (Statens institut för konsumentfrågor, 1961).

Ytterligare en faktor som talar för tidningens samt Konsumentinstitutets och Konsumentverkets betydelse är den påverkan som myndigheternas varuprovning har inneburit. Ett exempel är tvättmaskinen som var en relativt ny maskin i hushållen i slutet av 50-talet och början av 60-talet. Förutom den nu allennarådande cylindermaskinen fanns också två helt andra typer av maskiner som institutet ansåg så pass mycket sämre, att de inte fick någon större spridning och försvann från marknaden (SOU 1968: 58, s. 87). Innan de aktörer som kommit att påverka tidningen presenteras närmare ges en bakgrundsteckning till tidningens tillkomst.

När *Råd & Rön* börjades ges ut fungerade den som ett slags hemkunskapslärare. Konsumentinstitutets föregångare, Hemmens forskningsinstitut – HFI, hade som uppgift att arbeta med utrednings- och undersökningsverksamhet samt upplysningsarbete om och till hemmen och husmödrarnas arbetsförhållanden (Anrep 1957, s. 8). Bildandet av Konsumentinstitutet motiverades av att man från statsmakternas håll ville utvidga verksamheten. HFI:s verksamhet var till stora delar finansierad via statliga medel, men det ansågs att verksamheten skulle få större legitimitet om den var statligt driven (Prop 1956: 105, s. 21). Förstärkningen av konsumentverksamheten kunde kopplas till den ökande mängden varor på marknaden, som också förväntades fortsätta öka. Detta krävde även en utbyggd konsumentupplysning. Många av de hushållsmaskiner som ses som normal standard i dag var då förhållandevis nya och inte särskilt spridda.

HFI:s inriktning på hemmafruarna och deras arbetsplats fick fortsatt utrymme på det nya Konsumentinstitutet (Prop 1956: 105, s. 18). När *Råd & Rön* började ges ut präglades således innehållet av det hemkunskapsaktiga upplägget, där hemmafruarna var en given målgrupp, något som gällde in på 60-talet. I syfte att stärka statusen för

hemmafruarna och deras arbete ville man såväl från HFI som från politiskt håll förventenskapliga och rationalisera det, om än av olika skäl. HFI ville uppvärdera det arbete som rymdes inom deras område. Politikerna ville hålla kvinnorna borta från en ansträngd arbetsmarknad (Lövgren 1993, s. 90).

I början av utgivningen hade *Råd & Rön* mer karaktären av ett informationsblad med en samling pressmeddelanden än en tidning. Vid starten hade tidningen fyra sidor, en vikt A4.

I det första numret 1958 skrev man att: ”Konsumentinstitutets pressmeddelanden, som egentligen är avsedda för tidningar och tidskrifter, har rönt stigande efterfrågan från organisationer och enskilda. Därför kommer artiklarna och en del annat stoff i fortsättningen att sammanföras till en trycksak – *Råd och Rön*” (*Råd & Rön*, 1/58, s. 1).

Men att det fanns en medvetenhet om torftigheten finner man i arkivet: Istället för de stencilerna som man dittills gjort, skulle det bli billigare om man sammanställde två pressmeddelanden till en liten månadstidning som man då också skulle kunna ta betalt för. I tidningen skulle man även kunna lämna råd och upplysningar i notisform, om sådant som inte ansågs viktigt nog för pressmeddelanden. Ett alternativ, skrev man, var att redan från början starta en ordentlig ”konsumenttidning” som vände sig till den stora allmänheten. Men till detta räckte knappast upplysningsavdelningens nuvarande resurser, konstaterade man (Statens institut för konsumentfrågor, 1957b).

Politiker

Det fanns alltså en politisk vilja att legitimera hushållsarbetet och genom en statlig institution ge hushålls- och konsumentfrågorna ett större utrymme. Från 1950-talet till 1970-talet ägnades konsumtion och konsumentupplysningsfrågor i allmänhet stor uppmärksamhet från statens sida. En inventering visar att det under perioden kom 45 skrifter i form av pm, betänkanden och propositioner ifrån departement och regering. De flesta utredningar kom under 60-talet (Aléx 2001, s. 41). Några av alla dokument behandlar övergripande frågor om konsumentpolitikens inriktning, andra handlar om mer specifika områden, som exempelvis hur konsumentupplysning i tv skulle bedrivas (SOU 1964: 54).

Politikernas beslut var framförallt av det generella slaget. Besluten behövde inte heller direkt handla om *Råd & Rön*, men kunde påverka tidningen ändå. Ändrades inriktningen på Konsumentinstitutets och Konsumentverkets verksamhet, ändrades också vad tidningen hade att skriva om. I något fall har de politiska besluten varit mer specifika. När Konsumentinstitutet i början av 60-talet önskade en ekonomisk förstärkning för att kunna öka sin konsumentupplysning – där *Råd & Rön* var en viktig del – tillsattes en statlig utredning. I utredningen redovisades mycket kritik mot tidningen som från vissa håll ansågs alltför torftig (något som kan sättas i perspektiv till de överväganden som gjordes i samband med starten). Utredningens förslag var att man istället skulle starta en ny tidning, och man gav också specifika förslag på vad den skulle innehålla (SOU 1964: 4, s. 43-46, 74). Det politiska beslut som följde innebar mer pengar till upplysningsavdelningen, men också en frihet för den förstärkta avdelningen att driva tidningen i samklang med ”en aktiv konsumentopinion” (Prop 1964: 91, s. 43).

Det är också de politiska besluten som ligger bakom de stora förändringarna på det konsumentpolitiska området. Statsvetaren Victor Pestoff har studerat den svenska utveck-

lingen. Det var politiker och tjänstemän som initierade Konsumentinstitutet och dess systemorganisation Konsumentrådet 1957.⁶ Detsamma gällde bildandet av Konsumentverket 1973, en process som utvecklades ur konsumentutredningarna på 60-talet. Initiativet till Konsumentinstitutets föregångare, Aktiv Hushållning och sedermera HFI kom förvisso från olika kvinnoorganisationer, men de hade aldrig kommit till stånd utan den politiska viljan – och ekonomiskt stöd från staten. Under andra perioder har konsumentpolitiken inte haft samma prioritet från politiskt håll, och de visionära förändringarna har uteblivit. Pestoff har visat hur de borgerliga regeringarna under 1970- och 80-talen genom sitt agerande istället skar ner verksamheten. Budgetnedskärningar kunde legitimeras genom statens ansträngda finanser, men från ansvarigt departement fanns också en tydlig skepsis mot verksamheten i sig (Ds Fi 1984: 15, s. 63-66). Alldeles särskilt utmärkte sig den moderate handelsministern Staffan Burenstam Linder, som hade konsumentfrågorna på sitt bord.⁷ För Burenstam Linder var det viktigt att fråga sig vilken nytta en konsumentpolitisk åtgärd egentligen hade – det skulle ses i förhållande till vad det kostade. Att hålla priserna nere var den viktigaste konsumentfrågan, enligt honom: ”Vi får komma ihåg att eftersom låga priser också är ett konsumentintresse finns här en konflikt. Kundvågar, krav på etiketter på svenska, obligatoriska jämförpriser och oinskränkta bytesmöjligheter är exempel på nyttigheter som är, eller kan tänkas vara, praktiska för konsumenterna, men som alla samtidigt innebär att varor blir dyrare” (DN, 1981).

Två väsentliga iakttagelser, som delvis hänger ihop, bör nämnas här. I *Råd & Rön* är de mest tydliga i början, med de direktiv som den statliga konsumentupplysningen ger, men de kommer att finnas med långt framöver – nästan framtill i dag. Det handlar dels om synen på konsumtion, dels om vilken typ av råd som skulle ges. Synen på konsumtion präglades av återhållsamhet, som exempelvis kom till uttryck i en osignerad ledare från 1966, där läsaren uppmanades att pröva sina skäl till konsumtion. Skribenten argumenterade för att konsumenterna påverkades från många olika håll – från vänner och bekanta, massmedier samt reklam. ”I denna kör har objektiv, opartisk och oberoende konsumentupplysning sin givna plats.” Som konsument var det nödvändigt att kunna tänka kritiskt. ”För att en familj på fem, sex personer skaffar sig en frysbox är det inte alldeles givet att en familj på två personer gör det. För en person är en luftfuktare en välsignelse, för en annan en onödighet. Inte kan det vara fel att inför ett erbjudande om att köpa en tvättmaskin undersöka vilket alternativ som passar en bäst – att tvätta hemma eller borta” (*Råd & Rön*, 10/66, s. 3).

Detta synsätt kommer igen gång efter annan. Ett annat exempel kan tas från en undersökning av kaffebryggare från 1975. Där berättades att Konsumentverket hade undersökt alla tillgängliga kaffebryggare på marknaden, men man hade ”däremot **inte** undersökt om man över huvud taget behöver en kaffebryggare i hemmet” (*Råd & Rön*, 4/75, s. 16-20).

Tanken om den återhållsamma konsumtionen påverkar också *hur* värderande de råd som skulle ges kunde vara. I propositionen, som låg bakom bildandet av Konsumentinstitutet, fanns en negativ hållning till alltför graderade rekommendationer i tester: ”Konsumentupplysningen bör kunna sträcka sig till ett namngivande av de fabrikat, som efter verkställda undersökningar befunnits godtagbara. Någon inbördes gradering av godtagbara produkter eller jämförande betygssättning av dessa bör det dock inte bli fråga om” (Prop 1956: 105, s. 18).

Men ribban var satt redan tidigare. I utredningen bakom institutets tillblivelse infördes de invändningar som förts fram i en tidigare utredning om varuforskning (*Han-*

delsdepartementet, 1955, s. 12-13b). Utredningen tvivlade på om det var möjligt att göra verkligt opartiska undersökningar som inte skulle riskera att skada företagen. Till exempel kunde ett företags hela sortiment hamna i dålig dager om en vara lyftes fram som bristfällig. Man tog, således, stor hänsyn till näringslivets intressen (SOU 1949: 18, s. 132-133).

När Konsumentverket inrättades 1973 ändrades också hela den konsumentpolitiska inriktningen. Utredningen, som låg bakom, ville stärka konsumentarbetet och sammanföra de olika instanser som ägnade sig åt konsumentfrågorna. Den dittillsvarande verksamheten uppfattades som alltför splittrad, och från utredningens sida saknade man en grundläggande politisk målsättning. Verksamheten, skrev man, hade främst varit inriktad på undersökningar av varors egenskaper och av rationella former för hushållsarbete samt – för andra instansers del – konkurrens- och prisövervakning. Man ville sätta konsumenterna i fokus, framförallt tyckte man sig tvingad att undersöka hur situationen för olika grupper av konsumenter var, och hur dessa grupper utnyttjade sina resurser i form av pengar, arbetskraft och tid (SOU 1971: 37, s. 11-13).

Vid bedömningen av hushållens *behov* kan man i konsumentverkets arbete inte i någon avgörande grad bygga på konsumenternas *anspråk*, uttryckta genom efterfrågan av produkter och på andra sätt. Det är känt att anspråksnivån på många viktiga områden kan vara alltför låg. [---] Behoven måste här – som i annat samhällsarbete – formuleras normativt med utgångspunkt från samhällets ambitioner om individernas välbefinnande (SOU 1971: 37, s. 13-14).

Detta förhållningssätt gällde bland annat matvaror: hushållen sades sakna kunskaper för att välja rätt bland alla varor som fanns på marknaden. Så istället för att konsumenterna skulle ges svåröverskådliga varutester och marknadsöversikter skulle man erbjuda färdiga matprogram (SOU 1971: 37, s. 55).

Denna tydliga markering av konsumentverksamhetens inriktning förändrade tidningen. Rent konkret fick inte den praktiska provningen av hushållens maskiner och redskap samma utrymme som tidigare – ett arbete som ju var grunden till en hel del av det material som dittills publicerats (Åkerman 1984, s. 214). Testet av kaffebruggare ovan hörde till ovanligheterna under perioden från 1973 och resten av 70-talet.

Andra myndigheter

Efter att *Råd & Rön* hade getts ut under ett par år önskade man utöka tidningens sidantal. Då de egna resurserna var begränsade påbörjade man ett samarbete med andra institutioner för att få fram material (Statens institut för konsumentfrågor, 1960).

De första institutionerna att lämna artiklar till tidningen blev Varudeklarationsnämnden, VDN, och Svenska institutet för konserveringsforskning, SIK. Ytterligare samarbeten med andra följde därefter (Statens institut för konsumentfrågor, 1961).

När Varudeklarationsnämnden bidrog med material framstod det tydligt vem som låg bakom – överst på sidan fanns vinjetten ”VDN informerar om” med VDN:s egen logotyp (*Råd & Rön*, 5/61, s. 52-54). När SIK bidrog med artiklar fanns inte något i dem som avslöjade den egentliga avsändaren. Artikeln liknar i utförande och stil de andra artiklar tidningen publicerat. Och då bruket av bylines inte hade slagit igenom, gav det inte heller någon ledtråd (*Råd & Rön*, 7/61, s. 90-92).⁸

Intresset för material utifrån kvarstod under 60-talet.⁹ Med tiden prioriterades det material som kom från myndigheter inom angränsande områden. I början av 70-talet inleddes ett fastare samarbete med Statens pris- och kartellnämnd, Konsumentombudsmannen och Allmänna reklamationsnämnden som innebar publicerat material från någon av dem i nästan varje nummer (Statens institut för konsumentfrågor, 1972).

Efter övergången till Konsumentverket fanns fortfarande ett externt inflytande, som är svårt att upptäcka för den oinvidge. I arkivet finns ett par protokoll från *Råd & Rön*s redaktionsråd, från mitten av 70-talet. Det som gör dem särskilt intressanta är att det inte bara var personer från tidningen och Konsumentverket som var med, utan också representanter från andra statliga verk. På de sex protokoll som finns från 1975 och 1976 finns representanter från Livsmedelsverket, Trafiksäkerhetsverket, Statens pris- och kartellnämnd, Socialstyrelsen, Naturvårdsverket och Bostadsstyrelsen. På mötena fördes diskussioner kring tidningens innehåll och utformning. De utifrånkommande representanterna berättade om aktuella projekt på myndigheterna och gav artikelförslag.¹⁰

Om man går igenom tidningarna för dessa år kan man följa hur en del av förslagen också blev artiklar. Ett exempel: I maj 1975 flaggade Socialstyrelsen för en rapport om amning som var under produktion (Konsumentverket, 1975c). I december samma år skrev sedan tidningen om amning och den kampanj Socialstyrelsen hade på gång för att ge stöd och kunskaper kring amning. Artikeln är ett referat av Socialstyrelsens uttalanden, det fanns inga ifrågasättanden av de rön som framlades, och den är undertecknad av *Råd & Rön*s dåvarande chefredaktör, Malin Holmquist. Användandet av byline bidrar här till att man ser tidningen som avsändare, medan det i själva verket var Socialstyrelsen (*Råd & Rön*, 10/75, s. 8-11).

På redaktionsrådet diskuterades också tidningens utformning. Någon representant menade att *Råd & Rön* inte fick populariseras för mycket, för då skulle trovärdigheten kunna ifrågasättas. När det gällde tester varnade man för ”lösa omdömen” och ”tyckande” som i tidningen lätt fick en prägel av sanning.

Frågan ”I vilken utsträckning ska Råd och Rön ideologiskt styra konsumentdebatten?” kommenterades med att en viktig funktion var att ”renodla marknaden” – att få bort onödiga produkter och detaljer. Som exempel gavs racercyklar. Här uppgavs Konsumentverkets tjänstemän kunna bidra med ”värdefull sakkunskap” (Konsumentverket, 1975a).

När det gällde förhållandet till andra myndigheter hade Konsumentinstitutet en alldeles särskild ställning hos sin systerorganisation Konsumentrådet, som fördelade pengar till att testa varor som inte inrymdes inom institutets egen verksamhet. Ett exempel är hur institutet beviljades 17 000 kronor för en ”arbetsfysiologisk och materialteknisk undersökning av skottkärror” (Statens institut för konsumentfrågor, 1966a). Vilka tester man utförde påverkade förstås vad man sedan kunde publicera. Undersökningarna var vanligen utförliga och när det gällde testet av skottkärror tog det drygt två år från beslut till publicering (*Råd & Rön*, 6/68, s. 22-25). I och med Konsumentverkets inrättande försvann både Konsumentinstitutet och Konsumentrådet, och det nya verket kunde både finansiera och testa på eget initiativ.¹¹

Näringslivet

Under Konsumentinstitutets och tidningens tidiga år fanns i Sverige en konkurrensökonomi, en marknadsekonomi med endast några få, reglerande funktioner. En välfung-

erande konsumentpolitik handlade om effektiv konkurrens och aktiv prisövervakning, menade man. Båda dessa faktorer övervakades av Statens pris- och kartellnämnd. En tredje, väsentlig funktion i sammanhanget var aktiv konsumentupplysning. Detta skulle leda till att endast bra produkter fanns på marknaden (SOU 1971: 37, s. 173-174). Arkivdokumenten visar att det fanns en hög tilltro från statsmakternas sida till att näringslivet skulle dra sitt strå till stacken. Ett exempel är den broschyr från 1958 som presenterade institutet. Här framkommer att institutet inte bara samarbetade med andra institutioner och myndigheter utan också med näringslivet. En viktig del av institutets arbete, skrev man, bestod av provningar på uppdrag av producenter och importörer, ett arbete som inlets av föregångarna Aktiv Hushållning och HFI.

Inte sällan leder ett sådant samarbete fram till förbättrade produkter genom att man under provningen upptäcker svagheter eller brister hos den undersökta varan. Samarbetet med svensk industri har också i många fall betytt att institutets förslag och synpunkter beaktats vid nyproduktion. Som exempel härpå kan framhållas praktiska redskap för matlagning m. m. samt slitstark trikå. På grundval av institutets funktionsstudier är inredningen i våra moderna kök utformad. (Statens institut för konsumentfrågor, 1958)

Men detta samarbete genererade inte automatiskt stoff till konsumentupplysning, det kunde lika gärna handla om en kontakt enbart mellan institut och företag. I instruktionerna för myndigheten fanns nämligen klargjort att de resultat man kom fram till i en sådan undersökning inte fick offentliggöras utan tillstånd från uppdragsgivaren (SFS 1956: 453). Här handlade det således inte primärt om konsumentupplysning utan om producentpåverkan.

Viljan till samarbete ses också på styrelsesammansättningen. Vid inrättandet av Konsumentinstitutet fastslogs att några av styrelseplatserna skulle reserveras för berörda intressen (Prop 1956: 105). Detta innebar i praktiken en representation från näringslivshåll, men också från fackföreningshåll (Ds Fi 1984: 15, s. 58).¹²

En av skillnaderna mellan Konsumentinstitutet och Konsumentverket var förhållandet till konsumenterna. Medan Konsumentverkets instruktion föreskrev att man hade till ”uppgift att stödja konsumenterna och förbättra deras ställning på marknaden” (SFS 1972: 739) fanns ingen liknande skrivning i Konsumentinstitutets instruktion (SFS 1956: 453).¹³ Trots detta präglades båda dessa myndigheters förhållande till näringslivet länge av en konsensusmentalitet, något som också kan ses i detta protokoll från Konsumentverkets styrelse:

Beslöts att konsumentverket i första hand skulle söka undvika konflikter med näringslivet. Därest detta ej var möjligt borde verket i möjligaste mån redovisa de synpunkter som framförts från näringslivet. I övrigt skulle verket vara oförhindrat att publicera material ägnat att gagna enskilda konsument (Konsumentverket, 1975b).

I samband med övergången till Konsumentverket skedde en stor förändring av tidningen. En aning hårdraget skulle man kunna säga att fokus förändrades från konsumenttester och hushållsarbetets rationalisering – material riktat mot husmor – till en öppning mot världen utanför, där konsumenten skulle läras att förhålla sig kritiskt och medvetet till marknaden och marknadskrafterna. Även om näringslivet var representerat i styrelsen

fanns utrymme för kritik av bland annat undermåliga varor, marknadsföring, och farliga produkter.

När det gällde testerna kontra näringslivet var en viktig utgångspunkt att tester är dyra att genomföra. Man kan i arkivhandlingar under en lång period följa önskemål om att informationen om varor skulle komma från företagen – antingen på deras eget initiativ eller genom lagstiftning. Ett exempel från slutet av 70-talet visar på stora förhoppningar på den då relativt nya marknadsföringslagen som man menade skulle tvinga företagen att lämna information om sina produkter. Visionära tankar i ett pm kretsar kring möjligheter: ”Kommer denna framtida situation att kännetecknas av att alltför dåliga varor är borta från marknaden så att informationen bara behöver befatta sig med att rekommendera olika användningsområden? Eller kanske det helt enkelt räcker med att upplysa konsumenterna om att varorna är i stort sett likvärdiga så att det räcker om man jämför priser och service?” (Konsumentverket, 1979).

Konsumentinstitutet och Konsumentverket

En tidning som tillhör en organisation, myndighet eller förening kan ha olika band till sin ägarpart, och inte minst olika förväntningar på vilket uppdrag man har. I fallet *Råd & Rön* var relationen – åtminstone periodvis – väl klarlagd, vilket inte undanröjde problem. En av de – kända – större sammanstötningarna skedde under Konsumentinstitutets tid och slutade med att chefredaktören sa upp sig.

I samband med den utredning i mitten av 60-talet som refererades ovan, där *Råd & Rön* och upplysningsavdelningen gavs utökade resurser, fick också chefen för verksamheten en mer framskjuten plats i organisationen. Upplysningsavdelningen skulle få en större självständighet och rapportera till styrelsen direkt utan vägen om institutets chef (SOU 1964: 4, s. 62-65, 74-75; Prop 1964: 91, s. 42).

Men institutets chef, Anna-Greta Hybbinette, var uppenbart inte tillfreds och ville få utrett ”gränsdragningen mellan upplysningsavdelningens verksamhet och direktörens kompetensområde”, visar protokoll från styrelsen. Styrelsen och dess arbetsutskott granskade alla aktuella dokument, och kom fram till något slags konsensuslösning som dock inte föll Hybbinette i smaken. Hon yrkade på att frågan skulle sändas till Kungl. Maj:t för bedömning (Statens institut för konsumentfrågor, 1967), något som avslogs av styrelsen (Statens institut för konsumentfrågor, 1968).

Ledningsfrågan drogs till sin spets något år senare i samband med det första testet av färg-tv-apparater. Frågan var om testet skulle publiceras eller inte. Det visade uppenbara brister hos marknads apparater, något som väckte irritation från producenthåll. Per Fjellström, som var chefredaktör och chef för upplysningsavdelningen, ville publicera, men Hybbinette ville inte. Och det var hon inte ensam om – Fjellström har senare skrivit att det förekom påtryckningar från politiker, som i sin tur var pressade av näringslivet (Fjellström & Ring 1982, s. 63-65).

Testet publicerades, men av bråket märktes inget i tidningen (*Råd & Rön* 1969, s. 36-42). Enligt Fjellström ledde bråket till ett paradigmskifte inom konsumentupplysningen, att näringslivet tvingade myndigheter och förvaltning att backa. Den nya färg-tv-undersökning som gjordes året därpå var helt på branschens villkor. Fjellström uttryckte sig drastiskt om denna, som han menade, förändring: ”Det drogs gränser, hela 70-talet kom att präglas av en konsumentpolitik som på inga villkor fick sätta några djupare

spår i marknadsekonomin. Den motståndsanda som karakteriserade 60-talets mest på varuprovningar inriktade konsumentpolitik dog ut” (Fjellström & Ring 1982, s. 69).

Även efter övergången till Konsumentverket fanns ett inflytande från myndighetens sida över tidningen. Protokoll från ledningsgrupp och styrelse visar att *Råd & Rön* layout diskuterades, men också frågan om tidningen skulle ha en ledare, och om den i så fall skulle signeras (Konsumentverket, 1973a; 1973b; 1973c). I tidningsläggen kan man se att ledaren kom att skrivas växelvis av chefredaktören och Konsumentverkets generaldirektör och så småningom också av andra medarbetare från verket. Ett pm visar vilka riktlinjer som gällde för innehållet: ”Tidningens ledare skall i viktiga princip- eller politiska frågor ge uttryck för konsumentverkets uppfattning. I frågor av mindre vikt kan ledarskribentens personliga åsikt framföras” (Konsumentverket, 1974).

I början av 90-talet blev *Råd & Rön* en ekonomiskt självbärande enhet, en omorganisering som, förutom mer begränsande budgetramar, innebar en ökad självständighet. En generell utveckling från mitten av 80-talet är tydlig: tidningen förekommer allt mer sällan i styrelseprotokollen – det sker en successiv utveckling mot självständighet redan då.

Färg-tv-testet var en tydlig konfliktsituation mellan institutet och tidningen, men också senare, under Konsumentverkets tid, har förhållandet mellan myndighet och tidning ibland varit ansträngt. Ett konfliktområde har varit testerna och hur de skulle presenteras. Verket och dess Testlab förordade sakligt och utförligt, medan tidningen, i egenskap av att vara just tidning, såg det som väsenligt att presentera materialet så lättillgängligt som möjligt.¹⁴ De påbud om hur testandet skulle gå till väga som formulerades redan under 40-talet fanns således kvar under lång tid. Även när det inte fanns uttalat i dokumenten, fanns det kvar i verksamheten.

Konsumenterna – läsarna

I Konsumentinstitutets instruktion framgick att man skulle ”verka för att arbetsförhållandena i enskilda hem och kollektiva hushåll rationaliseras samt för att produktion och konsumtion inriktas på goda och ändamålsenliga konsumentvaror” (SFS 1956: 453). 1958 var det uppenbart att det var kvinnorna, husmödrarna, som var den främsta målgruppen för verksamheten. Det blev tydligt när man tittar i tidningen – det är bilder på kvinnor som ägnar sig åt hushållsarbete och det är kvinnor som nämns i texterna.

I arbetsprogram för Konsumentinstitutet och dess olika avdelningar kan man se hur till exempel textilavdelningen ville få reda på konsumenternas behov och önskemål, inte minst eftersom det skedde en snabb utveckling med nya textila material och ändrade livsvanor. Till detta krävdes marknadsundersökningar (Statens institut för konsumentfrågor, 1957a). En ambitiöst upplagd undersökning som utfördes av Konsumentinstitutet och som *Råd & Rön* återkom till flera gånger var ”1.000 husmödrar om hemarbetet”. Undersökningen gav värdefull information till institutet: ”I fråga om de olika arbetsområdena – matlagning, diskning, bostadsvård, tvätt och sömnad – vet vi alltså nu tämligen väl hur husmödrarna hade det ordnat och vad de önskade för förbättringar” (*Råd & Rön*, 5/69, s. 49-51).

Innehållet styrdes också av vad konsumenter hört av sig till institutet om, att viktigt material snabbt skulle nå ut och att så många läsare som möjligt skulle hitta något de var intresserade av i tidningen (Arbetsprogram 1962/63, Statens institut för konsumentfrågor, Riksarkivet). Ett exempel som visar konsumenternas – flitiga – kontakt med institutet ges i tidningen, ”Folk frågar oss mest om hushållsmaskiner”. Institutet

förde statistik över samtalen till rådgivningen – i snitt besvarade konsulenterna cirka 43 samtal på ett tretimmars pass. Tvättmaskiner var, hösten 1968, det mest frekventa ämnet (*Råd & Rön*, 2/69, s. 13).

I verksamhetsberättelserna framgår hur prenumeranterna blev fler och fler. Vid slutet av 1959 hade tidningen drygt 6 000 prenumeranter, en siffra som sedan stadigt växte. Tio år senare hade man 106 000 prenumeranter. Därefter gick det lite upp och ner, tills man nådde toppnoteringen 220 000 1989/90. Bakom den höga upplageökningen under 60-talet låg omfattande reklam- och värvningskampanjer, som finns utförligt redovisat, år för år. Man ägnade sig också åt olika läsarundersökningar för att få reda på vilka som läste tidningen (Statens institut för konsumentfrågor, 1959-1972). Detta kunde redovisas i *Råd & Rön*, som exempelvis ”Råd och Rön på väg att nå bredare och yngre publik” från 1969. I undersökningen hade man också frågat vad läsarna önskade för material. Som exempel kan nämnas att listan toppades av ”Konsumentinstitutets varuprovningar” på 92 % tätt följt av ”hur man köper bäst och billigast” på 90 % (*Råd & Rön*, 1/69, s. 4-5).

Vid några tillfällen har tidningen interagerat med läsarna i form av bland annat tävlingar. Ett exempel är en tävling från 1987, då alla femteklassare inbjöds av *Råd & Rön* och Konsumentverket att uttrycka sig genom en tecknad serie om pengar, reklam, mode eller återanvändning (*Råd & Rön*, 1/87, s. 24-25). Detta tillhör dock ovanligheterna, förutom under den period Jan Bertoft var chefredaktör, 1994-2000. Han prövade många olika grepp för att interagera med läsarna, att involvera dem i tidningen – för konsumentfrågorna. ”Vi ska inte bara leverera mängder av pålitliga fakta utan även väcka engagemang”, som han skrev i en ledare (*Råd & Rön*, 8/99, s. 5). Detta finner man dock inte närmare i arkivhandlingarna då tidningen vid denna tid hade blivit mer självständig mot verket än tidigare. 1998 är toppnoterat med en eller flera uppmaningar till läsarna i stort sett i varje nummer. Det handlade bland annat om att nominera kandidater till *Råd & Rön*-priset (*Råd & Rön*, 3/98, s. 7), inbjudan till visning av testverksamheten (*Råd & Rön*, 4/98, s. 4) och att delta i en rittävling av en städmaskin (*Råd & Rön*, 5/98, s. 22).

Nya villkor

En ingående läsning av *Råd & Rön*-årgångar och studier av riksdagstrycket och myndigheternas arkiv visar maktförhållanden mellan de fem grupperna. Det framkommer också i exemplen ovan – politikerna har haft mest makt och konsumenterna/läsarna minst. Näringslivet har haft ett strukturellt inflytande, som är svårare att få insyn i då deras verksamhet inte är dokumenterad i den typ av tillgängliga handlingar som de offentliga aktörerna är. Men att de har haft inflytande är klarlagt.

När det gäller utomstående myndigheter har de endast kunnat påverka i begränsad omfattning. De egna myndigheterna, däremot, har visserligen varit styrda av politiken men har konkret haft ett stort inflytande över tidningen och dess innehåll.

För *Råd & Rön*s del förändrades förutsättningarna i och med frigåendet 2006. Inte minst var den statliga styrningen genom politiker och myndigheter slut. Innehållet har under senare år alltmer fått en mer livsstilsorienterad inriktning, tidigare påbud om återhållen konsumtion har spelat ut sin roll. Ett axplock från senare års utgivning är ett test som ”Säker i backen med ryggskydd”, om specialutrustning för slalombacken (*Råd & Rön*, 10/10, s. 28-31), och en artikel som ”Skönhet utan skydd”, om risker med skönhetsoperationer (*Råd & Rön*, 10/09, s. 18-20). Förändringen har varit gradvis under

2000-talet, men tagit fart efter 2006. Men det bör också nämnas att tidningen rymmer artiklar och tester över mer vardagsnära konsumentområden.

Vad gäller tidningens relationer till andra myndigheter och till näringslivet har dessa efterhand avtagit. Den enda av de fem grupperna som fortfarande kan sägas ha ett inflytande över tidningen är konsumenterna/läsarna. Men dessa har minskat i antal. Konkurrensen har ökat, inte minst genom den uppsjö av testsidor som Internet erbjuder. Ett motdrag från tidningen har varit att skaffa en egen, fyllig hemsida. Tidningen har tagit steget ut på Facebook och arbetar aktivt med nya sätt att marknadsföra sig. Man vill framförallt nå läsare i de yngre generationerna, de som är på väg att sätta bo och bilda familj, och kan tänkas stå inför många konsumtionsval kopplade till höga utgifter.

Men med den frihet tidningen har fått försvann också något viktigt – den legitimitet som den nära kopplingen till en konsumentmyndighet gav. Det är förvisso tveksamt om den tidigare starka, statliga styrning, som hade sin topp under 70-talet, hade varit gångbar i dagens samhälle. Troligen hade man också skyggat för det mer eller mindre subtila inflytande näringslivet och andra myndigheter hade. Däremot är det ett konstaterande att det är svårare att på egen hand och i dagens breda massmedieutbud få samma genomslag som tidningen har haft tidigare. De ämnen som *Råd & Rön* har tagit upp genom åren har varierat i hög grad. Många av dessa ämnen är inte längre aktuella. Men nya, avancerade områden har kommit till, vilket gör behovet av en stark konsumenttidning minst lika stort som tidigare.

Noter

1. Tidningen kallade sig ursprungligen ”*Råd och Rön*”, så småningom skedde en successiv förändring till ”*Råd & Rön*”, den benämning som konsekvent används här. Ett medvetet val är också användningen av begreppet tidning istället för det möjligen mer adekvata tidskrift. Tidning är dock den term som *Råd & Rön* använder om sig själv, och som även används i artikelns källmaterial.
2. Konsumentinstitutets formella namn var Statens institut för konsumentfrågor, men institutet kallades ofta just Konsumentinstitutet.
3. *Råd & Rön* har inget eget arkiv, utan det som finns arkiverat om och av tidningen finns i Konsumentinstitutets och Konsumentverkets arkiv.
4. En mer utförlig bild av tidningens tillkomst och utveckling ges i min kommande avhandling, med planerad utgivning under hösten 2012.
5. Intervju med stf generaldirektören för Konsumentverket, Bertil Elenius, 100505.
6. Det formella namnet på Konsumentrådet var Statens konsumentråd.
7. Staffan Burenstam Linder var handelsminister i två av de regeringar som satt under det borgerliga styret 1976-1982.
8. En generell användning av bylines i tidningen slog igenom i början av 70-talet. Under 60-talet användes bylines i stort sett endast av utomstående experter.
9. Detta kan följas i till exempel arbetsprogrammen för 64/65-67/68, Statens institut för konsumentfrågor, Riksarkivet.
10. Protokollen från de nämnda redaktionsråden fanns i Konsumentverkets arkiv på Riksarkivet, vilket sträcker sig till halvårsskiftet 1976. Därefter finns Konsumentverkets arkiv hos Konsumentverket. Några protokoll som dessa har dock inte gått att finna där. Det är oklart om det betyder att det inte hölls några fler redaktionsråd av denna sort, eller om protokollen helt enkelt saknas.
11. De första åren med Konsumentverket var testandet av varor dock mycket litet jämfört med tidigare.
12. Styrelsesammansättningar med tre parter (näringslivet, fackförbunden och allmänna representanter) var inte ovanliga, men i sammanhanget ser jag det som särskilt intressant att näringslivet fick ett förhållandevis stort inflytande just vad gällde konsumentfrågor.
13. I senare års instruktioner för Konsumentverket, från och med ”Förordning med instruktion för Konsumentverket”, SFS 1995:868, finns inte formuleringen, eller liknande, kvar.
14. Intervju med *Råd & Rön*s reporter Christina Farm, 091023. Intervju med stf generaldirektören för Konsumentverket, Bertil Elenius, 100505.

Referenser

Riksdagstrycket

- SOU 1949:18 *Kvalitetsforskning och konsumentupplysning. Betänkande avgivet av 1946 års utredning angående kvalitetsforskning och konsumentupplysning.*
- Promemoria angående konsumentvaruforskning och konsumentupplysning med vissa förslag rörande organisationen och finansieringen av den statliga eller statsunderstödda verksamheten på området avgivet av inom Handelsdepartementet tillkallade utredningsmän den 12 december 1955, s. 12-13b.*
- 'Nr 105 Kungl. Maj:ts proposition till riksdagen angående anslag till konsumentvaruforskning och konsumentupplysning, m. m., given Stockholms slott den 2 mars 1956', *Bihang till riksdagens protokoll 1956.*
- 'Nr 453 Kungl. Maj:ts instruktion för statens institut för konsumentfrågor; given Stockholms slott den 20 augusti 1956', *Svensk författningssamling 1956.*
- SOU 1964:4 *Effektivare konsumentupplysning. Betänkande avgivet av Konsumentupplysningsutredningen.*
- 'Nr 91 Kungl. Maj:ts proposition till riksdagen angående den framtida organisationen av upplysningsavdelningen vid statens institut för konsumentfrågor, m. m.; given Stockholms slott den 6 mars 1964'.
- SOU 1964:54 *Konsumentupplysning i televisionen. Betänkande avgivet av arbetsgruppen för konsumentupplysning inom 1960 års radioutredning.*
- SOU 1968:58 *Konsumentupplysning. Principer och riktlinjer. Betänkande av 1963 års konsumentupplysningskommitté.*
- SOU 1971:37 *Konsumentpolitik. Riktlinjer och organisation. Betänkande avgivet av Konsumentutredningen.*
- 'Kungl. Maj:ts instruktion för konsumentverket; given Stockholms slott den 1 december 1972', *Svensk författningssamling 1972:739.*
- Ds Fi 1984:15 *Konsumentinflytande och konsumentorganisering. Den svenska modellen. Rapport till Konsumentpolitiska kommittén.*
- 'Förordning med instruktion för Konsumentverket', SFS 1995:868

Statens institut för konsumentfrågor

- 'Arbetsprogram', nr 16-1957/58 (1957a) 57-08-07, Statens institut för konsumentfrågor, Riksarkivet.
- 'Bilaga 2, Synpunkter på upplysningsavdelningens uppgifter', Nr 18/1957-58 (1957b) 57-08-07, Statens institut för konsumentfrågor, Riksarkivet.
- Vad är Konsumentinstitutet?*, broschyr, 1958, Statens institut för konsumentfrågor, Riksarkivet.
- Verksamhetsberättelser för Statens institut för konsumentfrågor, 1958/59-1971/72, 1959-1972, Statens institut för konsumentfrågor, Riksarkivet.
- Arbetsprogram för Statens institut för konsumentfrågor, 1960/61-1966/67, 1960-1966, Statens institut för konsumentfrågor, Riksarkivet.
- 'PM beträffande institutets periodiska skrift Råd och Rön', 61-01-16, Statens institut för konsumentfrågor, Riksarkivet.
- Styrelsen protokoll nr 7 1965/66 (1966a) 1966-04-14, Statens institut för konsumentfrågor, Riksarkivet.
- Styrelsen protokoll nr 6 1967/68 (1967a) 1967-12-14, Statens institut för konsumentfrågor, Riksarkivet.
- Styrelsen protokoll nr 8 1967/68 (1968a) 1968-02-16, Statens institut för konsumentfrågor, Riksarkivet.

Konsumentverket

- Ledningsgruppen protokoll nr 10 (1973a) 1973-03-12, Konsumentverket, Riksarkivet.
- Styrelsen protokoll nr 4 (1973b) 1973-04-03, Konsumentverket, Riksarkivet.
- Styrelsen protokoll nr 5 (1973c) 1973-04-26, Konsumentverket, Riksarkivet.
- 'Konsumentverkets informationsansvar under 70-talet', Pro memoria 1974-03-05, Program 2 Information och utbildning, Konsumentverket, Riksarkivet.
- Redaktionsråd Råd och Rön, 1975-03-26, Informationsenheten, Konsumentverket, Riksarkivet.
- Styrelsen protokoll nr 32, 1975-04-16, Konsumentverket, Riksarkivet.
- Redaktionsråd Råd och Rön, 1975-05-29, Informationsenheten, Konsumentverket, Riksarkivet.
- Styrelsen protokoll nr 2/79, bilaga 2:3, "P M angående jämförande varuprovningar", 1979-02-16, Konsumentverket, myndighetens eget arkiv.

Råd & Rön

- (1958) 'Cirkulärtartiklarna samlas i trycksak', *Råd & Rön*, nr 1, s. 1.
 (1961) 'VDN informerar om persienner', *Råd & Rön*, nr 5, s. 52-54.
 (1961) 'Frukt- och bärkonserver utan socker', *Råd & Rön*, nr 7, s. 90-92.
 (1966) 'Pröva dina skäl innan du köper', *Råd & Rön*, nr 10, s. 3.
 (1968) 'Vi har provat skottkärnor för trädgården', *Råd & Rön*, nr 6, 22-25.
 (1969) 'Råd och Rön på väg att nå bredare och yngre publik', *Råd & Rön*, nr 1.
 (1969) 'Folk frågar oss mest om hushållsmaskiner', *Råd & Rön*, nr 2, s. 13.
 (1969) '1.000 husmödrar om hemarbetet', *Råd & Rön*, nr 5, s. 49-51.
 (1969) 'Konsumentrådet har provat färg-tv', *Råd & Rön*, nr 9, s. 36-42.
 Jacobson, E. (1975) 'Stort priskrig på kaffebryggare', *Råd & Rön*, nr 4, s. 16-20.
 Holmquist, M. (1975) 'Modersmyt och amning', *Råd & Rön*, nr 10, s. 8-11.
 (1987) 'Hallå alla femteklassare! Gör en serie! Om pengar, reklam, mode eller återanvändning', *Råd & Rön*, nr 1.
 (1998) 'Vem ska ha Råd & Rön-priset?', *Råd & Rön* nr 3, s. 7.
 (1998) 'Se hur ett test går till!', *Råd & Rön* nr 4, s. 4.
 Bertoft, J. (1998) 'Rita en städmaskin!', *Råd & Rön*, nr 5, s. 22.
 Bertoft, J. (1999) 'Bli kaxigare!', *Råd & Rön*, nr 8, s. 5.
 Berge, A. (2009) 'Skönhet utan skydd', *Råd & Rön*, nr 10, s. 18-20.
 Farm, C. (2010) 'Säker i backen med ryggskydd', *Råd & Rön*, nr 10, s. 28-31.

Övriga referenser

- Aléx, P. (2001) 'Konsumera rätt. Om ett svenskt medborgarideal', *Tvärsnitt*, nr 3, s. 41.
 Anrep, E. (1957) *Från Aktiv Hushållning och Hemmens forskningsinstitut 1940-1956 till Statens institut för konsumentfrågor*. Stockholm: Statens institut för konsumentfrågor.
 Fjellström, P. & Ring, B. (1982) *Rödluan behöver inga råd, sa vargen. En orättvis betraktelse över konsumentpolitiken*. Stockholm: Prisma.
 'Handelsministern: Valfrihet stöd åt konsumenterna', *Dagens Nyheter*, 810312.
 Lövgren, B., (1993) *Hemarbete som politik. Diskussioner om hemarbete, Sverige 1930-40-talen, och tillkomsten av Hemmens forskningsinstitut*. Stockholms universitet: Diss.
 Åkerman, B. (1984) 'Enkla och riktiga grejor. Intervju med Brita Holme', i Åkerman B. m fl, *Kunskap för vår vardag. Utbildning och forskning för hemmen*, Stockholm: Förlaget Akademitlitteratur.

Nordic Children's Risks and Opportunities Online

The EU Kids Online Survey from a Nordic Perspective

Kjartan Ólafsson

It might seem now that the Internet has been around for a very long time. And in a way it has been, as the foundations of what is now commonly referred to as the Internet were laid in the late 1960s. Yet as late as 1991, a book written by leading figures in computing, and most humbly titled *Technology 2001: The Future of Computing and Communications*, made no references to the Internet. Nor did the 'World Wide Web' or 'cyberspace' figure in the index. In fact at that time, probably few really understood the nature of the revolution that took place between September 1993 and March 1994, when a network that had been dedicated to academic research became a network of networks open to all (Briggs and Burke 2005).

'Every new medium of communication has in its time aroused anxiety' wrote Sir Hector Hetherington in his foreword to the pioneering work of Hilde T. Himmelweit (1958: xiii) and her collaborators on television. To 21st century researchers, television is no longer a 'new medium' and in the meantime other 'new media' have become objects of interest, and now it is the Internet's turn. The assumption that young people are more future-oriented, more apt and more technologically aware and interested than adults are is not new (Rushkoff 1996). To some extent, it is believed that young people's early adoption of and adaptation to new media and technologies such as the Internet are mainly the result of the inherent interest adolescents are assumed to have in new technologies as well as their massive use in formal educational settings (Lee, 2005). Indeed young people have been talked about as being 'digital natives' and their parents as 'digital immigrants' (see Prensky M. 2001), although critics have argued that there is little empirical evidence for this claim (Helsper and Eynon 2010).

The following article presents new results on children's use, activities and experiences on the Internet, focusing on the Nordic countries. The data used come from a survey designed and conducted by the *EU Kids Online* network¹ and funded by the European Commission's Safer Internet Programme². Data collection took place in the period from May to October 2010 in 25 European countries. The aim of the *EU Kids Online* project is to enhance knowledge of European children's and parents' experiences and practices regarding risky and safer use of the Internet and new online technologies, and thereby to inform the promotion of a safer online environment for children.

The North Goes Online

If children and young people can be referred to as 'digital natives' in terms of their early adoption of and adaptation to new media and technologies such as the Internet, then the Nordic countries of Europe can also be labelled in that way. The five Nordic countries – Denmark, Finland, Iceland, Norway and Sweden – are some of the most advanced in terms of take-up of digital media technologies and infrastructure. Alongside many others, the Nordic countries issued plans or visions for the information society in the mid-nineties, and in 1999 the Nordic Council of Ministers decided to establish a specific council of IT ministers (Henten and Kristensen 2000). In the typically self-confident Nordic manner, the Icelandic chairman of the Nordic ministers for co-operation stated that 'Northerners are good IT producers and users'.

But not only did the Nordic countries have politicians who were enthusiastic and optimistic about the possibilities of the digital future, they also had the necessary technical infrastructure and economic affluence to make the vision a reality. For example, as early as 1991, the Icelandic telephone company had begun to prepare for a future in which broadband connections would be delivered to every household, concluding that by 2010 most users would have a single broadband connection carrying data, telephone, radio and television signals simultaneously – most likely through a fibre optic cable (see Samgönguráðuneytið 1991: 67). Thus, when looking for explanations as to why, in the first decade of the 21st century, the Nordic countries repeatedly appeared near the top of most lists ranking countries by take up or use of digital technologies, the reasons are probably more elementary than 'Northerners [being] good IT producers and users'.

Whatever the reason, the fact remains that in a global perspective the Nordic countries were undeniably amongst the first to embrace the Internet and the digital technologies. The question still remains, however, as to whether the Nordic countries have anything else in common other than having been among the early adopters when it comes to Internet use. Indeed, these countries are similar in many respects. Four³ of them share the same linguistic roots and all share long traditions of public service broadcasting, strong newspaper industries, long traditions of protecting freedom of expression and freedom of the press in law (Carlsson 2010). To many from the outside world, the Nordic countries probably look fairly similar, and it is not uncommon for them to be referred to as a group (see, e.g., Hasebrink, Livingstone, Haddon and Ólafsson 2009: 87). At the same time, however, studies have shown that there are important differences between these countries in their use of these technologies (Drotner 2010).

The EU Kids Online Survey

Previous *EU Kids Online* research identified a complex array of online opportunities and risks associated with children's Internet use (Livingstone and Haddon 2009a; 2009b). Interestingly, the risks of concern to children often are not those that lead to adult anxiety (Optem 2007). Also, it appears that the more children go online to gain the benefits found there, the more they may encounter risks, accidentally or deliberately (Livingstone and Helsper 2010). Risks may arise when children are sophisticated, confident or experimental Internet users, as observed in 'high use, high risk' countries or when, as in 'new use, new risk' countries, children gain Internet access in advance of an infrastructure of awareness raising, parental understanding, regulation and safety protection. Thus,

although the popular fear that the Internet endangers all children has not been supported by evidence, there are grounds for concern and intervention.

Further, despite the popular rhetoric of ‘digital natives’, many children still lack resources to use the Internet enough to explore its opportunities or to develop vital digital literacy skills (Helsper and Eynon 2010). Thus it is important to encourage and facilitate children’s confident and flexible Internet use. Stakeholders face a difficult balancing act: promoting online opportunities without careful attention to safety may also promote online risk, but measures to reduce risk may have the unintended consequence of reducing opportunities (Livingstone 2009).

The *EU Kids Online* project has aimed to contextualize both the opportunities and risks to children associated with internet use in terms of the intersection of three wider spheres – European society and policy, childhood and family life, and continued technological change. The design of the *EU Kids Online* survey has aimed to examine the range of ways in which children use the Internet, recognizing that this varies by the location and device for going online, the amount of use and the digital skills a child has at his or her disposal. Children’s use is hypothesized to depend on the socioeconomic status (SES) of their household as well as on their age, gender and, of course, the country in which they live.

In the *EU Kids Online* survey, following the questions on Internet use, children were asked about their online activities, thereby acknowledging their agency in choosing how to act online and how to embed the Internet in their daily lives (Bakardjieva 2005). The survey design also recognized that when children go online, they do so in a particular environment. They engage with certain services. The online interfaces they visit have their own character. Some contents are more available or easier to access than others are. Crucially too, many other people are already online. All these ‘environmental factors’ interact with the child’s activities in shaping their online experiences:

- Some factors may enhance the benefits of going online: they may be labelled ‘opportunities’, for example the provision of own-language creative or playful content, or a lively community of people who share one’s hobby.
- Some factors may enhance the likelihood of harm from going online: thus they may be labelled ‘risks’, for example the ready availability of explicit pornography or the activities of people who are aggressive, racist or manipulative.
- Some factors are ambiguous: for example, music downloading sites or video hosting sites may be fun, creative and empowering, but they may break copyright, or exploit intimacy or facilitate hostile interactions.

Quite ambitiously, the *EU Kids Online* project sought to examine the outcomes of Internet use for children. In other words, the aim was to trace the path from children’s use and activities (experienced by most European children), through their encounters with factors hypothesized to increase the probability of harm (these are likely to be experienced by a smaller proportion of children). Finally, the project examined the outcomes for children in terms of subjective harm or, more positively, coping by children encountering these risk factors (affecting an even smaller proportion of children). The relation between risks and harm is complex. For some risks, the harm seems all but inevitable – bullying, for example, may be a factor in a child’s life that, if it occurs, seems very likely to result

in some degree of harm. Exposure to pornography, however, is considered harmful by some, but according to others, whether harm results will depend on the circumstances.

To the extent that there is a gap between experiences of risk and experiences of harm, different explanations of the two may apply. For example, lonely children may be more likely to be bullied and more likely to be adversely affected if bullied. However, boys may be more likely to be exposed to pornography (i.e., a higher risk), but girls may be more likely to be upset by such exposure (i.e., greater harm) (Livingstone 2010). The *EU Kids Online* project sought to explore some of these contingencies.

The Nordic countries and the logic of cross-national comparison

Looking beyond national borders for comparative purposes has a long tradition in the history of social science research, and can be traced back to early social scientists such as Max Weber and Émile Durkheim. Reasons for conducting comparative research are not difficult to enumerate. One of the most obvious concerns the question of the universality and, simultaneously, uniqueness of findings based on nation-specific data, which cannot be answered unless compared with data from other countries. Among other values of cross-national comparisons, broadening the research perspective and providing a ‘fresh insight’ into the issues examined within a particular national context are probably most often cited, implying that such an approach can reveal significant gaps in knowledge or point to new (and previously hidden) variables and factors influencing the phenomenon under study (Hantrais and Mangen 1996: 2; Livingstone 2003: 478).

The Nordic countries provide an interesting case for cross-national comparison given the many similarities between them in terms of language, culture and regulatory framework. Choosing to compare the four Nordic countries is based on the approach of ‘most similar systems’ as defined by Przeworski and Teune (1970: 32). The basic idea is that if important differences are found among these otherwise similar countries, then the number of factors attributable to these differences will be sufficiently small to warrant explanation in terms of those differences alone. In other words, a difference in the use of social networking sites between Denmark and Norway can be attributed to a smaller number of factors than if the comparison were made between Denmark and Turkey, for example. The present article uses data collected in four of the five Nordic countries – Denmark, Finland, Norway and Sweden – as a part of the *EU Kids Online* project (see www.eukidsonline.net).

The Methodology of the EU Kids Online Survey

A random stratified sample of approximately 1000 Internet-using children aged 9-16 years was interviewed in each of 25 European countries (Austria, Belgium, Bulgaria, Cyprus, the Czech Republic, Denmark, Estonia, Finland, France, Germany, Greece, Hungary, Ireland, Italy, Lithuania, the Netherlands, Norway, Poland, Portugal, Romania, Slovenia, Spain, Sweden, Turkey and the UK). The total sample size was 25,142.

The questionnaire, translated and back-translated from English into 24 languages, underwent cognitive testing and pilot testing to aid completion by children. Interviews took place during spring and summer 2010 in children’s homes, were conducted face-to-face but with private questionnaire completion (computer-assisted or pen-and-paper)

for sensitive questions related to risk. Average interview time per child was 45 minutes. (Full details of the project's methods can be accessed at: www.eukidsonline.net).

Key features include:

- Two rounds of cognitive testing, in addition to piloting, to check thoroughly children's understandings of and reactions to the questions.
- Random stratified survey sampling of some 1000 children (9-16 years old) per country who use the Internet.
- Survey administration at home, face-to-face, with a self-completion section for sensitive questions.
- A detailed survey that questions children themselves, to gain a direct account of their online experiences.
- Equivalent questions asked of each type of risk to compare across risks.
- Matched questions to compare online with offline risks, to put online risks in proportion.
- Matched comparison questions to the parent most involved in the child's Internet use.
- Measures of mediating factors – psychological vulnerability, social support and safety practices.
- Follow-up questions to pursue how children respond to or cope with online risk.
- Inclusion of the experiences of young children aged 9-10, who are often excluded from surveys.

The design is comparative in several ways, comparing:

- Children's experiences of the Internet across locations and devices.
- Similarities and differences by children's age, gender and SES.
- A range of risks experienced by children online.
- Children's perception of the subjective harm associated with these risks.
- Children's roles as 'victim' and 'perpetrator' of risks.
- Accounts of risks and safety practices reported by children and their parents.
- Data across countries for analysis of national similarities and differences.

Note that findings reported for children across all 25 countries are calculated as the average across the particular 25 countries included in the project. In other words, when talking about 'Europe' below, it is distinct from although overlapping with the European Union (EU). The numbers reported for all 25 countries have been weighted to take into account the different size of the population in each country. Thus the findings for 'Europe as a whole' are intended to be as if a random sample of children had been drawn from all the participating countries.

Use and Activities

In the survey, children were asked in which locations they use the Internet, recognizing that it is possible that more private locations are associated with more experience of online risks. Further, in relation to safety, the location of use suggests which adults, if any, could mediate children’s experiences, whether encouraging them to take up opportunities or helping them to minimize risks.

Table 1 shows the results from various questions measuring Internet use and ways of accessing the Internet for the four Nordic countries individually and as a group (N4). It also shows the combined results for all 25 countries participating in the survey and how the four Nordic countries included in the survey rank on the list of those 25 countries.

Table 1. Use and Access

	DK	FI	NO	SE	N4	All 25	Country ranking			
							DK	FI	NO	SE
Use the Internet daily (%)	81	79	80	84	81	60	4	7	5	1
Age when used the Internet first (years)	7	8	8	7	8	9	1	4	6	2
Have access in own bedroom (%)	74	58	66	68	67	49	1	10	4	2
Have own PC (%)	35	23	34	46	36	35	12	23	14	6
Have own laptop (%)	59	33	62	46	49	24	3	7	2	5
Have Own PC or own laptop (%)	75	50	75	72	67	54	3	16	2	5
Have a mobile device (%)	17	12	31	22	21	12	6	12	1	4
Parents use the Internet daily (%)	84	87	96	91	90	49	4	3	1	2
Estimated daily Internet use (minutes)	113	95	114	113	109	88	6	12	3	5

QC303: How often do you use the Internet? QC302: How old were you when you first used the Internet? QC301: Looking at this card, please tell me where you use the Internet these days. QC300: Which of these devices do you use for the Internet these days? (*Multiple responses allowed*) QP215: Do you personally use the Internet? QP217: How often do you use the Internet? Time spent on the Internet is derived from QC304 and QC305: About how long do you spend using the Internet on a normal school day / normal non-school day?

Base: All children who use the Internet and one of their parents.

Across Europe, Internet use is thoroughly embedded in children’s daily lives with some 60% of children using the Internet daily. The Nordic countries as a group are all among those countries in which the highest proportion of children falls into the group of daily users, with an average of 81% of children being daily users. The lowest of them is Finland, which ranks number seven out of the 25 countries. In Europe as a whole, the respondents in the survey say that they were on average little more than nine years old when they started using the Internet. It is clear, however, that children are going online at an ever younger age, as the 16-year-olds say that they were on average around 11 years old when they started using the Internet, whereas the nine year olds say that they were on average only 7 years when they started. Simplified, the trend in recent years seems to have been that ever more children use the Internet and at an earlier age. The average age when respondents from the Nordic countries started to use the Internet is between seven and eight years or around 1½ years earlier than in Europe as a whole. However, there are signs that the rest of Europe is ‘catching up’ with the Nordic countries, as the difference in age of first use of the Internet

is smaller (around one year) for the youngest respondents than the oldest respondents (around two years).

Both in the Nordic countries and in Europe as a whole, the most common location of Internet use is at home. In the Nordic countries, only 3% of children say that they do not use the Internet at home compared with 14% of children in other European countries. The Nordic children also are more likely to have access to the Internet in their own bedroom (70%) compared with children in Europe as a whole (50%). The same applies to having one's own laptop or PC – this is more common in the Nordic countries than in Europe as a whole. But here we also see interesting differences within the Nordic countries, with Finnish children being less likely to say that they have their own PC or laptop, which also is in line with the fact that they are less likely to have access in their own bedroom. The same applies to the use of mobile devices. The Nordic children are more likely to use such devices than children in Europe as a whole, but within the four Nordic countries Finnish children are the least likely.

Parents in the Nordic countries stand out clearly in comparison with parents in other European countries when it comes to both using the Internet in general and using the Internet daily. Only 2% of the parents of Nordic respondents say that they do not use the Internet, compared with one in four parents in other European countries. Furthermore, some 90% of parents of Nordic respondents are daily users of the Internet compared with only half of parents in Europe as a whole. The idea of parents as digital immigrants thus does not seem to apply in the Nordic countries. The pattern observed in places where children use the Internet and the devices they use is also reflected in the time spent online (see Table 2), where the Nordic countries are all above average. Also, just as for having access in their own bedroom and for having their own laptop or PC, Finland is a bit of an outlier in the Nordic group, with lower average use than the other three countries. This high level of use, however, does not result in similarly high numbers of children reporting problems related to excessive use.

Table 2. *Time Spent Online and Excessive Use*

	DK	FI	NO	SE	N4	All 25	Country ranking			
							DK	FI	NO	SE
Estimated daily Internet use (minutes)	113	95	114	113	109	88	6	12	3	5
Report one or more type of excessive use (%)	36	26	41	35	35	30	9	18	7	10

Time spent on the Internet is derived from QC304 and QC305: About how long do you spend using the Internet on a normal school day / normal non-school day? QC144a-e: How often have these things happened to you? The percentage of children who answer 'fairly' or 'very often' to one or more of five statements on excessive use.

Base: All children who use the Internet.

Social networking has become one of the most popular activities online. Over one third of 9- to 12-year-olds and three quarters of 13- to 16-year-olds who use the Internet in Europe have their own profile on a social networking site. Some 57% of European 9- to 16-year-olds with an SNS profile use Facebook as their only or most used SNS, and it is the most popular SNS in 17 of the 25 countries and second most popular in another five countries (Livingstone, Ólafsson and Staksrud, 2011). The Nordic countries are all 'Facebook countries' (i.e. Facebook is the most popular social networking site), and

the percentage of children with a profile on a social networking site is well above the European average in all four countries.

Table 3. Children who Have a Profile on a Social Networking Site

	DK	FI	NO	SE	N4		Country ranking			
							DK	FI	NO	SE
Have a profile on SNS (%)	75	67	69	67	69	59	3	10	9	11

QC313: Do you have your OWN profile on a social networking site that you currently use, or not?

Base: All children who use the Internet.

Table 4 shows a range of questions about activities on the Internet for the four Nordic countries individually and as a group (N4). As in previous tables, it also shows the combined results for all 25 countries participating in the survey and how the four Nordic countries rank on the list of those 25 countries. Children do a range of diverse and potentially beneficial things online, and for Europe as a whole, the most common activity is actually using the Internet for schoolwork. In the Nordic countries, the most

Table 4. Children's Activities Online in the Past Month

% who have...	DK	FI	NO	SE	N4		Country ranking			
							DK	FI	NO	SE
Used the Internet for school work*	83	72	75	46	66	85	9	21	19	25
Played Internet games on your own or against the computer	90	84	70	74	79	83	3	10	25	24
Watched video clips	88	82	89	90	88	76	5	11	3	2
Visited a social networking profile	77	66	68	73	71	62	2	13	12	6
Used instant messaging	58	60	66	70	64	62	20	19	13	10
Sent/received email	63	72	58	66	65	61	13	5	19	9
Read/watched the news on the Internet	16	54	61	42	43	48	23	8	5	12
Played games with other people on the Internet	50	50	46	52	50	44	11	12	16	9
Downloaded music or films	39	39	37	30	35	44	18	19	21	24
Put (or posted) photos, videos or music to share with others	40	34	41	46	41	39	17	21	15	7
Used a webcam	33	22	39	30	31	31	10	19	4	12
Put (or posted) a message on a website	28	39	44	59	45	31	16	5	4	1
Visited a chatroom	24	22	26	37	29	23	12	15	9	1
Used file sharing sites	13	11	26	55	31	18	18	22	6	1
Created a character, pet or avatar	23	18	17	27	22	18	8	14	15	4
Spent time in a virtual world	25	25	24	31	27	15	4	5	6	2
Written a blog or online diary	8	13	12	19	14	11	19	6	8	4
Average number of activities	7,4	7,4	7,8	8,3	7,8	7,2	13	14	7	3

* Note that the timing of the data collection in the Nordic countries was somewhat more during and after school vacations than in most other countries participating in the survey.

QC102: How often have you played Internet games in the past 12 months? QC306a-d, QC308a-f and QC311a-f: Which of the following things have you done in the past month on the Internet?¹ (Multiple responses allowed)

Base: All children who use the Internet.

¹ To be sure that children understood these questions, most options included national examples. For instance, in the UK questionnaire, option 14 was phrased: "Used file sharing sites (peer-to-peer) (e.g. Limewire, Kazaa)."

frequently reported activity is watching video clips. This points to the importance of contextual information in cross-national comparative research. As it happens, the fieldwork in Finland, Norway and Sweden was carried out partially during and after summer holidays, which in all likelihood has affected the responses to this particular question.

Looking at Sweden as an example, the data collection started on the 27th of May and ended on the 20th of September so many of the children interviewed would simply not have been at school in the previous month. Also, looking at data from a recent PISA study (Skolverket 2011), it turns out that 15-year-old children in Sweden are no less likely to use the Internet for schoolwork than are children in other industrialized countries. The general pattern when comparing the list of activities both within the Nordic countries and when comparing the Nordic countries to Europe is in fact how widely the Nordic countries differ on many of the activities. Thus 90% of children in Denmark say they have used the Internet to play Internet games on their own or against the computer, which puts Denmark in 3rd place on the country ranking, but the corresponding figure for children in Norway is only 70%, putting Norway in the 25th and last place for this activity. Reading or watching news on the Internet is another example. This is reported by 61% of children in Norway but by 16% of children in Denmark. A third example is using file sharing sites, which is reported by 55% of children in Sweden, but 11% of children in Finland. It is of course a crude measurement of activities to only ask the children if they have or have not done certain things. Also, it is easy to imagine that some of the country differences have been caused by the somewhat ambiguous meaning of certain activities and the difficulty of translating them in an accurate way. However, it seems reasonable to think that at least in Denmark, Norway and Sweden this would have been easier than in most countries involved in the survey, given that those working on the translation could compare question phrasing within the Scandinavian language group. Having observed the differences in activities on the Internet reported by the Nordic respondents, it is interesting also to look at questions on skills (see Table 5).

Table 5. *Digital Literacy and Safety Skills*

% who say they can...	DK	FI	NO	SE	N4	All 25	Country ranking			
							DK	FI	NO	SE
Compare different websites to decide if information is true	51	79	72	67	67	56	18	1	2	5
Change filter preferences	33	36	22	32	31	28	9	7	22	11
Bookmark a website	79	88	87	87	85	64	7	1	4	3
Block unwanted adverts or junk mail/spam	58	69	49	62	60	51	11	1	17	6
Delete the record of which sites you have visited	55	76	60	56	61	52	15	3	10	12
Change privacy settings on a social networking profile	76	79	76	81	78	56	5	2	6	1
Block messages from someone you don't want to hear from	76	82	83	83	81	64	9	6	5	4
Find information on how to use the Internet safely	58	91	68	70	71	63	21	1	11	9
Digital literacy and safety skills (average number)	4,6	5,8	5,0	5,0	5,1	4,2	14	1	7	6

QC320 and QC321: Which of these things do you know how to do on the Internet? Please say yes or no to each of the following... If you don't know what something is or what it means, don't worry, just say you don't know. (The average number is out of the 8 skills).

Base: All children aged 11-16 who use the Internet.

It should be pointed out that the list of skills in Table 5 is in many ways just an extension of the list of activities, but with the underlying assumption that the things listed in Table 5 relate to a set of skills that can be linked to digital literacy. Here again we find a similar pattern as before; the Nordic countries as a group are above average compared with Europe as a whole, but when it comes to individual questions there are substantial differences between the Nordic countries. As an example, 79% of children in Finland say that they can ‘compare different websites to decide if information is true’ compared with only 51% of children in Denmark. It is in fact interesting that children in Finland have a high level of skills despite using the Internet less and having less private access than children in other Nordic countries. The Nordic countries as a group are above average for the 25 European countries for all of the skills asked about. The same applies to most of the countries individually, although respondents in Denmark are only around average. In fact the difference between respondents in Denmark and Finland is noteworthy, given that children in Denmark spend on average more time online and are more likely to have private access than children in Finland.

Risks and Harm

The EU Kids Online survey asked children both about risks encountered and also activities in which the child is the perpetrator. Table 6 lists the main areas of risks included in the survey. Looking across Europe as a whole, some 41% of European 9- to 16-year-olds have encountered one or more of these risks. The Nordic countries are all above this European average and in fact are among those countries in Europe where children are most likely to have encountered at least one of the risks measured in the survey. It should be noted here that in general risks, on the one hand, and use and activities, on the other, seem to go hand in hand. Therefore given the overall high level of use and activities in the Nordic countries, they should be expected also to be among the countries where encountering risks is at least above average. When it comes to the two activities associated with being a perpetrator (acting in a hurtful or nasty way towards others or sending sexual messages), the Nordic countries do not group together in the same way and in fact provide some interesting contradictions. Thus, children in Sweden are among those most likely to admit to having acted in a nasty or hurtful way towards others on the Internet, which is in accordance with the fact that children in Sweden are also likely to have been sent nasty or hurtful messages on the Internet. Danish and Norwegian children, however, are much less likely to admit to such behaviour, at the same time as they are just as likely as children in Sweden to receive such messages. Here again we might speculate on possible differences in translations or cultural differences in how willing respondents are to admit to what is allegedly a negative behaviour. But again it seems reasonable to assume that such differences would be smaller between Denmark and Norway, on the one hand, and Sweden, on the other, than between Sweden and Estonia, where children are (like in Sweden) both likely to say that they have been sent nasty or hurtful messages and likely to admit to having done so themselves.

Risk does not necessarily result in harm, as reported by children. Children who use the Internet were asked if they had encountered a range of online risks and, then, if they had been bothered by this, where ‘bothered’ was defined as something that “made you feel uncomfortable, upset, or feel that you shouldn’t have seen it.” Table 7 shows how

Table 6. Summary of Online Risk Factors

% who have...	DK	FI	NO	SE	N4	All 25	Country ranking			
							DK	FI	NO	SE
Seen sexual images on websites in past 12 months	28	29	34	26	29	14	4	3	1	6
Have been sent nasty or hurtful messages on the Internet in past 12 months	12	5	8	11	10	6	3	14	5	4
Seen or received sexual messages on the Internet in past 12 months (only 11+)	16	18	20	18	18	15	14	8	3	7
Ever had contact on the Internet with someone not met face to face before	42	49	49	54	49	30	8	4	5	1
Ever gone on to meet anyone face to face that first met on the Internet	12	12	15	18	15	9	12	11	6	3
Have come across one or more types of potentially harmful user-generated content in past 12 months (only 11+)	29	23	42	36	33	21	7	14	2	3
Have experienced one or more types of misuse of personal data in past 12 months (only 11+)	12	5	10	14	11	9	7	25	10	3
Encountered one or more of the above	56	55	61	60	58	41	6	7	3	4
Acted in a nasty or hurtful way towards others on the Internet in the past 12 months	11	15	9	18	4	3	16	8	17	2
Sent or posted a sexual message of any kind on the Internet in the past 12 months (only 11+)	1	3	2	12	5	3	22	13	19	1
Done either of these	2	4	4	12	6	4	25	12	16	1

Base: All children aged 11-16 who use the Internet.

children and parents in the Nordic countries answered three questions related to this. In a classic case of the ‘third person effect’ (Davison 1983), children are roughly four times more likely to say that there are things on the Internet that would bother other children (55%) compared to saying that there are things that have bothered them personally in the past year (12%).

Table 7. Online Experiences that Have Bothered Children

% who say...	DK	FI	NO	SE	N4	All 25	Country ranking			
							DK	FI	NO	SE
There are things online that bother children my age (child)	94	51	89	88	82	55	1	17	3	4
I have been bothered by something online (child)	28	14	23	23	22	12	1	11	3	4
My child has been bothered by something online (parent)	15	19	20	23	20	8	5	3	2	1

QC110: In the PAST 12 MONTHS, have you seen or experienced something on the Internet that has bothered you in some way? For example, made you feel uncomfortable, upset, or feel that you shouldn't have seen it. QP228: As far as you are aware, in the past year, has your child seen or experienced something on the Internet that has bothered them in some way? QC322: Do you think there are things on the Internet that people about your age will be bothered by in any way?

Base: All children who use the Internet and one of their parents.

When it comes to having been bothered by something online, the Nordic children on average are almost twice as likely as children in Europe as a whole to say they have been bothered. Children in Finland are considerably less likely than their counterparts in other Nordic countries to say this, but still are above average. Parents in the Nordic countries are also among those most likely to say that their children have been bothered by something online and so seem to accurately estimate the likelihood of such things happening to their children.

Mediation

Research has long examined the role of parents in relation to their children’s media use, typically distinguishing co-use – the parent is present, even sharing the activity with the child, (ii) active mediation – the parent talks about content (e.g., interpreting, critiquing) to guide the child, (iii) restrictive mediation – the parent sets rules that restrict the child’s use (e.g., by time or activities), (iv) monitoring – the parent checks available records of the child’s Internet use afterwards and (v) technical restrictions – use of software to filter, restrict or monitor the child’s use (see Livingstone, and Helsper, 2008; Nathanson, 2001; Valkenburg, Krccmar, Peeters and Marseille 1999).

Previous research has revealed a considerable generation gap, with parents reporting more mediating activities than are recognized by their children (Livingstone and Bober, 2006). This gap, in turn, has been interpreted as a sign of the barriers to parents’ taking responsibility for their children’s Internet safety – whether because parents and teenagers find it difficult to talk to each other, or because parents feel ill-equipped to understand the Internet, or because children fiercely guard their privacy online and so evade parental oversight. Some of the same questions regarding forms of mediation can also be asked of children’s friends. Previous research has often shown that children would rather turn to their friends than to an adult when something online bothers or worries them (Livingstone 2009). But little is known about whether or how children really support each other in terms of Internet safety.

One question was repeated across the contexts of parents, peers and teachers: Have your parents/teachers/friends ‘suggested ways to use the Internet safely?’. The outcome is shown in Table 8 for the four Nordic countries individually and as a whole (N4), as well as for all 25 countries participating in the survey.

Table 8. *Online Experiences that Have Bothered Children*

% of children who say that...	DK	FI	NO	SE	N4	All 25	Country ranking			
							DK	FI	NO	SE
...parents have suggested ways to use the Internet safely	67	70	70	60	66	63	9	3	4	17
...peers have suggested ways to use the Internet safely	23	39	29	31	31	44	24	13	20	19
...teachers have suggested ways to use the Internet safely	40	70	68	46	54	58	25	3	5	20

QC329c: Have your parents ever suggested ways to use the Internet safely? QC336c: Have your friends ever suggested ways to use the Internet safely? QC338d: Have your teachers ever suggested ways to use the Internet safely?

Base: All children who use the Internet.

It is possible, although difficult, to determine whether mediation works in the sense of reducing children's exposure to online risk or experiences of harm (Kirwil, 2009). As we have already observed, Nordic children are among those most likely to encounter risks and to be bothered by their online experiences. At the same time, they are just above average in reporting that their parents have suggested ways to use the Internet safely and below average in reporting that either their teachers or peers have done this.

Conclusions

Children in the Nordic countries were clearly quicker to go online than many of their counterparts in other European countries. It seems likely that this can largely be attributed to the fact that the Nordic societies had the necessary means (both in terms of infrastructure and general affluence) to provide children with the opportunity to go online. However there are clear signs that Nordic children no longer stand out in terms of the possibilities of accessing and using the Internet. This has important implications for how to interpret results from the early years of widespread Internet use among children.

The Nordic countries as a group are all among those countries where the highest proportion of children falls into the group of daily users, with an average of 81% of children being daily users. The main location of use has been the home, but in line with their early adoption of the Internet, Nordic children will most likely also be early adopters of mobile technologies. In mid-year 2010 when the survey was conducted, some 21% of Nordic Internet users said they had gone online using a handheld mobile device compared with 12% of Internet users in Europe as a whole.

When it comes to activities online and digital skills, the Nordic children are above average but only barely. In fact there is a notable difference between the four Nordic countries when it comes to individual activities. For digital skills, the Nordic children are more clearly ahead of children in most European countries, but perhaps not more than would be expected given the high level of use, the early age at which they start using the Internet and the level of use among parents.

Previous research as well as findings from the EU Kids Online study have shown that risks and opportunities usually go hand in hand on the country level (Hasebrink, Livingstone, Haddon and Ólafsson, 2009; Lobe, Livingstone, Ólafsson and Vodeb, 2011). This is the case for the Nordic countries as well. Children in those countries are relatively high users and use the Internet for a wide range of activities (compared with children in Europe as a whole), and they are also relatively likely to have encountered risks. It is a worthwhile task for the Nordic societies to seek ways to achieve high levels of activity and a high level of skills without the high probability of encountering risks.

Notes

1. The author would like to thank the members of the EU Kids Online network for their collaboration in developing the design, questionnaire and ideas underpinning the findings presented here.
2. Finnish participation was separately funded by the Finnish Ministries of Education and Culture and of Transport and Communications.
3. The Danish, Norwegian and Swedish languages are similar to the extent that the people of these countries can understand each other, but the same does not apply to Icelandic even though the linguistic roots of all four languages are the same.

References

- Bakardjieva, M. (2005) *Conceptualizing User Agency. In Internet Society: The Internet in Everyday Life* (pp. 9-36). London, Sage.
- Briggs, A. and Burke, P. (2005) *A Social History of the Media*. Cambridge, Polity Press.
- Carlsson, U. (2010) 'Young People in the Digital Media Culture: Global and Nordic Perspectives', in Carlsson, U. (ed.) *Children and Youth in the Digital Media Culture. From a Nordic Horizon*. Gothenburg: NORDICOM.
- Davison, W.P. (1983) 'The Third-person Effect in Communication', *Public Opinion Quarterly*, 47(1), 1-15.
- Drotner, K. (2010) 'Democratic Digital Literacies. Three Obstacles in Search of a Solution' in Carlsson, U. (ed.) *Children and Youth in the Digital Media Culture. From a Nordic Horizon*. Gothenburg: NORDICOM.
- Hasebrink, U., Livingstone, S., Haddon, L and Ólafsson, K (eds) (2009) *Comparing Children's Online Opportunities and Risks Across Europe: Cross-national Comparisons for EU Kids Online*. London: EU Kids Online.
- Hantrais, L. and Mangen, S. (1996) 'Method and Management of Cross-National Social Research', in Hantrais, L. and Mangen, S. (eds.) *Cross-national Research Methods in the Social Science*. New York and London: Pinter.
- Helsper, E., and Eynon, R. (2010) 'Digital Natives: Where is the Evidence?', *British Educational Research Journal*, 36(3), 502-520.
- Henten, A. and Kristensen, T.M. (2000) 'Information Society Visions in the Nordic Countries', *Telematics and Informatics* 17, 77-103.
- Kirwil, L. (2009) 'Parental Mediation of Children's Internet Use in Different European Countries', *Journal of Children and Media*, 3(4), 394-409.
- Lee, L. (2005) 'Young People and the Internet: From Theory to Practice', *Young*, 13(4), 315-26.
- Livingstone, S., Ólafsson, K. and Staksrud, E. (2011) *Social Networking, Age and Privacy*. London: EU Kids Online.
- Livingstone, S. and Helsper, E. (2010) 'Balancing Opportunities and Risks in Teenagers' Use of the Internet', *New Media & Society*, 12(2), 309-329.
- Livingstone, S. (2009) *Children and the Internet: Great Expectations, Challenging Realities*. Cambridge: Polity.
- Livingstone, S. (2010) 'e-Youth: (Future) Policy Implications: Risk, Harm and Vulnerability online.' Keynote at *e-Youth: Balancing Between Opportunities and Risks*. University of Antwerp, May 2010. <http://eprints.lse.ac.uk/27849/>
- Livingstone, S., and Helsper, E.J. (2008) 'Parental Mediation of Children's Internet Use', *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52(4), 581-599.
- Livingstone, S. (2003) 'On the Challenges of Cross-national Comparative Media Research', *European Journal of Communication*, 18(4), 477-500.
- Livingstone, S., and Haddon, L. (2009) *EU Kids Online: Final Report*. London, EU Kids Online
- Livingstone, S., and Haddon, L. (2009a) *Kids online: Opportunities and Risks for Children*. Bristol: The Policy Press.
- Livingstone, S., and Bober, M. (2006) 'Regulating the Internet at Home: Contrasting the Perspectives of Children and Parents', in Buckingham, D. and Willett, R. (eds.) *Digital Generations* (pp. 93-113). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Lobe, B, Livingstone, S, Ólafsson, K and Vodeb, H. (2011) *Cross-national Comparison of Risks and Safety on the Internet: Initial Analysis from the EU Kids Online Survey of European Children*. London: EU Kids Online.
- Nathanson, A.I. (2001) 'Parent and Child Perspectives on the Presence and Meaning of Parental Television Mediation', *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 45(2), 201-220.
- Prensky, M. (2001) 'Digital Natives, Digital Immigrants', *On the Horizon*, 9(5): 1-2.
- Przeworski, A. and Teune, H. (1970) *The Logic of Comparative Social Inquiry*. New York: Wiley-Interscience.
- Samgönguráðuneytið (1991) *Lífæðar lands og þjóðar. Samgöngur og fjarskipti á nýrri öld* [Transport and communication in a new millenium]. Reykjavík, Samgönguráðuneytið.
- Skolverket (2011) *Eleverna och nätet. PISA 2009 om 15-åringars förmåga att söka, läsa och värdera digital information* [The Students and the Internet. PISA 2009 on 15-year-olds' ability to search, read and evaluate digital information]. Stockholm: Skolverket, Rapport 361
- Valkenburg, P.M., Kremer, M., Peeters, A.L., and Marseille, N.M. (1999) 'Developing a Scale to Assess Three Different Styles of Television Mediation: 'Instructive Mediation', 'Restrictive Mediation', and 'Social Coviewing', *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 43(1), 52-66.

Online Habits of Finnish Children

Use, Risks and Data Misuse

Reijo Kupiainen, Annikka Suoninen & Kaarina Nikunen

Finland is known as one of the worlds' leading countries in digital technology and education. According to Statistics Finland (Official Statistics of Finland 2010), 86% of Finns are Internet users, and every second Finn uses the Internet several times a day. Consumer Survey 2011 (Suomen virallinen tilasto 2011) shows that nearly 90% of households have a computer and about 80% have access to the Internet. Around 90% of households have a mobile phone as well.

Finnish children are living in a digital media environment that is saturated not only by the Internet and mobile phones, but also by television, sound recordings, radio, video games, books and magazines. Even children under 1 year may play digital games (Suoninen 2011b, 9-10). Moreover, 58% of 9- to 16-year-olds use the Internet in their own bedrooms at home, while 39% use it at home but not in their bedrooms (Livingstone et al. 2011, 21).

In the present article, we provide a general overview of Internet use among Finnish children and youth. The article is based on two surveys: EU Kids Online in Europe, and Children's Media Barometer in Finland. The EU Kids Online survey comprised a sample of 25,142 children aged between 9 and 16 years from 25 European countries. In Finland, the EU Kids Online sample was composed of 1,017 children and youth. This survey also included an interview with one parent of each child.

Children's Media Barometer is a study of the media use of 0- to 8-year-old children, which was conducted by interviewing children and observing their media environment. A questionnaire was also administered to their parents; 743 parents answered the national survey. Here, we use some of the statistical findings from this survey. The study was conducted by the Finnish Society of Media Education.

Children, Gender and Internet Use

Finland is an Internet-intensive country where children have grown up as digital natives. According to Children's Media Barometer (Suoninen 2011a), one-third of children between the ages of 0 and 8 use the Internet at least once a week and 44% of children in this age group were allowed to use the Internet at home (ibid. 16). This survey demonstrates that Internet use usually begins at the age of 4 or 5, when at least 50% of children go online occasionally. The use of the Internet becomes more common in the pre-school

years, around the age of 6. By 7-8 years of age, 70% of children used the Internet on a weekly basis (Suoninen 2011b, 14). However, this does not imply that children go on the Web alone without surveillance. They actually begin their Internet use and digital life with their parents and siblings. They have their first experience of the Internet when they sit on their parents' lap when parents are surfing the Web or social networking sites.

However, younger children have their own media preferences on the Internet as well. According to parents, the most popular website for 0- to 2-year-old kids is YouTube (Suoninen 2011a, 27). Older kids visit websites of children's television programmes or different gaming sites; the most popular websites are *Pikku Kakkonen*, a TV magazine show for children produced by the Finnish public service broadcasting company YLE. *Pikku Kakkonen* is a familiar and safe TV programme that many parents also watched when they were children. The programme started in 1977 and nowadays the daily show is also available on the Internet.

Among children in the age group 9-16 years in Finland, 79% use the Internet every day or almost every day, while 19% use it once or twice a week (Livingstone et al. 2011, 25). It is notable that parents of younger children responded that they use the Internet more often than their children. This shows that the Internet is an important media environment in everyday life for adults as well, and that parents and children share the digital lifestyle.

However, parents do restrict and regulate children's use of the Internet in various ways. For instance, 86% of parents of 3- to 8-year-olds stated that they have certain rules for children's Internet use. Typically, they restrict the time for using the Internet or a particular time of the day when children can be online (Suoninen 2011a, 29). Restrictive mediation of child's Internet use was common among older children as well; 90% of parents of 9- to 16-year-olds reported that they followed some restrictive practices (Livingstone et al. 2011, 110). Restrictions are not, however, the only way to control a child's Internet use. In addition, parents check available records of the child's Internet use and use certain software or parental controls to filter or monitor it. Active mediation is also used; for example, 94% of parents reported that they talk with their 9- to 12-year-old children about what they do online, while 85% have the same talk with older children in the age group 13-16 years. However, it is notable that 15% of families of 13- to 16-year-olds do not have a common discussion culture about Internet use.

According to the EU Kids Online survey 69% of parents reported that they monitored their children's Internet use by checking the websites they visited, their profiles on social networking sites or online communities, their friends or contacts on the social networking sites, or their messages in email or instant messaging. However, only 39% of 9- to 16-year-olds reported that their parents use this kind of monitoring, and 12% said that they were not aware of whether their parents were monitoring. Especially the 15- to 16-year-olds and their parents were in disagreement: 65% of the older teenagers said that their parents were not monitoring their Internet use, while 60% of parents confirmed that they were. This significant disagreement may be due to the fact that teenagers are not aware of their parents' monitoring, and hence these issues are not discussed openly in the family. In the case of older teenagers, this kind of secret monitoring, however, can raise questions about privacy issues: Do parents have the right to monitor the contacts and messages of their 15- to 16-year-old children and what kind of rights do young people have in their families? Other reasons could certainly be parents' tendency to overemphasize their role in monitoring children's Internet use.

Finland is largely known as the ‘mobile phone nation’ because of Nokia Corporation, one of the biggest mobile phone producers in the world. Therefore, it is somewhat surprising that only one-fourth of the children use mobile phones and 12% other handheld portable devices for accessing the Internet. In Europe, using mobile phones and handheld devices to access the Internet is most common in Norway, the UK, Ireland and Sweden. The mobile use for the Internet in Finland is clearly lower than in other Nordic countries and near the country average for other European countries. (Livingstone et al. 2011, 23).

One possible reason for lesser use of mobile phones for Internet is that children can comfortably access Internet in their homes and schools; hence, it is not necessary to use other small-screened, portable devices and incur additional costs for mobile phone use. Another reason could be that children in Finland use the Internet mainly for gaming and watching videos, while mobile phones are more suitable for social networking.

At the European level, use of the Internet for school work is the top online activity. But because part of the interviews in Finland were made in June, the results are not comparable. The question for children was “how often you have done it [used the Internet for school work etc.] in the *past month*”. In Finland, the children’s summer vacation usually starts in the beginning of June, and May is a rather “free time” at school as well. For this reason, the results from Finland are a bit different. The most popular Internet activities among Finnish kids are playing games alone (84% have done this in the past month), watching video clips (82%), receiving and sending email (72%), using the Internet for school work (72%) and visiting social networking sites (66%).

It seems that the habits of Internet use emerge at an early age. According to the Children’s Media Barometer data, little children begin their online life by watching videos on YouTube and other Internet sites. Then, 5- to 6-year-olds begin gaming on the Internet and by 7-8 years of age, over half of Finnish children play digital games on the Internet at least once a week.

Gendered differences

In digital gaming, the differences in Internet use between boys and girls are significant across all age groups. For example, in the 13-16 age group, 41% of boys and only 8% of girls played games on the Internet every day or almost every day. Gaming seems still to be a boys’ hobby, and gender differences are significant, especially with regard to the heavy gamers. However, this does not mean that girls do not play. A quarter of 13- to 16-year-old girls played games on the Internet once or twice a week, and 34% played once or twice a month. The varying interest in gaming appears quite early in the children’s life; according to the Children’s Media Barometer data, boys start playing digital games at a younger age as compared to girls and they play more often as well. At age 5, over 50% of boys play digital games at least weekly while less than a quarter of girls of the same age play that often. At age 7-8, 30% of boys and 16% of girls play digital games daily or almost daily, and 39% of boys and 25% of girls play Internet games at least three times a week.

It was also established that Finnish children use the Internet for content consumption and friendship-driven social networking. More unusual is interest-driven participation and co-production of the content. Many scholars (Jenkins 2004; 2006, Baym 2006) have emphasized the emergence of a ‘participatory culture’ that accelerates and sup-

ports a variety of 'online content creation'. YouTube and other social network sites like MySpace and DeviantArt enable young people to post, share and discuss media works. However, the EU Kids Online data demonstrate that young people are not so keen to publish and share their own media content on the Internet. For example, only 13% of children and youth in Finland said that they write a web log or online diary. Here, the gender differences are also evident. Writing a web log is a girls' 'thing'; 27% of girls in the 13-16 age group and only 9% of boys in the same group reported writing a blog.

One of the reasons for the popularity of web logs among teenage girls is the so-called style or fashion blogs. A Finnish finder server for blogs, 'Blogilista', includes almost 3,000 tags under the word 'fashion', over 2,000 tags under the word 'lifestyle' and over 1,500 tags under the word 'style'. Interest in fashion and lifestyle begins earlier on social networking sites like GoSupermodel. According to the Children's Media Barometer data, this site was one of the ten most popular websites among 7- to 8-year-old girls, and it is still more popular among somewhat older girls.

GoSupermodel or 'GoSu' appears in eight languages and is produced by the Danish online media entertainment company watAgame. GoSu is pronouncedly an online *girlie* space that allows girls to connect to self-presentation, appearance, makeup and fashion. The site draws on the Barbie and Bratz culture, with a mixture of traditional femininity and girl power, expanding it to the online world. GoSu includes a range of activities such as gaming, chatting, decorating one's room, making and buying fashion magazines as well as buying clothes, either with the money earned in games or with real money.

GoSu includes games of makeup and dress-up, mostly played alone. Only one game, which involves a photo shooting session, allows you to play with other members. GoSu seems to follow the trend of gendered online activities, as the EU Kids data showed that both girls and boys play games on the Internet. However, gaming with others is far more popular among the boys, whereas girls tend to play alone (Livingstone et al. 2011, 34).

In addition, GoSu addresses young girls as creators of fashion by taking advantage of the popularity of various fashion blogs on the Internet. Young girls are active bloggers, and GoSu also uses this aspect by creating space for them to write stories.

One of the activities encouraged by the template includes producing magazines. Girls create magazines with different kinds of stories of their hobbies, celebrities and friendship issues. The readymade magazine format is easy to fill with one's own content. These magazines are then bought and reviewed by other members of the site.

GoSu highlights the gendered nature of Internet use among children and youth. Networking sites such as GoSu are marketed for and targeted at specific gendered age groups, thus making use of and highlighting the various differences between boys' and girls' online activities.

Risks and Safety on the Internet

The EU Kids Online research (Livingstone et al. 2011, 139) showed that the more children use the Internet daily, the more likely they are to have encountered risks. EU Kids Online classified the risks of harm to children based on their online activities, for example, pornographic content, racist or hateful content, meeting new people on the Web, harassment and stalking, 'grooming', personal data misuse, bullying, 'sexting' and potentially harmful user-generated content like pro-anorexia websites. However,

risks do not necessarily mean harm in any case. Some of the activities could also be beneficial, such as meeting new people online. Sometimes, of course, when children lack the necessary digital, social and protective skills, these risks may pose a danger.

Finland, like other Nordic countries, is one of the ‘risk countries’; however, risks are seldom perceived as harmful when compared to Norway, Sweden and Denmark. Children and youth believe that they are savvy and skilful Internet users.

Like in other European countries, the most common risk activity among Finnish children is communicating online with new people whom they have never met face-to-face. Half of the children and youth surveyed have communicated with ‘online only friends’. But their experiences were positive. These online friends are mostly friends of friends or of family members. Only 12% of Finnish children had met an online contact in person in the past year, but these were mostly cases of friends of somebody whom they already knew. However, 1% of the children were bothered by these offline meetings, and only one girl was slightly upset after having met with a girl of her own age.

Pornography was another huge risk; 37% of the children reported that they had seen images that were ‘obviously sexual – for example, showing people naked or people having sex’. Among Finnish children, 29% had seen sexual images on the Internet. Other media outlets through which they had seen sexual images included books, magazines, television, movies and DVD. Internet is as common a source for sexual images, as is television, film or video. Of the children who had seen these images, 20% were bothered by them (ibid. 51, 56).

Other risks are more unusual. For example, 5% of Finnish children had encountered online bullying. The EU Kids Online data demonstrated that bullying is more common offline than online (ibid. 63). In Finland, 10% of children had encountered offline bullying. A bit surprising was the finding that nearly 36% of children who had encountered bullying were not at all upset with what had happened. To some extent, it appears that bullying is a part of everyday life and the Internet has a role to play in this. However, we have no evidence to show that bullying is more common in the age of Internet and mobile phones.

Some online risks can be combated using digital and media skills. Remarkably, Finnish children claim to know the most digital and safety skills in Europe (see Kjartan Ólafsson’s article in this volume, Table 5). Finnish children reported that they have mastered on average almost six of the above-mentioned skills. The average in Europe was 4.2 skills (Livingstone et al. 2011, 28).

According to the study, although Finnish children are skilled Internet users, they do not have so many online activities as compared to children in other European countries where the average number of digital skills is high. The EU Kids Online report claims that ‘in countries where children do a wider range of activities online they also have more digital skills’ (ibid. 142). However, this is not true in Finland. Children in Finland generally appear to be more consumer-oriented Internet users who play games and watch videos, as mentioned previously.

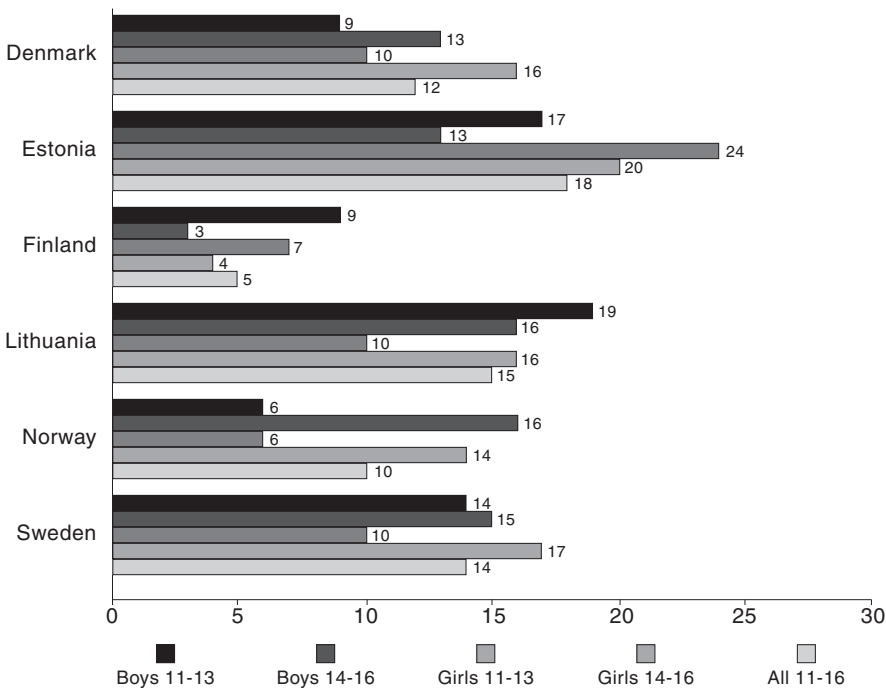
Data Misuse from the Nordic Perspective

There are interesting differences with regard to personal data misuse between some Nordic and Baltic countries in the EU Kids Online data. In the survey, respondents aged 11 and

older were asked if somebody had, in the past 12 months, used their personal information in a way they did not like, if somebody used their password to access their personal information or to pretend to be him/her, or if they had lost real money by being cheated on the Internet.

Among 25 European countries in the EU Kids Online study, Finnish children and teenagers had experienced this kind of data misuse least often (Figure 1). Only 5% of Finnish respondents reported having experienced data misuse in the past year, while the international country average was 10%. Interestingly enough, experiences of data misuse were above average in all other Nordic and Baltic countries except in Finland; 10% of Norwegian respondents and 12% of Danish respondents said that they had experienced misuse of personal data. Of the 25 countries participating in this study, data misuse was most common in Estonia (18%), Lithuania (15%) and Sweden (14%).

Figure 1. Data Misuse in Nordic and Baltic Countries



There is, however, no simple explanation as to why some children and teenagers have experienced misuse of personal data on the Internet while others have not, as the victims of data misuse are not from the same age group in all the countries. In Finland, data misuse was experienced more often by younger children than by teenagers, while the opposite was true in Norway. In Estonia and Denmark, girls were victims of data misuse more often than boys. In Lithuania and Sweden, experiences of data misuse were less common among younger girls than boys or older teenagers, while the most common victims were younger boys in Lithuania and older girls in Sweden.

On an international scale, certain types of Internet behaviour seemed to be connected with the occurrence of data misuse. Data misuse was experienced more often by those who were in direct contact, at least once a month, with persons whom they had never met face to face, either by sending a photo or video of themselves, by sending personal

information (e.g., full name, address or phone number) or by adding these people to their friends list or address book. This kind of behaviour was far more common among Lithuanian, Estonian and Swedish children and teenagers than those from Norway, Finland or Denmark. In fact, the percentage of Lithuanian and Estonian respondents with this kind of direct weekly contact with Internet acquaintances was higher than those with this kind of contact on a monthly basis in Norway, Finland or Denmark.

Conclusion

To sum up, it appears that the Finnish children live in a highly media-saturated environment. They start using the Internet at an early age, and this practice is more frequent among Finnish children and youth than in Europe on average. This puts Finnish children in the high-risk group in terms of online vulnerability. However, at the same time, Finnish children possess the best digital skills in Europe, skills that enable them to deal with the possible risks and dangers of the online world. Therefore, risks faced by Finnish children and youth are rarely harmful.

Interest in online culture is shared in the family: both parents and children are active Internet users. However, while parents monitor and control children's use of the Internet, there seems to be disagreement and uncertainty as to the extent to which parents monitor their children. This suggests that the issue of monitoring Internet use and content surfed is not adequately discussed within Finnish families.

References

- Baym, N. (2006) 'The Emergence of On-line Community', in Jones, S. (ed.) *Cybersociety: communication and community*, Newbury Park: Sage, 35-68.
- Jenkins, H. (2004) The Cultural Logics of Convergence Culture. *International Journal of Cultural Studies* 7(1)33-43.
- Jenkins, H. (2006) *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for 21st Century*. MacArthur Foundation, http://digitalllearning.macfound.org/atf/cf/%7B7E45C7E0-A3E0-4B89AC9C.../JENKINS_WHITE_PAPER.PDF
- Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A. and Ólafsson, K. (2011) *Risks and Safety on the Internet. The Perspective of European Children. The London School of Economics and Political Science*. <http://www.eukidsonline.net>. (20/4/2011).
- Official Statistics of Finland (OSF) (2010) Use of Information and Communications Technology. Helsinki: Statistics Finland. http://www.stat.fi/til/sutivi/2010/sutivi_2010_10-26_tie_001_en.html. (12/04/2011).
- Suomen virallinen tilasto (SVT) (2011) Kuluttajabarometri. Maaliskuu 2011, Liitekuvio 14. Tietokoneen ja internet-yhteyden yleisyys kotitalouksissa 2/2001-2/2011. Helsinki: Tilastokeskus. http://www.stat.fi/til/kbar/2011/03/kbar_2011_03_2011-03-28_kuv_014_fi.html. (12/4/2011).
- Suoninen, A. (2011a) 'Lasten mediankäytöt vanhempien kertomana', in Kotilainen, S. (ed.) *Children's Media Barometer. The Use of Media Among 0-8-year-olds in Finland. The Finnish Society on Media Education*. <http://en.mediakasvatus.fi/publications/>, pp. 15-44. (29/04/2011).
- Suoninen, A. (2011b) 'Children's Media Use as Described by Their Parents', in Kotilainen, S. (ed.) *Children's Media Barometer. The Use of Media Among 0-8-year-olds in Finland. The Finnish Society on Media Education*. <http://en.mediakasvatus.fi/publications/>, pp. 9-14. (29/04/2011).

REIJO KUPIAINEN, Ph.D., Researcher, Department of Art and Media Pori, Aalto University, reijo.kupiainen@aalto.fi

ANNIKA SUONINEN, Ph.D., Lic.Soc.Sc, Researcher, Research Centre for Contemporary Culture, University of Jyväskylä, annikka.suoninen@jyu.fi

KAARINA NIKUNEN, D.Soc.Sc., Researcher, School of Communication, Media and Theatre, University of Tampere, kaarina.nikunen@uta.fi

Norske barn på Internett

Høy risiko – lite skade?

Elisabeth Staksrud

De siste 25 årene har det skjedd tre parallelle utviklinger i Norge, og i resten av Europa: 1) Barns rettigheter er blitt styrket, gjennom FNs barnekonvensjon fra 1989, gjennom et omfattende europeisk og nasjonalt lovverk, og gjennom offentlig debatt og holdningsendringer i befolkningen; 2) Internett som informasjons-, kommunikasjons-, og underholdningsteknologi har blitt en sentral del av livet til befolkningen generelt og barn og unge spesielt, med en påfølgende bekymring for hvilken risiko som knyttes til dette; 3) De etablerte institusjonene hvis formål er å beskytte barn mot risiko fra mediene, som filmsensur-organer, har gjennomgått en transformasjon i de skandinaviske velferdsstatene: fra offentlige etater med rett og plikt til å kontrollere barns tilgang til potensielt skadelig og uønsket innhold gjennom forbud, sensur og adgangsrestriksjoner, til rådgivende organer med fokus på barns egen mediekompetanse. Denne endringen er både praktisk og symbolsk: Statens filmtilsyn i Norge er blitt 'avdeling for brukertrygghet' under det nye Medietilsynet (fra 2005), Statens biografbyrå i Sverige er blitt en del av 'Statens Medieråd' (fra 2011) og i Danmark ble Statens Filmsensur erstattet med 'Medierådet for Børn og Unge (i 1997) [forfatters utheving].

Skiftet fra statlige tiltak for å kontrollere barns mediebruk til en økt vekt på anbefalinger, kan sees i sammenheng med en endring i barns status. Som i resten av Skandinavia står barns rettigheter og ideen om deres autonomi sterkt. I Norge er det, sammenliknet med andre land, i særlig grad barns *selvstendighet* som oppleves som viktig. 91% av norske foreldre (2007) mener utvikling av barns selvstendighet er en svært viktig del av oppdragelsen, noe som ser ut til å være høyest i verden.¹ I denne virkeligheten, med bekymring for barns sikkerhet, mindre regulatoriske muskler hos staten og krav knyttet til barns rett til deltakelse og selvstendig bruk, blir informasjon viktig for å utvikle gode tiltak som øker sjansen for en trygg netthverdag. Informasjonsbasert policy er derfor blitt et mantra, på nasjonalt nivå og i EU/EØS, og det blir derfor i stor grad gitt støtte til informasjonsfremmende tiltak. For slike tiltak er statistiske undersøkelser nyttige, da de oppleves som å gi håndfaste svar om hvilke problemer man har, hvor stort problemet er og hvilke risikofaktorer som vil kunne påvirke graden av skadevirkninger.

I Norge har det siden SAFT-undersøkelsen i 2003 (Staksrud, 2003) vært gjennomført jevnlig representative undersøkelser om barns bruk av Internett i et risikoperspektiv. Disse undersøkelsene, støttet av Barne- og likestillingsdepartementets tiltaksplan for

Barn, unge og Internett (Barne- og familiedepartementet, 2001) og gjennomført av Medietilsynet i Norge, har ført til at man har hatt en relativt god oversikt over situasjonen. Det man ikke har visst, er hvordan norske barns risikoadferd på nett er sammenlignet med barn i andre land.

I denne artikkelen presenteres en utdypning av funn fra Eukids II-undersøkelsen, slik disse er rapportert i prosjektets sammenliknende rapport (Livingstone, et al., 2011a). Norske barn og unges erfaringer med Internett generelt og risikosituasjoner spesielt blir presentert, og forskjeller i alder, kjønn og sosioøkonomisk status blir undersøkt. I tillegg sammenliknes funnene fra Norge med funn fra 24 andre europeiske land for å skape et bilde av hvor omfattende norske barns risikoadferd på nettet er. Er deres adferd noe 'alle barn' gjør, eller er det noe spesielt med Norge? Fokus er på barnas egen opplevelse og evaluering av risikosituasjoner, og hvilke konsekvenser dette kan ha.

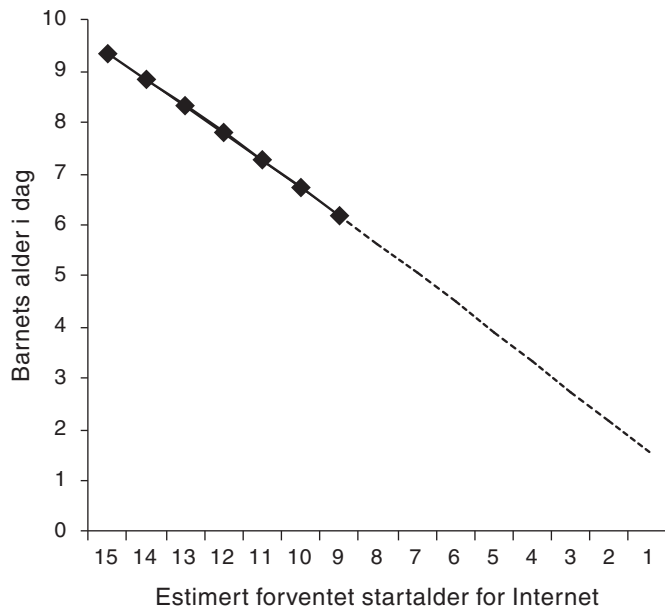
Bruk

Hvor bruker norske barn Internett? Hjemmet har lenge vært den vanligste arenaen for norske barns Internettbruk, og mange trygg bruk-råd er basert på denne vissheten. Eukids-studien bekrefter tidligere tall: nesten alle norske barn som bruker Internett gjør dette hjemme, i et fellesrom (90%) eller på eget rom (66%). Sammenliknet med resten av Europa er norske barns hjemmebruk langt over gjennomsnittet (63% for bruk i fellesrom og 49% for bruk på eget rom). Også når det gjelder skolen ligger Norge høyt: 87% bruker Internett på skolen i Norge, mens gjennomsnittet er 63%. Det eneste stedet norske barn bruker Internett *mindre* enn det europeiske gjennomsnittet er på Internettkafé. Bare 4% av norske barn oppgir slik bruk mot 12% for hele Europa.

Den vanligste *teknologien* norske barn bruker for å få tilgang til Internett er egen bærbar PC (62%). Her ligger norske barn langt over det europeiske gjennomsnittet på 35%. Deretter følger mobiltelefonen (37% mot 31%) og spillkonsoller (32% mot 26%). Norske barn ligger på topp i Europa når det gjelder tilgang til Internett via håndholdt teknologi. 31% av disse oppgir å bruke slik teknologi, etterfulgt av britiske (26%), irske (23%) og svenske (22%) barn. Norske barn er derimot under gjennomsnittet når det gjelder tilgang via Tv (17% mot 32%).

Det å bruke Internett er med andre ord ikke lenger knyttet til å bruke en datamaskin, både mobiltelefonen, spillkonsoller og håndholdt teknologi brukes av norske barn i relativt stor grad. Summert bruker norske barn i snitt tre ulike teknologiske løsninger for å komme seg på nett. Dette er så vidt over det europeiske gjennomsnittet (2.5), og kan virke overraskende gitt norske barns generelt høye bruk. Forklaringen kan ligge i den svært høye tilgangen til egen bærbar maskin, da denne gjennom sin portabilitet kan erstatte flere andre typer tilgangsapparater.

Når det gjelder *når* norske barn *begynner* å bruke Internett er gjennomsnittsalderen åtte år. Dette er ett år tidligere enn det europeiske gjennomsnittet, men etter Danmark og Sverige hvor gjennomsnittlig startalder er syv år. Det er ingen forskjell mellom gutter og jenter, mens familier med lav SØS utsetter starten med ett år. Funnene viser også at startalderen er i ferd med å synke dramatisk. Mens gjennomsnittlig startalder for de som i dag er 15-16 år var ti år, startet de som i dag er ni og ti år å bruke Internett da de var seks. Vi forventer at startalderen for nettbruk i Norge vil falle ytterligere, som vist i figuren under.

Figur 1. Estimert forventet startalder for bruk av Internett, Norske barn²

Man kan med andre ord forvente at de barna som ble født i 2010 vil ha sine første erfaringer med Internett når de er 18 måneder gamle.

Hvor *ofte* er norske barn på nettet? Dette er interessant fordi bruksfrekvens gir en god indikasjon på hvor sentral nettbruken er i barns liv. Daglig eller nesten daglig bruk kan være en indikasjon på at Internettbruk er en integrert del av barnets liv, for eksempel ved at man bruker nettets mange muligheter til slikt som skolearbeid, og ikke minst som en måte å ha kontakt med venner på.

97% av alle norske barn bruker Internett hver dag eller nesten hver dag. Dette resultatet er blant de høyeste i Europa, sammen med Belgia og Estland (begge 99%), Sverige og Finland (begge 98%) og Danmark og Nederland (begge 97%). Det er ingen forskjell mellom gutter og jenter, men bruken øker sterkt med alder. 50% av ni-ti-åringene bruker Internett hver dag, dette øker til 98% hos 15-16-åringene. De yngste gruppene har i større grad en ukentlig bruk. Det er få (4%) som bruker Internett mindre enn ukentlig. Bare 1% av alle barn oppgir at de bruker Internett mindre enn en til to ganger per måned.

Når det gjelder *hvor mye* barna bruker Internett, er dette igjen noe som øker med alder. Gjennomsnittlig tid som brukes for hele aldersgruppen (ni-16 år) er ca. to timer hver dag, noe som er betydelig mer enn det europeiske gjennomsnittet på 88 minutter. Det er ingen kjønnsforskjeller når det gjelder tiden som brukes på Internett. Alder påvirker tidsbruken mest. Mens de yngste bruker omtrent en time på Internett hver dag, øker dette til to timer for 13-14-åringene og til i gjennomsnitt tre timer for 15-16-åringene. Man ser også noen forskjeller når det gjelder SØS, barn fra familier med den laveste SØS bruker Internett mer enn de med middels og høy SØS.

Hva er det så barn og unge bruker tiden på nettet til? I gjennomsnitt gjør norske barn åtte ulike ting på Internett i løpet av en måned. Det er ingen forskjeller i antall aktiviteter mellom gutter og jenter, men eldre barn har i gjennomsnitt flere aktiviteter (ni)

enn de yngre barna (seks). Den mest populære aktiviteten (89%) er å se på videoklipp (for eksempel på YouTube), fulgt av å bruke Internett til skolearbeid (75%). Også ulike former for spill er populært, 70% av alle barn og over 80% av guttene har spilt spill på Internett alene/mot datamaskinen, mens ca. halvparten har spilt spill sammen med andre via Internett.

I resten av Europa er de fire mest populære aktivitetene de samme, men i en annen rekkefølge. For det europeiske gjennomsnittet er den vanligste aktiviteten å bruke Internett til skolearbeid (85%), deretter å spille spill alene (83%), mens å se på videoklipp er den tredje mest populære aktiviteten (76%). Sosiale nettsamfunn som Facebook er også svært populære, 68% av alle barn og omtrent 90% av 13-16-åringene har besøkt et slikt samfunn den siste måneden.³

Det er også en del kjønnsforskjeller. Jenter bruker i større grad enn gutter Internett til å gjøre skolearbeid, besøke sosiale nettsamfunn, bruke MSN eller liknende lynmeldingstjenester, sende og motta e-post, samt de fleste former for publisering: meldinger, video, bilder, blogger eller nettdagbøker

Gutter bruker Internett i større grad enn jenter til å se på videoklipp, spille spill alene eller sammen med andre, lese eller se på nyheter. Forskjellen i bruken av webkamera er særlig interessant: Nesten dobbelt så mange eldre jenter (60%) som gutter (36%) i samme aldersgruppe bruker dette. Når det gjelder bruken av fildelingssider er det ingen kjønnsforskjeller.

Digitale ferdigheter (eller digital kompetanse/mediekompetanse) spiller en vital rolle i barnas bruk av Internett. Det antas at digitale ferdigheter stimulerer til flere og mer varierte aktiviteter på nett. Det antas også at dess flere digitale ferdigheter barn har, dess bedre står de rustet til å unngå eller håndtere eventuelle risikosituasjoner på nettet slik at disse ikke leder til skade. I undersøkelsen har vi målt barna på en rekke ferdigheter og kunnskaper som vil kunne minske risiko erfaringer for dem på nett, slik som kunnskapen om hvordan man til å endre personverninnstillinger på sosiale nettsted, blokkere meldinger fra personer man ikke ønsker kontakt med og sammenlikne informasjon for å kunne vurdere kritisk hva som er sant og hva som ikke er det. Selv om norske barn med 5 ferdigheter ligger over det europeiske gjennomsnittet (4.2), ser vi en rekke urovekkende funn. For eksempel vet bare tre av ti barn (og bare halvparten av 11-12-åringene) hvordan de skal sammenlikne ulike sider på Internett for å finne ut om informasjonen er sann og til å stole på. I aldersgruppen 11-12 vet 37% av guttene og 22% av jentene ikke hvordan de kan blokkere meldinger fra personer de ikke ønsker å ha kontakt med.

Med den generelt høye bruken, blir også spørsmål om overdreven bruk interessante. Når blir det for mye? Eukids har benyttet mål fra tidligere forskning for å vurdere hva som kan være overdreven bruk.⁴ Sentralt er hvorvidt bruken av Internett går ut over andre områder i livet, som søvn, ernæring, vennskap, skolearbeid eller psykisk velvære. Resultatene viser at 41% av norske barn viser tegn på overdreven nettbruk. Dette er flere enn det Europeiske gjennomsnittet (30%). Potensiell overdreven bruk er et særlig problem for de eldste barna. 62% av aldersgruppen 15-16 har erfart ett eller flere av tegnene på overdriven bruk. Dette synker til 43% av 13-14-åringene og 18% av 11-12-åringene. Jenter (44%) er litt mer utsatt enn gutter (38%), motsatt av den europeiske tendensen. De minst utsatte er barn fra hjem med lav sosioøkonomisk status. Sammenlignet med andre europeiske land ligger Norge i den øvre delen av skalaen. Høyest ligger Estland (50%), Portugal (49%) og Bulgaria (44%). Lavest er Italia (17%).

Oppsummert kan vi si at norske barn ligger over det europeiske gjennomsnittet både når det gjelder tilgangen til og bruken av Internett. Bruken er i stor grad privatisert, og alder er den faktoren som i størst grad påvirker hvor ofte, hvor lenge og til hva barna bruker nettet.

Risiko og Skade

Norske barns omfattende bruk av Internett påvirker også hvor eksponert de er for risikosituasjoner. Som diskutert hos Livingstone et. al (2011a), finnes det en positiv sammenheng mellom bruk, aktiviteter og erfaringer med risikosituasjoner. Denne sammenheng reflekteres i barns holdning til nettet. De fleste norske barn (89%) mener at det finnes ting på Internett som er ubehagelig for barn, en forståelse som øker med alder. I denne delen fokuseres det nærmere på norske barns faktiske risikoerfaringene knyttet til seksuelle bilder og meldinger, mobbing, møter med 'fremmede' og erfaringer med potensielt skadelig innhold på Internett.

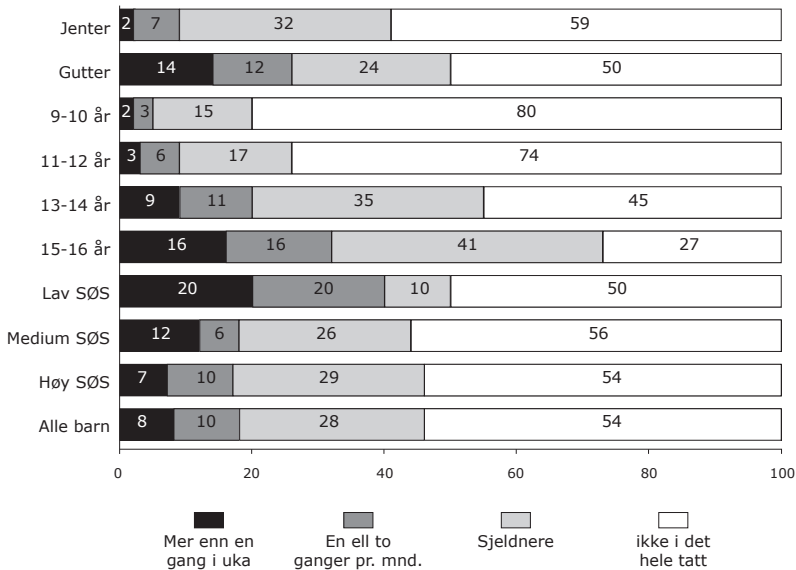
Seksuelle bilder og meldinger

En av de tidligste og største bekymringene hos norske foreldre knyttet til barn og unges nettbruk var tilgangen til pornografi (Staksrud, 2008). Selv om denne bekymringen har blitt mindre hos foreldre, vekker barns erfaringer med pornografi på nettet fremdeles stor medieoppmerksomhet og offentlig debatt. Det overordnede funnet fra EUkids – at norske barn ser mest pornografi i Europa, både på nettet (34%) og generelt (46%)⁵ – skapte store medieoppslag da de sammenliknende funnene ble presentert. Hva ligger bak disse tallene? Problemstillinger knyttet til barn og unges tilgang til pornografisk materiale er annerledes for en niåring enn for en 15-åring. Diskusjonen om seksuelle bilder må også være informert av hvilken *type* bilder barna har erfaring med. Er det bilder av nakne mennesker, bilde av mennesker i normal seksuell aktivitet eller er de seksuelle bildene også av en voldelig natur? Og hva mener barna selv om slike bilder og filmer – oppfattes de som problematiske?

Figur 2 viser distribusjonen av barn som har sett pornografi etter alder, kjønn og SØS. Resultatene viser hvordan erfaring med seksuelle bilder (pornografi) øker med alder. Når det gjelder kjønnsforskjeller er det noe flere gutter (50%) som har slike erfaringer enn jenter (41%), og gutter ser på slike bilder oftere: 14% av guttene oppgir å se på seksuelle bilder mer enn en gang i uka. Det er spesielt interessant at barn fra familier med lav SØS ser seksuelle bilder oftere enn barn fra familier med medium og høy SØS. Websider er den vanligste kilden til slike bilder, spesielt hos de eldste guttene (61% sammenliknet med 40% av jentene i samme aldersgruppe og 17% av gutter mellom ni og 12 år), men også TV, film og video/DVD kommer høyt (34% hos de eldste guttene og 35% hos de eldste jentene).

Når det gjelder type bilder⁶ barna har sett er det vanligste bilder eller video av noen som var nakne (26%), noen som har sex (22%) eller kjønnsorganer (19%). 6% oppgir å ha sett bilder eller video som viser sex på en voldelig måte, dette inkluderer 10% av 15-16-åringene, 6% av 13-16-åringene og 1% av 11-12-åringene.

Også de som har opplevd å motta seksuelle meldinger via Internett ble undersøkt.⁷ 20% oppgir å ha mottatt slike meldinger, også dette en av de høyeste resultatene sam-

Figur 2. Barn som har sett seksuelle bilder på Internett og andre steder

menliknet med andre land. Alder er en utslagsgivende faktor – mens 7% av 11-12-åringene har erfart dette, øker det til 36% blant 15-16-åringene. Det er også flere gutter enn jenter (23 mot 17%) som har mottatt slike meldinger. Av disse har 6% blitt bedt om å snakke om sex med andre via Internett, og 6% har blitt bedt om å sende/legge ut et bilde eller video av egne kjønnsorganer.

Når det gjelder barnas følelser knyttet til slike erfaringer, opplever majoriteten ikke dette som plagsomt. Det er allikevel en del – 23% av de som har sett seksuelle bilder på Internett (=9% av alle barn)– som føler seg plaget av det. Tilsvarende har 19% av de som har fått tilsendt seksuelle meldinger på nettet følt dette som plagsomt (= 4% av alle barn).

Mobbing og trakassering

De overordnede analysene av alle landene som er med i EUkids-undersøkelsen viser at selv om mobbing ikke er av de vanligste risikoene å oppleve (totalt har 19% opplevd mobbing på eller utenfor nettet, 6% har opplevd dette på Internett og 3% via mobiltelefonen, se Livingstone et. al (2011, s. 61-62)), er det den risikoen som oppleves som mest problematisk av barna. I Norge har mobbing de siste ti årene vært høyt oppe på den politiske agendaen med et eget regjeringsbasert 'Manifest mot mobbing' fra 2002⁸, og en rekke forskningsprosjekter og tiltak har blitt implementert, spesielt i skoleverket, for å bekjempe mobbing. Man vil derfor kunne forvente at Norge skal ha komparativt mindre mobbing blant barn og unge – både på nettet og utenfor.

Men, resultatene fra EUkids viser noe annet. Norge ligger også her høyt på statistikken. 31% av de norske barna sier de har blitt mobbet det siste året, 8% har opplevd denne mobbingen på Internett. Dette tredje høyest i Europa, etter Estland og Romania. (Det er dog verdt å merke seg at også andre skandinaviske landene ligger høyt, i Danmark har 25% opplevd mobbing, og 12% har opplevd dette på Internett. Sveriges tall er 28% totalt

og 11% på Internett. Den vanligste mobbemetoden er ansikt til ansikt (18% totalt), med en overvekt for gutter i 13-16-årsalderen (25%). Mobbing via Internett er vanligst for de eldste jentene (10% mot 6% av guttene og bare 3% hos 9-12-åringene). Tilsvarende er mobbing via mobiltelefonen klart vanligst hos jenter i 13-16-segmentet (17% mot 7% av guttene). Det er med andre ord slik at mengden mobbing øker med alder, mens kjønn påvirker hvilken *måte* man blir mobbet på – gutter har større sannsynlighet for å bli mobbet ansikt til ansikt, jenter via Internett og mobiltelefon. Når det gjelder digital mobbing kan vi differensiere ytterligere og se på hva slags type fjernmobbing som foregår. Det helt klart vanligste er å få send sårende eller stygge meldinger (5% totalt, og 11% av 15-16 åringene). Andre former er mindre vanlig, slik som at stygge meldinger om deg blir distribuert mellom andre (2%), at man blir truet via Internett (2%), eller at man blir ekskludert fra en aktivitet/ikke får delta (1%).

Diskusjoner om trygg bruk og risiko på nett handler ofte om tiltak for å beskytte barn mot andre. Men barn kan også skape risiko selv. Slike perspektiver har så langt sjelden vært inkludert i undersøkelser om barn og risiko, for eksempel blir foreldre ikke spurt om de er bekymret for at *deres* barn vil produsere risiko ved for eksempel å mobbe andre (Staksrud, 2009). Det er derfor særlig interessant å se på de barna som oppgir at de selv har mobbet andre på nettet. 13% av alle norske barn har gjort dette i løpet av de siste 12 månedene, 1% gjør dette flere ganger i uken, mens 3% gjør det hver måned. Det er ingen kjønnsforskjeller blant de som mobber på nett. Derimot ser vi store aldersforskjeller. Mens bare 3% av 9-10-åringene har gjort dette, øker dette til 7% av 11-12 åringene, 15% av 13-14-åringene og hele 23%, dvs. nesten 1 av 4, blant 15-16-åringene. Det er med andre ord slik at både det å bli mobbet og det å mobbe selv er en aktivitet som øker i omfang med alder.

Møte 'Fremmede'

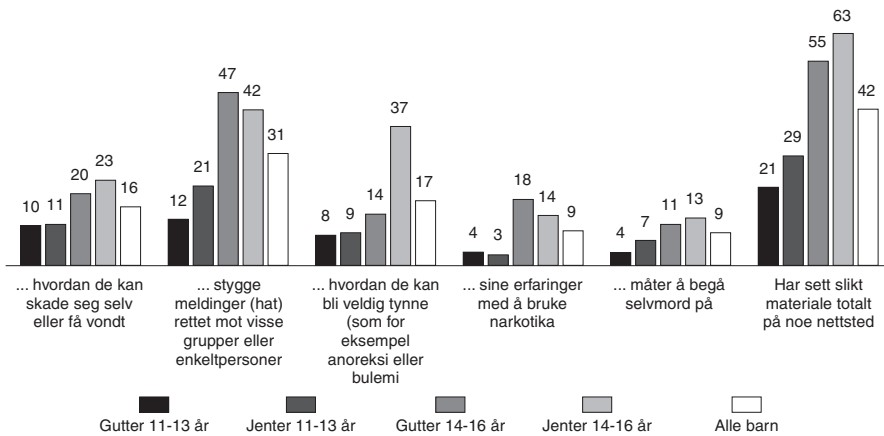
Internett som en arena for pedofile på jakt etter ofre har vært et av de mest debatterte scenarioene i Norge, og har resultert i en egen 'grooming'-lov. Den gjør det ulovlig å kommunisere med et barn via Internett med henblikk på å begå seksuelle handlinger (Ot.prp.nr.18, 2006-2007). I den offentlige debatten har ideen om at barnet på nettet møter 'den fremmede', som så lurer og forgriper seg, vært sentral. Mange tradisjonelle trygg bruk-råd har derfor vært knyttet til hvem barnet kan ha kontakt med ('ikke snakk med fremmede'), samt at barnet ikke skal gi ut sitt virkelige navn eller andre personopplysninger. Sentralt i disse diskusjonene står to forutsetninger: 1) at barn kommuniserer med 'fremmede' – det vil si noen som ikke har noen tilknytning til deres liv utenfor Internett og 2) at barna går med på å møte disse 'fremmede'. EUkids-undersøkelsen har undersøkt frekvensen av begge disse scenarioene. Også her ligger norske barn høyt i forhold til andre europeiske land. Mens 30% av europeiske barn totalt har møtt nye mennesker via Internett, har 49% av de norske barna gjort det samme. 9% av de europeiske barna har deretter møtt disse ansikt til ansikt, mens andelen for Norge er 15%. Alder er den faktoren som påvirker slike erfaringer – mens 26% av 9-10-åringene har møtt nye mennesker via Internett og 4% har møtt disse ansikt til ansikt har hele 75% av 15-16-åringene møtt nye og 31% har møtt disse 'i virkeligheten' i løpet av de siste 12 månedene.

Skadelig innhold

Det siste området undersøkt i EUkids er det vi kan kalle potensielt skadelig brukergenerert innhold. Dette vil si innhold, typisk web-sider og diskusjonsgrupper, produsert av andre Internettbrukere, som på ulike måter kan tenkes å være skadelig for barn og unge. EU Kids Online har undersøkt fem ulike typer av slikt innhold: innhold som viser hvordan man kan skade seg selv fysisk (selv-skading); hat-meldinger/rasisme som angriper spesielle grupper eller individer; innhold som promoterer anoreksi og bulimi; innhold knyttet til hvordan man kan begå selvmord; og innhold som beskriver folks erfaringer med bruk av narkotika.

Norske barns erfaringer med slikt innhold er omfattende. 42% har hatt vært på nettsteder hvor folk diskuterer en eller flere typer slikt innhold. Dette er det nest høyeste i Europa, bare forbigått av Tsjekkia med en andel på 43%, og dobbelt så høyt som det europeiske gjennomsnittet. Hvilke barn er det som oppsøker slikt innhold, og hvilke typer innhold er dominerende? Figur 3 viser resultatene fra Norge, brutt ned på alder, kjønn og type innhold:

Figur 3. Norske barns erfaringer med ulike typer skadelig brukergenerert innhold



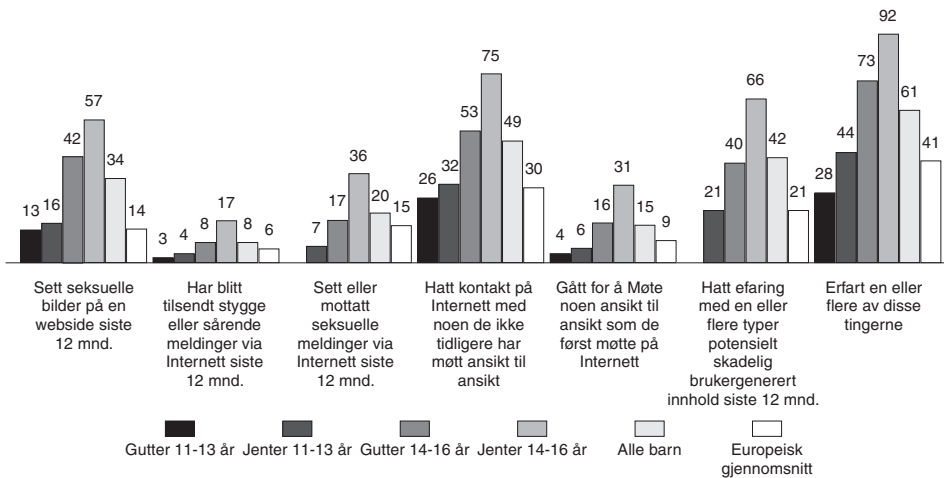
Som figur 3 viser, er erfaring med alle typer innhold noe som øker med alder. Hat-innhold er den vanligste typen å ha opplevd, uavhengig av kjønn og alder, og størst erfaring finner vi hos de eldste guttene. Den største kjønnsforskjellen gjør seg gjeldende for sider hvor det diskuteres hvordan man kan bli veldig tynn (pro-ana/pro-mia). Hele 37% av jenter mellom 14 og 16 år har sett slikt innhold, mot 14% av guttene i samme aldersgruppe.

Når det gjelder de yngste (11-13 år) har færre enn de eldre sett slikt innhold. Allikevel er det urovekkende at rundt en av ti har fått informasjon om selvskading og skadelig slanking, mens 12% av de yngste jentene og 21% av guttene har sett hatefullt innhold. Det er også særlig urovekkende at 9% av barna har vært inne på sider som opplyser om hvordan de kan begå selvmord.

Oppsummering risiko

Selv om det er noen kjønnsforskjeller å finne, viser resultatene at det i stor grad er alder som påvirker barns risikoerfaringer: Dess eldre barna blir, dess mer bruker de Internett til flere aktiviteter, og dess mer risiko vil de oppleve. Figur 4 viser de ulike typene risiko slik disse er erfart av barna. I tillegg sammenliknes det norske gjennomsnittet med det europeiske.

Figur 4. Oppsummering av erfart risiko etter alder



Implikasjoner & konklusjoner

Dette prosjektet har som eksplisitt mål å informere politiske beslutninger – en 'informert politikk' – og gi råd om konkrete tiltak som kan bidra til å gi barn og unge en tryggere netthverdag. Det Eukids-undersøkelsen så langt har tilført norske aktører, presse og ikke minst publikum er det komparative: kunnskapen om norske barns risikoadferd sammenliknet med andre.

Norske barn scorer høyt både på bruk og på alle typer risikoadferd målt i undersøkelsen. En del kan forklares med den sterkt privatiserte bruken, hvor barn i stor grad har kontroll over egen tilgang til Internett, med en teknologi som er deres egen. Men, Norge er ikke unikt når det gjelder høy tilgang, bruk og aktiviteter.

Derimot tegner det seg et bilde av Norge som unikt når det gjelder risiko. Vi ligger på eller nær Europatoppen på målingen av samtlige risikoerfaringer. Ingen andre ser mer pornografi/seksuelt materiale på og utenfor Internett enn norske barn. De viser også klart større tegn enn resten av Norden på overdreven nettbruk, som at de ofte ikke klarer å skru av PC'en, eller at nettbruken går ut over søvn, skolearbeid eller venner. Minst like bekymringsfull er den store andelen av norske barn (42%) som oppsøker potensielt skadelig brukergenerert nettinhold som pro-anoreksi, rasisme og promotering av selvmord. Dette er nest høyest i Europa, og dobbelt så høyt som gjennomsnittet.

Denne bekymringen ledsages samtidig av vissheten om at *risiko* ikke er det samme som *skade*. Bruken av Internett gir både risiko og muligheter, og skillet mellom hva som er en risiko og hva som er en mulighet er ofte vanskelig å definere. Testing av grenser,

tilfredsstillelse av nysgjerrighet og sosial eksperimentering er en del av barndommen, og dette handler ofte om medier og medieinnhold. Tidligere generasjoner forsøkte å snike seg inn på kino eller se videofilmer med vokseninnhold, mens dagens ungdom gjør testingen sin på Internett. For de fleste er den uproblematisk og leder ikke til noen form for psykisk eller fysisk skade. Tvert i mot, de får økt selvtillit og kompetanse ved å oppleve at de mestrer vanskelige situasjoner, og står enda bedre rustet til neste runde i livet. Vi vet også at Norge ligger høyest når det gjelder foreldre og læreres aktive involvering i barns nettbruk generelt og trygg bruk spesielt (Livingstone et. al (2011, s.106-108, 122). Kanskje kan nettopp forståelsen av barns rett til selvstendighet være med på å forklare paradokset mellom sterk tilstedeværelse av voksne, og generell høy risiko.

Vi ser at bruken differensieres og at mobil teknologi blir mer populært. Internett er derfor ikke lenger automatisk knyttet til en stasjonær maskin. Ofte har foreldre blitt gitt råd om å følge med på barnas bruk av Internett ved å lokalisere PC'en i et fellesrom og kanskje også installere innholdsfiltere eller programvare kan overvåke barnas bruk. Det at de aller fleste norske barn bruker Internett fra mange forskjellige steder, har konsekvenser for hvordan vi bør sikre trygg bruk og krever refleksjon omkring barns frihet, personvern, sosialisering og overvåking. Den sterkt privatiserte bruken hos norske barn, hvor personlig teknologi i form av egen laptop og smarttelefon gjør at hva vi kan kalle de tradisjonelle 'stasjonære' rådene må erstattes av andre råd som i større grad plasserer ansvaret for den trygge bruken på innholdsleverandørene og på barna selv.

Den forståelsen de nye regulatoriske mekanismene gir foreldre, at de ikke bare er ansvarlige for sine barns trygge bruk, men at de også har den praktiske muligheten til å gjøre dem sikre, må revurderes. Ikke fordi foreldre er mindre kompetente, tvert imot, Norge er det landet i Europa hvor flest foreldre bruker Internett daglig sammenliknet med egne barn, men fordi barnas bruk av Internett kan skje overalt og til enhver tid. Det er i de mobile netts natur at man tar dem med seg, og at man også i større grad kan velge sitt digitale privatliv. Hvor tidlig dette skjer – om man tenker på alder – vil variere, men undersøkelsesresultatene viser også klart at oppstartsalderen har falt drastisk de siste årene, i en slik grad at vi kan snakke om digitale babyer.

Denne erkjennelsen må kombineres med en økt forståelse av at barn ikke er en homogen brukergruppe. Spesielt påvirker alder hva man gjør, hvorfor og hvordan: dess eldre man er dess mer bruker man Internett, oftere, til flere ting, i en mer privatisert setting, og med en større fare for overdreven bruk. Sett i sammenheng med den synkende oppstartsalderen er det grunn til å forvente at innslagspunktet for risikoerfaringene også vil synke tilsvarende. Det er derfor helt sentralt å starte tidlig, før skolealder, med å legge et godt grunnlag for den trygge bruken. Derfor har foreldre en økt betydning, så en god investering vil være tiltak som retter seg mot de yngste barna direkte, og mot deres foreldre.

Også kjønn ser ut til å påvirke: Jenter bruker ofte Internett til kommunikasjonstjenester og publisering, gutter i større grad det som en underholdningskanal. Dette er en god påminnelse om at risiko på nett ikke er en fast, definert størrelse. Potensiell risiko knyttet til bruk av web-kamera er annerledes enn potensiell risiko knyttet til nedlasting av musikk eller innhenting av informasjon til skolearbeid. En sofistikert og differensiert tilnærming vil kunne gi konkrete råd, og resultatene fra EUkids kan gi indikasjoner på hvilken demografisk gruppe rådene kan spisses mot.

Spesielt interessant er også hvilken forskjell sosioøkonomisk status utgjør for bruk og risikoadferd. Norske barn fra familier med lav sosioøkonomisk status starter i gjennomsnitt å bruke Internett ett år senere enn sine jevnaldrende, men når de først bruker det, bruker de det mer, men med mindre sannsynlighet for overdreven bruk.

Med alle de risikofaktorer som barn kan møte på Internett – både de som er målt i Eukids-undersøkelsen og andre – er det allikevel en risiko som trer frem som særlig egnet for diskusjon i Norge. Den høye norske bruken, blant befolkningen generelt og barn spesielt, og den økende bruken av Internett som en *forutsetning* for å kunne kommunisere med jevnaldrende og skape vennskap, skaffe informasjon til skolearbeid, delta i demokratiske prosesser, underholde seg og finne offentlig informasjon, har gjort Internett til en vital del av norske barn og ungdommers liv. Nesten alle bruker Internett. Hva så med de som ikke gjør det? Hva med deres muligheter? Siden tilgangen til og bruken av Internett både er nødvendig for å utvikle digitale ferdigheter, i Norge definert som en kritisk kompetanse på linje med det å lese, skrive, regne og uttrykke seg verbalt, og fordi mye av barn og ungdoms sosiale aktivitet, informasjonsinnhenting og kontakt skjer gjennom tjenester på Internett, er hovedutfordringen i Norge å sørge for at de få som ikke bruker Internett får muligheten til dette.

Noter

1. Funnet er generert fra Value Surveys database og inkluderer intervjuer med et vektet, representativt utvalg i befolkningen fra 57 land (N=82.332) om hva de anser som viktige kvaliteter hos barn. I gjennomsnitt vektla 51.7% av foreldre selvstendighet som en viktig kvalitet hos barn. Se worldvaluessurvey.org.
2. Figuren er kalkulert av Kjartan Ólafsson.
3. For ytterligere detaljer og analyser om barn og unges bruk av sosiale medier generelt og Facebook spesielt, samt konkrete utfordringer og risiko knyttet til dette, se Livingstone, Ólafsson, & Staksrud (2011b).
4. For mer informasjon om denne skalaen, se prosjektets metoderapport, etiske rapport, samt Livingstone et. al (2011, s. 29-30).
5. Se Livingstone et. al (2011a, p. 51).
6. Av etiske grunner ble dette spørsmålet ikke stilt til de yngste barna (9-10 år).
7. Av etiske grunner ble dette spørsmålet ikke stilt til de yngste barna (9-10 år).
8. Se http://www.regjeringen.no/upload/KD/Vedlegg/Grunnskole/manifest_2009_ok.pdf

Referanser

- Barne- og familiedepartementet. (2001) *Tiltaksplan – Barn, unge og Internett*. Retrieved from <http://www.regjeringen.no/upload/kilde/bfd/bro/2001/0014/ddd/pdfv/136845-internettvern.pdf>.
- Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A., & Ólafsson, K. (2011a). *Risk and Safety on the internet. The Perspective of European Children. Full Findings from the EU Kids Online Survey of 9-16 year Olds and their Parents*. London: LSE.
- Livingstone, S., Ólafsson, K., & Staksrud, E. (2011b) *Social Networking, Age and Privacy* (No. ISSN 2045-256X). London: LSE.
- Om lov om endringer i straffeloven 1902 mv. (straffebud om å møte et barn med forsett om å begå seksuelt overgrep mv.), 18 C.F.R. (2006-2007).
- Staksrud, E. (2003) *What do SAFT Kids do Online?* Paper presented at the Future Kids online – How to Provide Safety, Awareness, Facts and Tools.

Takk

Forfatteren vil takke Kjartan Ólafsson og Jørgen Kirksæther for verdifulle innspill til denne artikkelen, samt hele EU Kids Online nettverket.

- Staksrud, E. (2008) 'Children, Internet, Pornography and Policy', *International Journal of Media and Cultural Politics*, 4(3), 397-402.
- Staksrud, E. (2009) 'Problematic Conduct: Juvenile Delinquency on the internet', in Livingstone, S., & Had-
don, L. (eds), *Kids Online* (pp. 147-157). London: The Policy Press.

Vad nytt om barn och internet i Sverige?

Resultat från den europeiska undersökningen

EU Kids Online

Cecilia von Feilitzen, Olle Findahl & Elza Dunkels

Den här artikeln tar upp några av de resultat om Sverige som samlades in i det stora forskningsprojektet *EU Kids Online II* under 2010 i 25 europeiska länder. Syftet med projektet var att få nya konkreta data om barns internetanvändning och framför allt om de risker och ev skada barn upplever på nätet som underlag för slutsatser och policyåtgärder om ökad säkerhet på nätet för barn och unga. I varje land intervjuades i hemmet ca 1,000 barn 9-16 år och en av deras föräldrar. Projektet ledes 2009-2011 av professor Sonia Livingstone och doktor Leslie Haddon vid London School of Economics and Political Science och har finansierats av EU-kommissionens Safer Internet plus Programme. En större rapport om de internetanvändande, europeiska barnen sammantagna publicerades den 13 januari 2011. Rapporten heter *Risks and safety on the internet: The perspective of European children. Full findings* (Livingstone et al. 2011) och finns tillgänglig på www.eukidsonline.net (tillsammans med andra mindre rapporter, varav en kortare slutrapport som publicerades i september 2011).

I vart och ett av de 25 länderna har medverkat ett forskarteam som får bearbeta, analysera och presentera de nationella resultaten. Detta har vi bl a gjort i rapporten Cecilia von Feilitzen, Olle Findahl och Elza Dunkels (2011) *Hur farligt är internet? Resultat från den svenska delen av den europeiska undersökningen EU Kids Online*, The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, Nordicom, Göteborgs universitet. Vi hänvisar till denna rapport för mer utförliga resultat än vad som ingår i denna artikel. Vi vill också lägga till att när vi jämför de svenska resultaten med "EU-genomsnittet" eller med enskilda länder, är de uppgifterna hämtade från den ovannämnda europeiska rapporten.

Något om metod

Det är viktigt att framhålla att EU-kartläggningen inte gäller alla 9-16-åringar i de 25 länderna utan *de 9-16-åringar som använder internet*. Detta varierar i de olika länderna från ca 55 procent (i Italien) eller 59 procent (i Grekland) till ca 97-98 procent (i Danmark, Finland, Norge, Sverige och Storbritannien; av de nordiska länderna finns ingen datainsamling i Island). Det är följaktligen olika andelar av barn som jämförs i de olika länderna. Men eftersom nästan alla barn i Sverige och de övriga medverkande nordiska

länderna använder internet, är förstås skillnaden mellan ”alla barn” och ”internetanvändande barn” inte så stor i just de länderna. Andra förhållanden – t ex urvalsmetoden, bortfallsstorleken i undersökningen och skillnaden i tid när de olika ländernas data insamlades – kan spela större roll för hur man ska tolka resultaten.

Det bör på dessa andra förhållanden understrykas att enskilda procentsiffror i resultatredovisningen för Sverige bör tolkas med försiktighet och inte antas gälla precis för populationen alla internetanvändande barn i hela Sverige. Det är följaktligen inte enskilda procentsiffror som är intressanta utan i stället övergripande tendenser.

Bakgrund: tidigare forskning om barn, unga och internet i Sverige

Berättar då EU-kartläggningen något nytt för oss om barn och internet i Sverige? I Sverige har vid det här laget genomförts jämförelsevis många undersökningar som belyser barns och ungdomars relationer till internet. Vi ger här ett ytterst litet axplock för att exemplifiera inriktningen på tidigare svenska studier.

I den årliga räckviddsundersökningen *Nordicom-Sveriges Mediebarometer* har vi under perioden 1997 (Nordicom 1998) till 2010 (Nordicom 2011) kunnat se internets framväxt i Sveriges befolkning och i olika åldersgrupper. Så gott som alla barn (9-14-år) och ungdomar (15-24 år) har nu tillgång till internet i hemmet och majoriteten använder internet en genomsnittlig dag. Numera frågar *Mediebarometern* också hur många som på internet använder sociala medier (t ex socialt nätverk, diskussionsforum eller blogg) och traditionella medier (tidningar, tidskrifter, tv och radio). Det finns även en lång rad ytterligare frågor om vad man gör på internet.

Flera andra kvantitativa tidsserier har också belyst tillgången till internet hos barn och unga och omfattningen av och inriktningen på deras användning av internet – hur den har ökat över tid, gått ner i åldrarna, inriktat sig på YouTube, Facebook och andra sociala nätverk, spel, i viss mån bloggar m m, hur kompetenta barnen som internetanvändare tycks vara m m, m m. Vid sidan av *Nordicom-Sveriges Mediebarometer* finns sedan år 2000 undersökningsserien *Svenskarna och Internet* som de senaste åren har kompletterats med *Unga svenskar och Internet* (se Findahl & Zimic 2008, Findahl 2009). Där intervjuas föräldrar om sina barns internetanvändning från 3 år och både barn och föräldrar från 12 till 16 år. Statens medieråds (f d Medierådet) serie *Ungar och medier* (med start 2005) har i sina senaste rapporter också låtit intervjuva både barn och föräldrar (se t ex Medierådet 2010) och nyligen har serien även kompletterats med delundersökningen *Småungar och medier 2010* (Medierådet 2010b).

Utöver dessa serier har en rad kvantitativa och kvalitativa undersökningar fokuserat andra aspekter, t ex hur barn och ungdomar skapar nätgemenskap (t ex Sjöberg 2010), deras köns- och identitetsarbete på nätet (t ex Svenningsson 2001), även bland diasporafamiljer (Rydin & Sjöberg 2008), datorspelade online (Linderoth & Bennerstedt 2007) och inställning till reklam på internet (Ekström & Sandberg 2010). En antologi som tar upp flera aspekter har redigerats av Carlsson (2010). För att nämna ytterligare ett par exempel finns undersökningar (ibland med lite äldre tonåringar och ungdomar) om digitala klyftor bland unga (von Feilitzen & Petrov 2011) och om hur likasinnade diskuterar t ex religion (Sjöberg 2006) eller politik (t ex Dahlgren & Olsson 2007) och använder sex, porr och sextjänster på internet (Svedin & Åkerman 2006, Ungdomsstyrelsen 2009). Brottsförebyggande rådet har också genomfört forskning om vuxnas sexuella

kontakter med barn via internet (Shannon 2007) och BRIS har samlat in uppgifter om problem som barn ser med föräldrarnas internetanvändning (Jonsland & Irgens 2008).

Studier i Sverige om barn i den yngre skolåldern och *risker* på internet är färre. Men det finns frågor om bl a vad föräldrarna vet om och oroar sig för när det gäller deras barn och internet och hur föräldrarna medlar ("blandar sig i") barnets internetanvändning, t ex sätter regler. Man har också frågat barnen själva om de stött på sex på nätet och/eller blivit mobbade på internet samt hur de upplevt detta. Bland annat har sådana undersökningar utförts på uppdrag av Medierådet – i början av 2000-talet med deltagande i det nordiska sk SAFT-projektet och senare i *Ungar och medier*.

En annan svensk studie med online-intervjuer med 11- och 13-åringar visar att barns syn på internet på många sätt skiljer sig från vuxnas syn. I allmänhet är barnen inte så ängsliga över internets negativa sidor och många barn har väl utvecklade motstrategier som de ofta har utvecklat ensamma eller tillsammans med kamrater. I relativt få fall har vuxna givit tips eller lärt barnen strategier (Dunkels 2007, jfr även Dunkels, Frånberg & Hällgren 2011).

Vi kan tillägga att *EU Kids Online*-undersökningen föregicks av ett annat projekt år 2006-2009, också under ledning av Sonia Livingstone och Leslie Haddon och med stöd av EU-kommissionens Safer Internet plus Programme. I ett europeiskt nätverk insamlades och analyserades där redan existerande undersökningar om barn, unga och internet i 21 länder. Drygt 400 studier registrerades. Sverige bidrog med fler studier än det genomsnittliga landet. Denna europeiska registrering av befintliga studier kom emellertid fram till att det fanns luckor i vetandet om risker och obehag för barn på internet.

Ger *EU Kids Online* ny kunskap om Sverige?

Till en del kan vi säga att de nya EU-resultaten bekräftar kunskap som vi redan har i Sverige. Men det finns också aktuella resultat som berikar och kompletterar de tidigare svenska undersökningarna. Dessa resultat gäller framför allt detaljer om barnets digitala kompetens, de risker och det ev obehag som barnet är med om på internet samt föräldrars, lärares och kamraters medling. Och inte minst sätts de svenska resultaten in i ett vidare perspektiv: Ligger t ex svenska internetanvändande barn över eller under EU-genomsnittet i olika avseenden?

Barnens användning av internet

Den svenska datainsamlingen i *EU Kids Online* bekräftar att Sverige är ett av de europeiska länder där flest 9-16-åringar använder internet mycket ofta. Andra länder som ligger klart över EU-genomsnittet i detta avseende är de övriga nordiska länderna samt Estland och Nederländerna. Majoriteten av barnen i Sverige – långt fler än i EU i genomsnitt – har också tillgång till internet i det egna rummet och använder även internet på fler platser än det genomsnittliga EU-barnet: hos kompisar, i skolan, hos någon släkting, liksom (även om detta gäller en minoritet) på bibliotek eller annan allmän plats samt när man är ute (t ex via smartphone el dyl). Barnen i Sverige börjar också använda internet tidigt. Enligt en helt annan svensk undersökning har 50 procent av 4-åringarna i Sverige börjat använda internet på något sätt (Findahl 2009).

Till skillnad från när internet var nytt, ser vi i Sverige nu bara ganska små skillnader i mängden internetanvändning mellan flickor och pojkar och mellan barn till föräldrar

med högre och lägre utbildning/socioekonomisk status. Den stora skillnaden är att internetanvändningen ökar drastiskt från 9 till 16 års ålder.

En tredjedel av 9-16-åringarna i Sverige menar att de ”ganska” eller ”mycket ofta” använder internet ”för mycket” (t ex så att man fortsätter surfa fast man inte är riktigt intresserad eller tillbringar mindre tid än man borde åt familj, vänner eller skolarbete). Denna andel är dock klart större i flera andra länder än i Sverige.

EU-undersökningen bekräftar också att föräldrarna i Sverige använder internet lika frekvent som barnen. Detta positiva samband, som innebär att föräldrarna har större sannolikhet att vara en resurs för barnens internetanvändning ställs i den gemensamma EU-rapporten i motsats till de länder där fler barn använder internet varje dag än deras föräldrar gör. Detta förekommer i mer än hälften av de undersökta europeiska länderna.

Som vi vet har internet idag blivit en viktig del av de flesta ungas vardagsliv. I *EU Kids Online* frågades barnen om sexton givna aktiviteter på internet, dvs om man gjort dem den senaste månaden. Mycket vanliga aktiviteter både i Sverige och i EU i snitt var: att ha sett videoklipp; besökt en profil på ett socialt nätverk (SNS); använt ”instant messaging” (IM); samt spelat spel. Inte heller i fråga om de andra aktiviteterna avviker de svenska barnen särskilt från andra internetanvändande barn i de undersökta länderna.

Det fanns i EU-undersökningen också en rad frågor om att vara med i ett socialt nätverk. I Sverige säger ca tre fjärdedelar av barnen att de besökt en profil på ett socialt nätverk den senaste månaden och två tredjedelar att de har en egen profil på en social nätverkssajt (SNS). Detta är fler än i Europa i genomsnitt. Men Sverige ligger inte högst i detta avseende. Andelen internetanvändande barn med en egen SNS-profil, t ex, är större i ett tiotal andra europeiska länder än i Sverige.

Vidare säger nästan en tredjedel av de barn i Sverige som har en profil i ett socialt nätverk att deras profil (dvs den information de lagt ut) är offentlig/öppen för alla (i motsats till en profil som är helt eller delvis privat). Dessa förhållanden ligger ganska nära EU-genomsnittet, även om variationen är stor mellan olika europeiska länder.

Från många tidigare undersökningar vet vi att en av internets allra viktigaste funktioner för barn och unga är den sociala: att umgås med andra. *EU Kids Online* visar att barn kommunicerar på internet allra mest med vänner och andra personer som de redan känner offline.

Men en hel del letar också efter nya vänner, sänder personlig information till någon som de aldrig har träffat öga mot öga, ”addar” kontakter i kompislistan eller adressboken vilka de inte hade träffat öga mot öga och sänder bilder av sig själva till någon som de inte mött offline. Det är förstås vanligare att göra de här sakerna ju äldre barnet är men i Sverige gör barn detta oftare än det genomsnittliga internetanvändande barnet i EU.

Det är kanske först i fråga om ”att använda internet på ett kritiskt och säkert sätt” som vi finner att barnen i Sverige inte utmärker sig särskilt i Europa. Även om de färdigheter som tagits upp i undersökningen ökar med åldern, framgår på samma gång att en hel del 11-16-åringar i Sverige (frågorna ställdes inte till 9-10-åringarna) inte är på det klara med hur man ska göra t ex när det gäller att jämföra olika hemsidor för att se om informationen stämmer; kunna ändra privata inställningar på sin profil på en SNS; kunna blockera meddelanden från någon man inte vill höra av; kunna hitta information om hur man använder internet på ett säkert sätt osv.

I genomsnitt menade barnen i EU att de klarade av hälften av åtta sådana givna digitala färdigheter. Barnen i Sverige sade sig i genomsnitt klara av fem, alltså lite fler.

Men i detta avseende ligger inte Sverige främst. Det gör, enligt *EU Kids Online*, barnen i Finland.

Risker på internet

Med ökande ålder, mer internetanvändning och större variation i internetaktiviteterna stiger också sannolikheten för att frivilligt utsätta sig för eller ofrivilligt stöta på vad som kan utgöra en risk på internet. Några – men alls inte alla – risker som förekommer på internet har tagits upp i *EU Kids Online*. Dessa gällde: om man sett någon typ av tydligt sexuella bilder på internet; om man mobbats på internet (detta definierades för barnen som att någon uppträtt sårande eller elakt mot henne/honom det senaste året, samt hur ofta); om man fått sexuella meddelanden på internet (s k sexting); om man haft kontakt med människor på internet som man tidigare inte träffat öga mot öga; om man träffat någon öga mot öga som man först lärde känna på internet; om man sett webbplatser där folk diskuterar potentiellt skadligt användargenererat innehåll; samt om man råkat ut för missbruk av personliga data på internet.

Slår vi samman andelen 9-16-åringar i Sverige som säger sig ha varit med om någon eller flera av just dessa risker på internet, är detta 60 procent (i de flesta fall gällde frågorna om det hänt under det senaste året). Detta är en av de högsta procentsiffrorna jämfört med de andra undersökta EU-länderna men även Estland, Litauen och Norge ligger högt. För EU-genomsnittet är motsvarande siffra ca 40 procent.

Går vi igenom dessa sju risker en och en, ligger barnen i Sverige också högre än det internetanvändande genomsnittsbarnet i EU: 21 procent av barnen i Sverige sade sig ha sett tydligt sexuella bilder på internet det senaste året (mot 14% i EU i snitt); 9 procent av de svenska barnen sade sig ha blivit mobbade på internet det senaste året (mot 6% i EU i snitt); 17 procent av 11-16-åringarna i Sverige (9-10-åringarna fick inte frågan) menade att de sett eller fått sexuella meddelanden på internet det senaste året (15% i EU i snitt); drygt hälften säger sig någon gång ha haft kontakt på internet med personer som de inte känt sedan tidigare (30% i EU i snitt); och 16 procent säger att de någon gång träffat en/flera person/er öga mot öga som man först träffat på internet (9% i EU i snitt). Vidare svarade i Sverige sammanlagt en dryg tredjedel av barnen (i EU i snitt 21%) att de under de senaste tolv månaderna sett en eller flera webbplatser där folk diskuterar ”potentiellt skadligt användargenererat innehåll” (andra uttryck användes dock till barnen i undersökningen). Det är webbsidor där människor pratar om sätt att fysiskt skada sig själva eller göra sig illa; om sätt att begå självmord; om sätt att bli mycket smal; som lägger upp hatmeddelanden för att angripa särskilda grupper eller individer; och som pratar om sina erfarenheter av att använda droger. Slutligen var det i Sverige 14 procent som sade att deras personliga data på nätet hade missbrukats på något sätt (i EU i snitt var det 9%).

Vad tror då föräldrarna i Sverige om vilka risker på internet barnen varit med om det senaste året? Resultaten visar bl a att det finns fall där föräldrarna underskattar vad barnet gör på internet: En hel del föräldrar är okunniga om att barnet träffat någon öga mot öga som barnet först lärt känna på internet; att barnet sett, fått eller skickat sexuella meddelanden; och att barnet besökt flera typer av webbplatser med potentiellt skadligt användargenererat innehåll (de där människor diskuterar hatmeddelanden; att bli mycket smal; erfarenheter av droger; och att begå självmord).

Obehag av risker

Högre ålder, ökad internetanvändning och större bredd i aktiviteterna på internet går alltså hand i hand med en större sannolikhet att vara med om risker på internet – liknande samband finns överlag i EU-länderna. Men enligt undersökningen innebär att vara med om det som forskarna betecknat som en risk på internet inte på långt när att barnet alltid tycker den är obehaglig eller blir upprörd av den. Nästa omedelbara fråga blir då hur många barn som upplevt något obehag eller någon skada, eller som ligger närmare formuleringen i formuläret: Har barnet *oroats, känt sig besvärad eller blivit upprörd* av risken?

EU Kids Online frågade konkret de barn som varit med om fyra av de ovannämnda riskerna ifall de blivit besvärade eller upprörda av risken. Dessa följdfrågor avsåg: om man sett uppenbart sexuella bilder på nätet; blivit mobbad på internet; sett eller fått något sexuellt meddelande online; samt om man offline mött en online-kontakt som man tidigare inte träffat öga mot öga.

Trots att fler barn i Sverige varit med om dessa risker än genomsnittligt för alla länderna, var det ändå inte fler i Sverige än i EU i snitt som hade oroats av dem, möjligen med undantag av mobbning. Omräknat till alla internetanvändande barn i Sverige var det 5 procent som upprörts av att ha sett uppenbart sexuella bilder på internet under det senaste året (i EU i snitt 4%); 3 procent som upprörts av att ha sett eller fått ett sexuellt meddelande på internet det senaste året (4% i EU i genomsnitt); och 1 procent som det senaste året blivit upprörda över ett möte öga mot öga med en kontakt som man tidigare bara träffat på internet (snittsiffran i EU var densamma, 1%). Som nämnts, tycks dock Sverige ligga något högre än EU i genomsnitt när det gäller mobbning på internet och mobbning upptrör mer eller mindre alla som drabbas av det. I Sverige var det 9 procent som uppgav att de hade mobbats på nätet det senaste året (och 8% som blivit upprörda) – i EU i snitt var det 6 procent som blivit mobbade på nätet (och 5% som blivit upprörda).

Samtidigt kan vi alltså se att mobbning är den av de fyra specifika riskerna på internet som tagits upp ovan som relativt sett flest barn blivit upprörda av.

Men det fanns också en allmän fråga om *något* på internet under det senaste året upprört eller besvärat barnet på något sätt. Och på denna fråga svarade fler barn i Sverige, 19 procent, ja. Denna andel är bland de högsta i de undersökta länderna (vid sidan av Danmark, Estland, Norge, Rumänien och Nederländerna). EU-genomsnittet var 12 procent. De allra flesta barnen i Sverige svarar också ja på en annan allmän fråga att det finns saker att oroas över på internet för barn i ens egen ålder. Också här är resultatet mycket högt för Sveriges del (endast i tre andra länder har framkommit liknande höga siffror).

Det finns följaktligen företeelser på internet som oroar barnen i Sverige men som undersökningsfrågorna om obehag av de fyra specifika riskerna ovan inte har fångat upp.

Vet föräldrarna om detta? Att deras barn stött på innehåll på internet som upprört eller oroat henne/honom under det senaste året svarar 20 procent av föräldrarna i Sverige ja på och 15 procent säger att barnet blev mycket eller ganska upprörd den gången. Vid första anblicken verkar föräldrarnas och barnens svar stämma väl överens. Men ”vet ej”-procenten hos föräldrarna är ganska hög och i en hel del familjer stämmer inte barnets och förälderns svar överens (dvs det egna barnet kan ha svarat ja och föräldern nej eller tvärtom). Sammanfattningsvis tycks en hel del föräldrar ha en god uppfattning om ifall deras barn stött på innehåll på internet som upprört dem – men det finns också en stor minoritet föräldrar som inte vet detta.

Lägger sig föräldrar, lärare och kamrater i?

Tjugofyra olika frågor ställdes om föräldrarnas medling av (eller ”inblandning i”) barnets internetanvändning. Dessa frågor ställdes både till barnen och föräldrarna. I Sverige menar den absoluta majoriteten internetanvändande barn att deras föräldrar på ett eller flera sätt är *aktivt medlande när det gäller barnets internetanvändning* respektive *barnets internetsäkerhet*. De allra flesta barnen menar också att föräldrarna *sätter regler för barnets internetanvändning* på ett eller flera sätt. Det är inte mycket stora skillnader i förhållande till motsvarande genomsnittssiffror i EU – annat än att föräldrarna i allmänhet ännu oftare än barnen säger sig medla.

Allmänt sett kan man se att föräldrarnas aktiva ”inblandning” (t ex att prata med barnet) och restriktiva dito (att sätta regler) är vanligare i Sverige (och i EU i genomsnitt) än att *övervaka barnets internetanvändning i efterhand* och framför allt än att *använda tekniska filter o dyl.* (Det sistnämnda är dock förhållandevis vanligt i några länder som t ex Storbritannien och Irland.) Men de tre senare nämnda medlingarna – att sätta regler, övervaka i efterhand och använda tekniska restriktioner – är vanligare i EU i snitt än i Sverige. Föräldrarna i Sverige tycks alltså inte vara riktigt lika kontrollerande. På det hela taget är föräldrarna i Sverige också mer aktiva och framför allt mer restriktiva när det gäller yngre än äldre barn, även om föräldrarna också ”blandar sig i” de flesta 15-16-åringars internetanvändning.

När det gäller lärare svarade en absolut majoritet av barnen (88%) i Sverige att lärare ”blandat sig i” deras internetanvändning på ett eller flera sätt (åtta frågor ställdes), vilket är en något högre procent än i EU i genomsnitt (81%). Samtidigt är enligt barnen lärarinsatsen intensivare i flera andra europeiska länder – Norge, Storbritannien, Finland, Nederländerna, Irland m m.

Till skillnad från föräldrarnas medling ökar lärarnas insats något med barnens ökande ålder.

Fem frågor om kamraters aktiva ”inblandning” när det gäller barnets internetsäkerhet ställdes också. I Sverige menade 83 procent av barnen (73% i EU i genomsnitt) att kamrater hade gjort en eller flera av dessa saker. Oftast gäller det att kamraten hjälpt barnet när något är svårt att göra eller hitta på internet. (Detta var också det vanligaste svaret i EU i genomsnitt.) Andra exempel på länder där kamratinblandningen är hög är Danmark, Estland, Finland, Norge och Tjeckien. Liksom när det gäller lärare ökar enligt barnen kamraternas insatser något med ökad ålder.

Spelar föräldrarnas, lärarnas och kamraternas inblandning någon roll?

Föräldrarnas, lärarnas och kamraternas ”inblandning”, liksom givetvis barnets egna erfarenheter, kan bidra till ökade möjligheter att utnyttja internets alla positiva egenskaper och också öka barnens färdigheter på internet. Men reducerar då föräldrars, lärares och kamraters ”inblandning” barnens upplevda obehag (upplevda skada) på internet? Vad man kanske förväntar sig är att barn som oftare haft andras medling, eller vissa typer av medling, mer sällan skulle säga att de blivit upprörda eller besvärade på internet, än barn som inte haft så mycket eller viss sorts medling.

Emellertid visar de konkreta resultaten egentligen inte detta. I stället tyder ett stort antal statistiska sambandsanalyser av de svenska svaren på att det finns en del typer

av medling, och för den delen även vissa av barnets färdigheter, som har ett statistiskt *positivt* samband med risk och/eller skada, dvs mer/vissa typer av medling/färdigheter hänger samman med *mer* risk och/eller skada. Ett tydligt sådant exempel är att en vän/vänner ”har hjälpt dig tidigare när något på internet har gjort dig oroad eller bekymrad”.

Dessa samband kan tolkas så att *efter* det att barnet blivit upprörd/besvärad tar han/hon själv initiativ och vänder sig till vännen, föräldern, läraren osv för att prata eller be om hjälp – eller föräldern/läraren/kamraten märker att något inte är bra och träder in. Det är alltså delvis fråga om en *retroaktiv* medlingsprocess. På liknande sätt lär sig en hel del barn exempelvis att blockera personer som de inte vill ha kontakt med, och blockeringen sker ju efter det att man ogillat eller upprörts av kontakten.

Det är också sannolikt att man i flera fall blir visare av skadan, vilket delvis ökar möjligheten att undvika den i framtiden. Vissa typer av företeelser som barn upprör/besvärar av på internet lär de sig allt eftersom att klara av. Emellertid är bilden ännu mer komplicerad. Det kan ju mycket väl vara så att om ingen (förälder, vän, lärare m fl) hade blandat sig i *på förhand*, skulle fler barn ha blivit oroad/upprörda av något på internet det senaste året än vad undersökningen nu visar. Men detta är en längre process som undersökningen inte kan svara på (eftersom den utförts vid ett tillfälle och inte longitudinellt, dvs med samma barn under en längre tid).

Dessutom måste hela barnets livssituation tas med i beräkningen. Det är rimligt att tänka sig att i princip alla barn någon gång är med om risker på internet och att de blir allt bättre på att lära sig undvika dem som ger obehag. Samtidigt råkar enligt undersökningen vissa barn oftare ut för att bli upprörda eller besvärade av risker på internet än andra barn: Det kan t ex hända lite fler barn som oroar sig mycket allmänt sett, barn som är rädda för många saker och lättskrämda, barn som för det mesta är ensamma, barn som ofta blir arga och tappar humöret, eller barn som andra unga hackar på allmänt sett. Det kan också hända lite fler barn som gör farliga saker för skojs skull eller spännande saker även om de är farliga. Det kan också hända lite fler barn som skolkar, dricker alkohol och tar saker som inte är deras.

Men varför vissa barn har lite större sannolikhet att uppleva skada på internet måste i sin tur ses i ett ännu större sammanhang. Allt mer svensk och internationell forskning tyder på att de barn som är allra mest är i riskzonen online är barn med ett riskfyllt liv offline – och detta hänger också ofta samman med att barnet har det trassligt eller konfliktfyllt hemma, i skolan och/eller med kamraterna (t ex von Feilitzen 2009, Shannon 2007, Svedin & Åkerman 2006, Ungdomsstyrelsen 2009).

Noter

Artikeln stödjer sig på arbetet i *EU Kids Onlines* nätverk finansierat av EU-kommissionens (GD Informations-samhället) Safer Internet plus Programme (projektkod SIP-KEP-321803); se www.eukidsonline.net

Enstaka procentsiffror om Sverige kan skilja sig något lite i olika rapporter beroende på olika traditioner att hantera ”missing values” (vet ej/ej svar) vid databearbetningen. Detta har dock ingen avgörande betydelse för resultaten.

Referenser

- Carlsson, U. (red) (2010) *Barn och unga i den digitala mediekulturen*. The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, Nordicom, Göteborgs universitet.
- Dahlgren, P. & Olsson, T. (2007) ‘Young Activists, Political Horizons, and the Internet: Adapting the Net to

- One's Purposes', i Loader, B.D. (ed.) *Young Citizens in the Digital Age: Political Engagement, Young People and New Media*. London & New York, Routledge, s. 68-81.
- Dunkels, E. (2007) *Bridging the Distance: Children's Strategies on the Internet*. Umeå universitet, Department of Interactive Media and Learning.
- Dunkels, E., Frånberg, G-M. & Hällgren, C. (2011) 'Young People and Online Risk', Dunkels, E. et al. *Youth Culture and Net Culture: Online Social Practices*. Hershey, PA, IGI Global, s 1-16.
- Ekström, L. & Sandberg, H. (2010) "Reklam funkar inte på mig..." *Unga, marknadsföring och internet*. Tema Nord 2010:502. Köpenhamn: Nordiska ministerrådet.
- von Feilitzen, Cecilia (2009) *Influences of Mediated Violence. A Brief Research Summary*. The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, Nordicom, University of Gothenburg.
- von Feilitzen, C. & Petrov, P. (2011) 'New Media and Social Divides. A Comparative Analysis of Stockholm and St. Petersburg', i Feilitzen C. & Petrov, P. (eds.) *Use and Views of Media in Sweden & Russia. A Comparative Study in St. Petersburg and Stockholm*. Huddinge: Södertörn University, Södertörn Academic Studies, s 53-100.
- Findahl, O. (2009) *Unga svenskar och Internet 2009*. Stockholm, .SE.
- Findahl, O. & Zimic, S. (2008) *Unga svenskar och Internet 2008*. Gävle: World Internet Institute
- Jonsland, T. & Irgens, P. (2008) *The Children, BRIS and IT. A Study of Young People's Contacts with BRIS about the Internet, IT and Mobile Telephony 2008*. Stockholm, BRIS.
- Linderöth, J. & Bennerstedt, U. (2007) *Att leva i World of Warcraft – tio ungdomars tankar och erfarenheter*. Stockholm: Kulturdepartementet, Medierådet.
- Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A. & Ólafsson, K. with members of the *EU Kids Online* network (2011) *Risks and Safety on the Internet: The Perspective of European Children. Full Findings and Policy Implications from the EU Kids Online Survey of 9-16 Year Olds and Their Parents in 25 Countries*. London: The London School of Economics and Political Science, www.eukidsonline.net
- Medierådet (2010) *Ungar och medier 2010. Fakta om barns och ungas användning och upplevelse av medier*. Stockholm: Kulturdepartementet.
- Medierådet (2010b) *Småungar och medier 2010. Fakta om små barns användning och upplevelse av medier*. Stockholm: Kulturdepartementet.
- Nordicom (1998) *Nordicom-Sveriges Mediebarometer 1997*. MedieNotiser nr 1, 1998. Göteborgs universitet, Nordicom.
- Nordicom (2011) *Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2010*. MedieNotiser nr 1, 2011. Göteborgs universitet, Nordicom.
- Rydin, I. & Sjöberg, U. (2008) 'Internet as a Communicative Space for Identity Construction among Diaspora Families in Sweden', i Rydin I. & Sjöberg, U. (eds.) *Mediated Crossroads: Identity, Youth Culture and Ethnicity*. Göteborg, Nordicom, s 193-214.
- Shannon, D. (2007) *Vuxnas sexuella kontakter med barn via Internet. Omfattning, karaktär, åtgärder*. Rapport 2007: 11. Stockholm: Brottsförebyggande rådet.
- Sjöberg, J. (2010) *Chatt som umgängesform: Unga skapar nätgemenskap*. Stockholms universitet, Samhällsvetenskapliga fakulteten, Institutionen för barn- och ungdomsvetenskap.
- Sjöberg, A. (2006) *Bibeln på mina egna villkor: En studie av medierade kontakter med bibeln med särskilt avseende på ungdomar och Internet*. Uppsala universitet, Acta Universitatis Upsaliensis.
- Svedin, C-G. & Åkerman, I. (2006) "Ungdom och pornografi – hur pornografi i media används, upplevs och påverkar pojkar respektive flickor", i *Koll på porr – skilda röster om sex, pornografi, medier och unga*. Stockholm: Kulturdepartementet, Medierådet, s 87-100.
- Svenningsson, M. (2001) *Creating a Sense of Community. Experiences from a Swedish Web Chat*. Linköping university, Tema, Linköping Studies in Arts and Science.
- Ungdomsstyrelsen (2009) *Se mig. Unga om sex och internet*. Stockholm, Ungdomsstyrelsens skrifter 2009: 9.

CECILIA VON FEILITZEN, Professor i Medie- och kommunikationsvetenskap, Institutionen för kultur och kommunikation, Södertörns högskola, och vetenskaplig koordinatör för The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, Nordicom, Göteborgs universitet, cecilia.von.feilitzen@sh.se

OLLE FINDAHL, Professor i Medie- och kommunikationsvetenskap, forskningsledare vid World Internet Institute och knuten till Högskolan i Gävle och stiftelsen för internetinfrastruktur .SE, olefil@hig.se

ELZA DUNKELS, Dr, Universitetslektor och forskare, Institutionen för tillämpad utbildningsvetenskap, Umeå universitet, elza.dunkels@educ.umu.se

Papper, webb eller platta?

Jan Hinderson

”Det är dagstidningen som om vi uppfunnit den idag.”

Sydsvenskans chefredaktör Daniel Sandström om tidningens Ipad-version

I januari 2010 lanserade Apple Ipad, en läsplatta av ny typ. Där tidigare läsplatlor som Kindle var svartvita och huvudsakligen avsedda att läsa böcker på, fungerade Ipaden med sitt pekkänsliga färgskärm som en surfplattform för hela webben, inte minst med en utmärkt bildåtergivning av fotografier och videor.

Ipaden kan med teknikhistorikern Patric Flichys (2007) term ses som förverkligandet av en teknologisk *imaginarie*. Vi har alltid ”vetat” att det var så här man i framtiden skulle läsa tidningar i digital form, om inte annat så från sciencefictionfilmer som Star Trek. Redan i mitten av 1990-talet skildrades läsplatlor som en nära framtidsvision, och i den studie av Morgondagens Dagstidning (Florén 1997) som Tidningsutgivarna gav konsultföretaget Kairos Futures i uppdrag att göra 1996, skulle läsplattan med färg, video och ljud vara fullt utvecklad 2005. De var fem år för tidigt ute.

2009 lät Bonniers utvecklingsavdelning göra en video som visade hur en tidskrift i en framtida surfplatta skulle kunna se ut och fungera. (Jeffery 2009) Denna *imaginarie*, utformad året innan Ipadlanseringen, blev en direkt förebild för designen av Ipadutgåvorna av Bonniertidningarna *Dagens Nyheter*, *Sydsvenskan* och *Dagens Industri*, som presenterades i december 2010, bara några veckor efter att Ipad kommit i en svensk version.

Med Flichys terminologi kan Ipadens *frame of functioning* beskrivas som en platt liten dator som man styr med fingret på en pekskärm istället för via mus eller tangentbord. Ger det någon annan *frame of use* än för vanliga smådatorer? Det finns i alla fall krafter som aktivt vill skapa en annan *frame of use*, och presentera Ipaden (och de konkurrerande versioner baserade på Android som därefter dök upp på marknaden) som något radikalt nytt. Framför allt inom medievärlden har Ipad lanserats som ett nytt medium, med särskilda Ipadversioner av dagstidningar och tidskrifter. En vanlig beskrivning är just ”dagstidningen som om vi uppfunnit den idag”.

Frågan för den här framställningen är på vad sätt läsplattetidningen skiljer sig från vanliga pappers- eller webbtidningar. Ger de en annan läsupplevelse och i så fall på vilket sätt? Eller handlar det helt enkelt om att tidningsledningarna ser tidningen på läsplatta som ett sätt att äntligen kunna ta betalt för digitalt innehåll?

Introduktionen av Ipadutgåvorna sammanföll också i tid med den förnyade diskussion som väckts av Rupert Murdoch om möjligheten att ta betalt för digitalt innehåll. Ingen av

de nämnda tre tidningarna har satt upp betalväggar för sina webbtidningar, men däremot tar de betalt av sina Ipadläsare. Det handlar om ett visst prenumerationspris för den som redan prenumerar på papperstidningen och ett betydligt högre pris för den som enbart vill ha tidningen på Ipad. Det går också att köpa enstaka lösnummer, men med olika principer för prissättningen: Sydsvenskan tar 7 kronor, DN 22 och Dagens Industri 28.

Remedierade medier

Jay D Bolter och Richard Grusin myntade begreppet *remediering* för att förklara hur nya medier i sin framväxt lånar former av redan existerande medier, och hur de gamla medierna i sin tur påverkas av de nya. "No medium, it seems, can now function independently and establish its own separate and purified space of cultural meaning." (Bolter, Grusin 1999, s. 55)

När det gäller relationen mellan papperstidningar och deras webbtidningar känner man som tidningsläsare i allmänhet igen sig ganska väl när man går in på en tidnings webbsida. Men det finns också webbspecifika element som inte återfinns i papperstidningen, till exempel video, länkar, eller layoutelement som dropdownlistor som bygger på en digital funktion. Den redesign som *Sydsvenskan* genomförde för sin webbsajt *sydsvenskan.se* våren 2010 är mer visuellt bildburen och mindre dagstidningslik än tidigare och gör att den digitala tidningen avlägsnar sig från den tryckta. Men utvecklingen går inte entydigt och generellt åt det hållet: den redesign på webben som *Svenska Dagbladet* genomfört våren 2011 har istället närmat *SvD.se* layoutmässigt till papperstidningen.

Med den terminologi som socialsemiotikerna Kress och van Leeuwen använder i *Reading Images. The Grammar of Visual Design* (2006) är webbtidningssidans layout *konceptuell*. Bildskärmen delas upp i delar där placering och storleksförhållanden visar den relativa vikten av de element som ingår i den. De flesta webbtidningar saknar en del layoutmarkörer som är utmärkande för papperstidningen, som stora variationer i rubrikstorlek. "Web design flattens the steep hierarchy of the modern front page. Top stories don't look so *top* anymore." (Barnhurst, Nerone 2001b: 471) Istället blir *placeringen* central. Ju högre upp på webbsidan – och framför allt i den centrala nyhetsspalten – desto viktigare och mer aktuell är en viss artikel.

En läsplattetidning som de nämnda Ipadversionerna har en mer *narrativ* layout, där det digitala bläddrandet från höger till vänster blir den vektor som anger läsriktningen. Det innebär också att vänster-höger-relationen står för känd respektive ny information – en av Kress' och van Leeuwens layoutprinciper från pappersvärlden som stämmer bättre med läsplattetidningen än med den traditionella webb-tidningen. (Holsanova, Holmqvist 2004)

I en papperstidning bläddrar man från sida till sida genom tidningen, efter att först ha scannat av det viktigaste på förstasidan. I webbtidningen har förstasidan en mycket mer central roll. Det är utgångspunkten för läsningen, och därifrån klickar man på den artikel man vill läsa, för att sedan återvända till basen, förstasidan, för att titta efter nya artiklar. Webbtidningsläsaren ger sig inte gärna in i webbens djupstruktur. (Holsanova 2010)

Det indexerade klickande i webbtidningen har alltså ersatt det översiktliga bläddrandet i papperstidningen. Men många läsplattetidningar bygger istället på en digital *remediering av bläddrandet*. I Ipadversionerna av *Dagens Nyheter*, *Dagens Industri* och *Sydsvenskan* kombinerar man webbtidningens indexeringsmöjligheter med papperstid-

ningens bläddrande. Läsaren har tillgång till en förstasidesspalt med avdelningsrubriker, där man genom att peka med fingret på en rubrik kommer direkt till den underliggande artikeln. Men den läsart läsplattetidningen framför allt bygger på är att bläddra sig fram genom tidningen. Genom att föra fingret över läsplattan kan man ”vända blad” och komma till nästa artikel. Det remedierar det traditionella bläddrandet och gör läsupplevelsen mer lik läsandet i en papperstidning.

En layoutprincip för webbdesignen är att rymma mycket material på samma förstasida, eftersom den ska fungera som ett index för så stor del av innehållet som möjligt. Exempelvis har webbtidningen *hd.se* ett hundratal inslag på sin förstasida, medan pappersutgåvan *Helsingborgs Dagblad* har ett tiotal. Mediehistorikerna Barnhurst och Nerone (2001a) jämför webbdesignens *crowded anarchy* med den neoviktorianska tidningsdesignen i slutet av 1800-talet och början av 1900-talet där stort och smått blandades på tidningssidorna, före 1900-talsmodernismens strävan efter renhet och struktur. Mängden material på en webbförstasida med artikelrubriker, pufftexter, fotografier, grafik, klickikoner, telegramrubriker, länkar osv, gör att det också finns många sätt att läsa samma sida. ”In such a page verbal text just becomes one of the elements integrated with information value, salience and framing, and reading is not necessarily linear.” (Kress, van Leeuwen 2006: 178)

Läsplattetidningen i exempelvis *Dagens Nyheter*, *Sydsvenskans* och *Dagens Industris* tappning arbetar med en mycket renare design, med i stort sett en artikel per sida. Den är betydligt mer tidskrifts- än dagstidningslik, och påminner närmast om *DN:s* nya månatliga utrikesmagasin. På det sättet kan de i Barnhurst och Neronens definition ses som mer modernistiska än neo-viktorianska, och det gör också läsarten mer enhetlig. Men det är inte det enda layoutalternativet för en läsplattetidning. *New York Times* version för Ipad är betydligt mer dagstidningslik i sin layout med ett halvdussin korta artikelinledningar på sin förstasida.

Fotografier och video

I en genomgång i tidningen *Journalisten* visade Paul Frigyes hur fotografier tagit allt större plats på tidningssidorna, både i kvällspressen och storstadsmorgontidningar, under de senaste 20 åren. Detta har skett framför allt på textmängdens bekostnad. (Frigyes 2010) Från början saknades det fotografier på tidningarnas webbsidor, som var helt textdominerade de första åren. (Hedman 1998) Dåtidens modem gjorde att det tog lång tid att ladda ner fotografier och videor, men med bredbandsutbyggnaden under 00-talet försvann i stort sett det hindret. 2010 hade 98 procent av de svenska internetanvändarna tillgång till bredband. (Findahl 2010) Fortfarande spelar fotografier en mer underordnad roll i webbtidningar än i motsvarande papperstidningar. Orsaken till det är framför allt webbsidornas form med fasta spaltformat och behovet att få plats med mycket material på ingångssidan. Men tendensen är att webbtidningar får en mer visuell layout där foton och andra illustrationer spelar en större roll.

Den tendensen har slagit igenom starkt i läsplattetidningarna, som i de flesta versioner satsar på fotografier, interaktiv grafik och andra visuellt starka grafiska element, både i artiklar och annonser. Layouten med en artikel per sida ger helt andra möjligheter att lansera fotografier; ett vanligt artikelupplägg är en rubrik och en dominerande bild över hela läsplattans bildskärm, med brödtexten förskjuten till en nedskrollning av sidan.

I Bolter, Grusins (1999) resonemang kring begreppsparet *immediacy-hypermediacy* menar de att webben som sådan hamnar ganska långt åt det illusionsbrytande hypermediacyhållet. Men ett *bildspel* där varje bild fyller hela bildskärmen, växlar automatiskt och kanske åtföljs av ljudillustrationer ger en betydligt större känsla av *immediacy*. Bildspelen remedierar tidningsformer som fotoreportaget, men också utompressliga former som diabildsvisningar, stillbildsfilmer eller fotoutställningar där åskådaren vandrar från den ena bilden till den andra. Bildspelen har en koppling till den ursprungliga texten, men är ändå mer fristående, har mindre av *anchorage* än stillbilder som förankras av bildtexter på sin tidningssida; de är mer polysemiska, mer öppna för andra läsningar. (Barthes 2003)

Videoinslag hör till det som tillförts webbtidningar framför allt under senare år, med bred-bandsutbyggnaden och en allt mindre, lättare och mer lättskött kamera- och redigeringsutrustning. I videofallet finns inget att remediera från papperstidningsvärlden. Man kan istället tänka sig en rad andra förebilder för webbtidningars videoinslag, allt från klassisk dokumentärfilm till modern Youtubeestetik. Men det är ingen tillfällighet att många webbtidningar kallar sina videoinslag just *webb-TV*. Deras videoinslag är oftast en remediering av TV-mediets nyhets-sändningar. De består av korta inslag där man ser en reporter i bild som TV-typiska av- och påannonser och däremellan intervjuar personer som kommenterar det som inslaget handlar om. Eftersom de flesta ser videon i en liten ruta på bildskärmen kan man inte ha för mycket detaljer i bild. (Lindqvist 2010).

Det större formatet (jämfört med den begränsade bildrutan på en traditionell dator) och den bättre upplösningen på Ipad-skärmen kanske kan leda till en utveckling av video/webb-TV-formen i riktning mot ett mer detaljrikt och filmiskt berättande.

Det snabba kretsloppet

En avgörande skillnad mellan papperstidning och webbtidning är publiceringsmönstret. I princip publiceras papperstidningen en gång per dygn, när läsarna vid ett och samma tillfälle och i ett och samma skick. Nyheternas kretslopp i en papperstidning är alltså 24 timmar. De produceras i stort sett under dagen och kvällen före utgivningen, och det finns en deadline, en sista tidpunkt då materialet måste vara färdigskrivet och färdigredigerat för att kunna komma i tidningen.

På webben finns ingen deadline, nya artiklar, notiser och videor kan läggas ut när som helst. Därmed remedierar webben nyhetsbyråns telegramflöde, med snabba nyhetsflashar följda av uppdaterade versioner när nya aspekter av nyheten tillkommer. ”Snabbheten och de ständiga upp-dateringarna är själva kärnan i vår journalistik”, står det i en Redaktionell policy för *hd.se*.

Jag har följt *hd.se* timme för timme under en dag mellan 06 och 24, dvs den tid sajten var bemannad. Under de 18 timmarna lades tolv olika artiklar i topp, de toppade alltså sidan i snitt 1,5 timme. Ett stort antal andra artiklar dök också upp på förstasidan och plockades ner från den någon eller några timmar senare, den som låg kvar på sidan längst klarade 13 timmar. Nyheter kan flyttas om på förstasidan bara för att det ska se ut som om det händer något nytt även när det inte gör det – det är en del av webbens nyhetslogik. (Hedman 2006)

Läsplattetidningens nyhetskretslopp kan ses som en mellanform mellan papper och webb. Om man som exempel tar *Sydsvenskans* Ipadversion läggs huvuddelen av innehållet ut klockan 05 på morgonen – ungefär då tidningsbuden börjar sina utdelningsrundor.

Den delen av innehållet består av fasta sidor med artiklar, fotografier, grafik, filmklipp, samt fasta avdelningar som serier och väder. Den delen, som är den största, har samma 24-timmars nyhetskretslopp som pappers-tidningen. Men utöver det har läsplattetidningen också en del som styrs av samma nyhetslogik som webben med uppdateringar och fördjupningar under nyhetsdygnets lopp, samt en senaste nytt-del med aktuella kortnyheter från webbredaktionen.

Webbens möjligheter till ständig publicering blir också ett krav på att publicera så snabbt som möjligt. Snabbhetskraven gör att händelsenyheter får en stark prioritet på webbtidningar, inte minst i den inbyggda dramatik som finns i blåljusnyheter, som bygger på ett *nyhetsnät* där knutpunkterna framför allt vilar på fasta och lättåtkomliga källor i det här fallet främst polisen, räddningstjänsten och SOS-centralen. (Tuchman 1989, Hedman 2006)

Detta gäller i inte alls i lika hög grad de Ipad-tidningar som jag har studerat, där den här typen av uppdateringar inte läggs i topp på ingångssidan. De dominerar istället av det fasta materialet som följer med hela nyhetsdygnet och de snabba uppdateringarna får en mer marginell placering.

Det långsamma kretsloppet

Papperstidningens 24-timmarscykel bryts inte bara av webbens snabba kretslopp – utan också av dess långsamma. Det innebär att material som är mer tidsaktuellt än dagsaktuellt får ett förlängt liv på webben.

Den typen av material kan man hitta på *fasta specialsidor*, som resesidor. (I februari 2011 kan man hitta en artikel på *sydsvenskan.se:s* resesida från danska ön Anholt, ursprungligen publicerad i 2 juli 2005!) En annan kategori i det långsamma kretsloppet är *temasidor* där man mer tillfälligt samlar det som publicerats i ett visst ämne (som t ex den granskning *Sydsvenskan* gjorde av Lunds universitets rektor Per Ericssons ifrågasatta professorsmeriter, med 13 artiklar mellan 13 november och 2 december 2010). En enklare form av samma sak är *länkpaket* med bakgrunder och tidigare artiklar i ämnet i anslutning till en viss artikel på webben. *Bildspel* kan också ingå i det långsamma kretsloppet; på *sydostran.se:s* förstasida fanns ännu i april 2011 en klickikon till bildspel från Sweden Rock-festivalen i juni 2010. Ytterligare ett exempel är *lokal-lokala undersidor*. Ett exempel är *ystadsallehanda.se*, som har lokala nyhetssidor för de fem kommunerna i spridningsområdet. Dessa har i sin tur undersajter för de större samhällena i varje kommun. Går man in på Simrishamnssidans undersida om Kivik i slutet av mars hittar man där nyheter från 23 mars 2011 tillbaka till 16 december 2010.

Och dessutom finns allt som tidigare publicerats i webbtidningen sökbart i dess *arkiv*. Webbens djupdimension innebär att man i princip kan spara hur mycket material som helst. Ett sätt att beskriva webbtidningens egenart är att se den som *ett stort arkiv*, där bara en liten del av materialet syns på den dagsaktuella ytan.

Webbtidningens långsamma kretslopp begränsas inte till den egna tidningen och det egna arkivet. Ett exempel är att en av de mest lästa och kommenterade artiklarna på *sydostran.se* är ”Kör ditt barn trimmad moppe”. Den fanns på webbtidningens förstasida enbart 22 mars 2007 och den dagen kom det fyra webbkomentarer. Men sen började den leva ett eget liv på nätet, det länkades till den på olika föräldra- och moped sajter och till dags dato har det kommit in 116 kommentarer. Söker man på ”trimmad moppe”

eller ”trimmad moped” på Google ligger artikeln från *sydostran.se* på sjätte plats av 115 000 träffar.

Webbsidans långsamma kretslopp är en illustration till Chris Andersons (2006) begrepp *the long tail*. Även om en artikel i en webbtidning når flest läsare den första dagen då den ligger på förstasidan, kan den fortleva i olika former inom webbtidningen, som på temasidor, dyka upp som länk, ligga kvar på lokalsidor, finnas i arkivet och utanför den egna tidningswebben leva vidare genom sökmotorer och sajter som hänvisar till den – och kanske sammantaget få lika många läsare i ”svansen” som under den första publiceringsdagen.

Läsplattetidningarna har inte samma tids- och djupdimension som webbtidningen, utan varje dags utgåva är ett avslutat helt. Större delen av innehållet följer samma 24-timmarscykel som den tryckta papperstidningen, och dessutom kan man alltså bygga på med mer aktuella nyheter under publiceringsdygnet. Men möjligheten saknas att gå tillbaka i tiden i den läsplattetidning som man har uppe på skärmen. Däremot har flera av dem en *library*-funktion, det vill säga att man kan på en ingångssida se ikoner för alla tidigare utgåvor och välja att öppna och gå in i någon av dem. Det kan ses som en remediering av det klassiska *tidningslägget*, de inbundna exemplaren av pappers-tidningen där man kan bläddra sig tillbaka i de samlade tidningsnumren, dag för dag, månad för månad, årgång för årgång.

Interaktivitet

Medieforskaren Michael Karlsson som följt *dn.se*, *svd.se*, *aftonbladet.se* och *expressen.se* mellan 2005 och 2010 (Karlsson 2005, 2010) konstaterar att det fanns väldigt få interaktiva funktioner i början av perioden, men att de blivit betydligt fler under de allra senaste åren. Han identifierar 16 olika sätt som webbtidningarna är interaktiva på, och av dem hade *aftonbladet.se* tolv, *expressen.se* och *svd.se* 13 och *dn.se* 14 år 2010. Fem år tidigare var motsvarande siffror för *aftonbladet.se* fem och de övriga tre. De fyra webbtidningarna har följts åt i utvecklingen och anammat ungefär samma interaktiva funktioner, ingen av dem kunde beskrivas som branschledare, utan alla hade tagit efter de nya funktioner och grepp som verkade framgångsrika. Karlsson menar att webbtidningarnas ökande interaktivitet innebär ett delvis upphävande av den traditionella uppdelningen mellan aktiva nyhetsproducenter och passiva nyhetskonsumenter. (Karlsson 2010)

Men när det gäller de ipadversioner av svenska tidningar som hittills finns, så finns det mycket mindre av läsarmedverkan. De når läsarna som färdiga produkter och är därmed mer redaktionellt styrda. Men på samma sätt som de textdominerade webbtidningarna från andra halvan av 1990-talet skiljer sig avsevärt från dagens bild- och videofyllda webbtidningar, kommer även läsplattetidningar att kunna utvecklas, både för Ipad och andra plattformar. I ett tweet till undertecknad skriver Sydsvenskan-gruppens utvecklingschef Anders Olofsson att de kommer att utveckla läsplattekonceptet framför allt med ”delning och dialog”.

Slutsatser

Frågan om läsplattetidningen i Ipadversion är något kvalitativt nytt inom webbtidningsvärlden kan besvaras olika beroende på vilken tidning man ser på. I de fall det bara handlar om att lägga ut en pdf-version av papperstidningen är det naturligtvis inte

det. Men även särskilda Ipadversioner kan se helt olika ut. En tidning som *New York Times* har valt en form som ligger nära en traditionell papperstidning medan exempel som *Dagens Nyheter* och *Sydsvenskan* snarare remedierat en tidskriftsdesign där man framhäver de visuella presentationsmöjligheterna.

Läsplattetidningen har tydliga särdrag jämfört med webbtidningen, där den remedierar papperstidningsdrag som det bläddrande läsandet, den har (eller kan åtminstone ha) en renare layout där den enskilda artikeln kommer i fokus på ett annat sätt. Den goda upplösningen på Ipad gör att visuella och multimediala inslag, som fotografier, bildspel, interaktiv grafik och videor, kan få en framträdande plats. Med webbtidningen delar den läsplattebundna tidningen möjligheten till uppdateringar under nyhetsdygnet, men den bygger ändå huvudsakligen på det 24 timmar långa nyhetsdygnet. Därmot saknas det långsamma kretsloppet; för att hitta äldre material än det aktuella nyhetsdygnet måste man gå till det digitala tidningslägget och leta upp dem. Än så länge saknas också kommentarmöjligheter, möjlighet att länka till sociala medier, och andra interaktiva möjligheter som blivit så viktiga på webben under senare år – även om den delen kan utvecklas framöver.

Läsplattetidningar i den form de fått i mina exempel från *Dagens Nyheter* och *Sydsvenskans* Ipadutgåvor framstår som en mellanform mellan webb och papper, där webbtidningens nyhetsflöde med betoning av det nyaste och mest spektakulära har fått en mer sidoordnad roll, hänvisad till särskilda uppdateringssidor, medan det fasta innehållet är grundat i en papperstidningsmodell, med 24-timmars nyhetscykel – men upphottad med webbmöjligheter som bildspel och videor, där den visuella elegansen tycks vara den främsta fördelen.

Det är svårt att bedöma realismen i de ekonomiska förhoppningar som knyts till läsplatteutgåvorna. Det finns dock tecken på en viss betalningsvilja. En undersökning från Mediavision (2011) på ett underlag av 226 Ipadanvändare visade att 80 procent av dessa laddat ner en tidningsapp och att en knapp tredjedel av de 80 procenten också vid något tillfälle betalat för tidningsläsningen. Överför man de siffrorna till de 175 000 Ipads som sålts i Sverige fram till maj 2011 innebär det att ungefär 40 000 användare vid något tillfälle betalat för tidningsinnehåll.

Samtidigt är den genomsnittliga Ipadinnehavaren en välutbildad yngre man i storstad, och det är inte säkert att man ser samma konsumtionsmönster och betalningsvilja när – och om – läsplattor av Ipadtyp sprids utanför kretsen av diffusionsteorins *innovators* och *early adopters*. (Rogers 2003)

Litteratur

- Anderson, Chris (2006) *Long Tail. Why the Future of Business is Selling Less of More*. New York. Hyperion.
- Barnhurst, Kevin, Nerone, John (2001a) *The Form of News. A History*. New York. The Guilford Press.
- Barnhurst, Kevin G, Nerone, John (2001b) 'Beyond Modernism: Digital Design, Americanization and the Future of Newspaper Form', *New Media Society* 2001, 3, s 467.
- Barthes, Roland (1977) 'Rhetoric of the Image'. *Image, Music, Text*. Glasgow. Fontana Press.
- Bolter, Jay David, Grusin, Richard (1999) *Remediation. Understanding New Media*. Cambridge. MIT Press
- Deuze, Mark (2008) 'Towards a Sociology of Online News', i Paterson, Chris, Domingo, David: *Making Online News. The Ethnography of New Media Production*. New York. Peter Lang.
- Findahl, Olle (2010) *Svenskarna och Internet 2010*. Stockholm, .se (Stiftelsen för internetinfrastruktur)
- Flichy, Patrice (2007) *Understanding Technological Innovation. A Socio-Technical Approach*. Cheltenham/Northampton. Edward Elgar.
- Florén, Per (1997) *Morgondagens dagstidning. Fyra scenarier om dagstidningsbranschen 2005*. Stockholm. Kairos Futures, Tidningsutgivarna.

- Frigyes, Paul (2010) 'Vart tog texten vägen?' *Journalisten*, nr 12 2010
- Jeffery, Björn (2009) "Se Bonniers vision om den digitala framtiden", *Beta lab*. Bonnier R & D, 'Stockholm. www.bonnier.se/sv/content/se-bonniers-vision-om-den-digitala-framtiden
- Hedman, Love (red) (1998) *Pressen på internet*. Uppsala. Working Papers Series 1. Uppsala universitet.
- Hedman, Ulrika (2006) *Har ni nåt webbigt? En fallstudie av Göteborgs-Postens flerkanalpublicering. Redaktionell organisering och arbetsrutiner, nyhetsvärdering, samt medielogik*. Göteborg. D-upsats. JMG, Göteborgs universitet.
- Holsanova, Jana, Holmqvist, Kenneth (2004) 'Med blick på nätnyheter. Ögonrörelsestudier av äsning i nätbase-rade tidningar', i Holmberg, Claes-Göran, Svensson, Jan (red) *Mediekulturer. Hybrider och förändringar*. Stockholm. Carlsson bokförlag.
- Holsanova, Jana (2010) *Myter och sanningar om läsning. Om samspelet mellan språk och bild i olika medier*. Stockholm. Språkrådets skrifter 12, Nordstedts.
- Karlsson, Michael (2006) *Nätjournalistik. En explorativ fallstudie av digitala mediernas karaktärsdrag på fyra nyhetssajter*. Lund. Lund Studies in Media and Communication 9.
- Karlsson, Michael (2010) *Nätnyheter: Från slutna produkt till öppen process*. Stockholm. Institutet för medie-studier, Sim(o).
- Kress, Gunter, van Leeuwen, Theo (2006, andra upplagan) *Reading Images. The Grammar of Visual Design*. London. Routledge
- Lindquist, Kristian (2010) *Webbjournalistik*. Stockholm. Nordstedts.
- Redaktionell policy för hd.se* (wiki, senast ändrad 10:51, 26 november 2008).
- Rogers, Everett M (2003, 5e uppl) *Diffusion of Innovations*. New York. Free Press.
- Sandström, Daniel (2010) 'Sydsvenskans Ipad-tidning är här', sydsvenskan.se, 15 december 2010.
- Tuchman, Gaye (1978) *Making News. A Study in the Construction of Reality*. New York. London. The Free Press.
- Läsning av sydsvenskan.se, hd.se, ystadsallehanda.se, sydostran.se samt Ipadupplagor av *Dagens Nyheter*, *Sydsvenskan*, *Dagens Industri* och *New York Times*.

Den gamla kosmopolitismen i nya kläder

Ett svar till Johan Lindell

Carina Guyard & Anne Kaun

Lindell (2011) vill empiriskt undersöka mediernas roll för en kosmopolitisk hållning hos människor, något som varit bristfälligt undersökt tidigare. Det har föreslagits, skriver Lindell, att mediernas inflytande ska vara av mycket stor betydelse för individers kosmopolitiska förhållningssätt, till och med större än direkta erfarenheter, men för detta saknas belägg. Det är ur den synvinkeln en viktig insats Lindell gör då han tar sig för att empiriskt belägga om det är möjligt att utveckla kosmopolitism genom mediekonsumtion.

Det finns dock problem med ansatsen. För det första kan man, vilket han också tar upp, fråga sig om det någonsin är möjligt att undersöka en medierad kosmopolitism. I vårt medialiserade samhälle är det tveksamt om man kan undersöka medierna isolerat. Det idag framväxande intresset att undersöka samhällets medialisering understryker just mediernas genomsyrande av alla delar i samhället, åtminstone om man följer den kulturella, bredare definitionen av begreppet (se t ex Couldry, 2006a, 2006b; Fornäs, Becker, Bjurström, & Ganetz, 2007; Hannerz, 1990b; Jansson, 2002; Silverstone, 2007). Fornäs et al. skriver till exempel: ”Media no longer form a distinct sector, but are fully integrated in human life. This paradoxically means that their enormous influence can never be adequately ‘measured’, since there is no media-free zone with which to compare their effects” (2007, s 1).

Med det i beaktande blir det problematiskt att göra som exempelvis Chouliaraki (2008; 2006), nämligen studera vilken slags nyhetsrapportering om avlägset lidande som framkallar kosmopolitiska känslor och framför allt handlingar hos åskådarna. Hur är det möjligt att säkert veta att det var ett särskilt reportage som bidrog till kosmopolitiskt agerande? Kan man på det sättet särskilja mediernas effekter från omgivningen i övrigt? Om detta problem är Lindell medveten så han väljer en annan ingång. Han vill genom en regressionsanalys (Ordinary Least Square) pröva om en hög andel kosmopolitiska attityder har ett samband med mediekonsumtion (press, tv, radio). Det vill säga, om till exempel flitiga tidningsläsare sammanfaller med gruppen kosmopolitiskt inställda kan hypotesen om medierad kosmopolitism bekräftas. Det kan diskuteras om det verkligen går att visa på ett kausalt samband där (som Lindell hävdar, s 8) eftersom så många andra bakomliggande faktorer kan inverka. Lindell förutsätter att kosmopolitism är en följd av viss mediekonsumtion men om kosmopolitism utgör en del av det kulturella kapitalet kan det lika gärna vara tvärtom. Detta är ett problem men det är inte det vi främst vänder oss emot.

Det största problemet med studien, enligt vår mening, är den enkelspåriga definitionen av begreppet kosmopolitism. Lindell utgår ifrån Hannerz (1990a) tidiga och besvärande elitistiska definition av kosmopolitism. Den beskrivs av Hannerz som en *vilja* att engagera sig i den Andre, en *öppenhet* inför annorlunda kulturer, men också (och detta bortser Lindell från) en *kompetens* att hantera det nya och annorlunda. Anledningen till att Hannerz inställning är elitistisk – detta måste förklaras annars framgår inte ifrågasättandet av Lindells argument – är att han utgår ifrån att den kosmopolitiska hållningen kräver ett distanserat och reflekterande förhållningssätt gentemot omvärlden. Inga starka band eller personliga intressen kan stå i vägen för en genuin öppenhet inför andra kulturer. Mycket riktigt finner han störst potential för att en kosmopolitisk läggning ska utvecklas hos intellektuella som har sitt kapital av kunskap med sig var än de färdas. Det påminner om Björks (1999) kritik av 1900-talets stora berättelse om den moderna människan. Den moderna människan (läs: mannen) föds inte som ett eget subjekt om han inte förmår lägga band på sina känslor och avvisa närhet. Under moderniteten som den beskrivs i inflytelserika verk (av Goethe, Adorno & Horkheimer, Freud, med flera) handlar jagprojekt om att frigöra sig från andra och att bryta upp. Därför måste kvinnan finnas kvar i hemmet och fresta mannen, locka honom att stanna – utan den frestelsen finns inget svårt att överkomma, ingen längtan att motstå. Att vara modern är att övervinna frestelser och att vara berövad något. Det är svårt men nödvändigt. ”För att den moderne mannen ska kunna bryta upp och bege sig ut på resa, måste hemmet finnas kvar. Kvinnosfären blir så den till synes statiska scen på vilken manliga moderna individer agerar” (Björk, 1999, s 60). En liknande hållning infinner sig hos Hannerz kosmopoliter då han beskriver betydelsen för dem av att de lokala kulturerna förblir distinkta så att kosmopoliter har möjlighet att fortsätta utforska det annorlunda. Det är det han åsyftar med att det inte kan finnas kosmopoliter utan lokala kulturer.

Hannerz har modifierat och utvecklat sin egen definition i senare texter (2005, 2011). I dem uttrycker han besvikelse över att den spridda föreställningen om den rotlösa kosmopoliten vunnit så starkt gehör. Nu frågar han sig istället om det inte är möjligt att ha en ”tjock” kosmopolitism där stark samhörighet med hela världen ryms. En kosmopolitism med ett glatt ansikte, som han uttrycker det. Istället för att vara rädd för att binda sig för mycket vid någon plats i strävan att undvika en nationell trångsynthet kan man öppna upp och binda sig vid massor av platser, vid massor av kulturer. I en av texterna (2005) hänvisar han till Billigs (1995) term *banal nationalism* och menar att på samma sätt kan man tänka om kosmopolitism. Att inta en banal kosmopolitisk hållning behöver inte vara en fråga om blod och etnicitet, utan kan handla om vardagliga rutiner som skapar samhörighet. Vidare tar han delvis avstånd från sin egen betoning av *viljan* till kosmopolitism och undrar om inte *kompetensen* borde framhävas. Med en betoning på viljan utesluts många som dagligen konfronteras med det nya och främmande, men gör det utan iver, till exempel flyktingar. De har kosmopolitiska förmågor genom sina ständiga konfrontationer med det annorlunda. De kanske inte gör det utav stor lust eller nyfikenhet, men de klarar likväl av det. Det är en erfarenhetsgrundad, mer banal form av kosmopolitism.

Tillbaka till Lindells studie, där alltså en banal kompetens förbises. Han utforskar kosmopolitism genom inställning till tre teman. Det första handlar om hur man ställer sig till en eventuell utvidgning av EU. Detta är något problematiskt menar också Lindell då en positiv inställning till EU-projektet inte automatiskt innebär en lojalitet med hela den övriga världen, men han väljer att bortse från invändningen och fastslår att denna

variabel mäter en politiskt kosmopolitisk attityd. Det andra temat handlar om ifall man anser att ens eget lands kultur berikas eller utarmas av invandring. Den variabeln mäter enligt Lindell en kulturellt kosmopolitisk attityd. Det sista temat rör sig också runt invandring och mäter kulturell kosmopolitism. Det handlar om ifall man anser att ens land har blivit bättre eller sämre att leva i genom att invandrare kommit till landet. Svaren vägs sedan samman med mediekonsumtion som sagt, men också med former av kapital (kulturellt, socialt och ekonomiskt) samt med boendeform. Kulturellt kapital innebär hög utbildning, socialt kapital handlar om stort nätverk och ekonomiskt kapital att man inte känner oro över sin ekonomiska situation. Boendeform delas upp i boendes i stad eller på landsbygd, och här antar Lindell att urbana individer mer troligt är kosmopolitiska då han definierar storstaden som en kulturell smältdegel.

Föga förvånande kommer Lindell fram till att ”en individ boendes i storstaden med en generell hög kapitalvolym, framförallt av utbildningskapital, som också läser tidningen till högre utsträckning än en individ boendes på landet med låg kapitalvolym som inte tar del av nyheter (press) är kosmopolit” (2011, s 12). Naturligtvis var även de med ett rikt socialt liv utan ekonomiska bekymmer positivt inställda till EU och invandring. Han tycker att hans resultat pekar *mot* somliga forskares hävdande av en befintlig arbetarklasskosmopolitism. Tvärtom visar hans studie att en kosmopolitisk hållning dessvärre tycks vara förbehållet en elit.

Invändningarna som vi vill resa mot studien handlar om att Lindell för lättvindigt reproducerar en elitistisk syn på kosmopolitism. Den erfarenhetsgrundade kosmopolitismen ges inget utrymme. På flera punkter kan man starkt ifrågasätta om det verkligen är kosmopolitiska attityder som undersöks och inte istället självgodhet och hyckleri. För det första är det väl knappast storstadsbor som tränas i mångkulturalitet (åtminstone inte om man tänker på städer som Stockholm) eftersom innerstaden företrädesvis bebos av etniskt svenska. För det andra är det problematiskt att studien inte reflekterat över *varför* en människa utan bekymmer, såväl av ekonomisk, social, eller kulturell art säger sig vara för invandring, medan en som har sådana bekymmer är mer tveksam till invandring. Det är förmodligen lättare att uttrycka mångkulturell lojalitet – eftersom bara åsikten räknas för Lindell – om ens egen nära omgivning inte har några erfarenheter av andra kulturer annat än som exotiska inslag. Och för det tredje kan man anta att de medel- och överklassmänniskor som Lindell beskriver också besitter en politiskt korrekt medvetenhet om vilka åsikter som är önskvärda, nämligen öppenhet gentemot EU och den Andre.

Lindells resultat ger inte belägg för att dessa välutbildade innerstadsbor har en större medierad kosmopolitisk *kompetens* men att kosmopolitiska attityder utgör en del av det kulturella kapitalet. Det är ingen nyhet. Vad som saknas i forskningen är ökad kunskap om den banala kosmopolitismen, på grund av dess potentialitet att rikta kritik mot en elitistisk förståelse av begreppet kosmopolitism.

Referenser

- Billig, M. (1995) *Banal Nationalism*. London: Sage.
- Björk, N. (1999) *Sireners sång : tankar kring modernitet och kön*. Stockholm: Wahlström & Widstrand.
- Chouliaraki, L. (2008) 'The Media as Moral Education: Mediation and Action', *Media, Culture & Society*, 30(6), 831-852.
- Chouliaraki, L., & ebrary Inc. (2006) *The Spectatorship of Suffering* [Elektronisk resurs]. London; Thousand Oaks, Calif.: SAGE Publications.

- Couldry, N. (2006a) *Listening Beyond the Echoes: Media, Ethics and Agency in an Uncertain World*. London: Paradigm Press.
- Couldry, N. (2006b) 'Transvaluing Media Studies: Or, Beyond the Myth of the Mediated Centre', in Curran J., & Morley, D. (eds.) *Media and Cultural Theory* (pp. 177-194). London, New York: Routledge.
- Fornäs, J., Becker, K., Bjurström, E., & Ganetz, H. (2007) *Consuming Media: Communication, Shopping and Everyday Life*. Oxford, New York: Berg.
- Hannerz, U. (1990a) 'Cosmopolitans and Locals in World Culture', *Theory, Culture & Society*, 7(2), 237-251.
- Hannerz, U. (1990b) 'Genomsyrade av medier', in Hannerz, U. (ed.) *Medier och kulturer* (pp. 7-28). Stockholm: Carlsson.
- Hannerz, U. (2005) 'Two Faces of Cosmopolitanism: Culture and Politics', *Statsvetenskaplig Tidskrift*, 107(3), 199-213.
- Hannerz, U. (2011) *Café du Monde : platser, vägar och människor i världsvimlet*. Stockholm: Carlsson.
- Jansson, A. (2002) 'The Mediatization of Consumption: Towards an Analytic Framework of Image Culture', *Journal of Consumer Culture*, 2(1), 5-31.
- Lindell, J. (2011) 'Medierad kosmopolitism: en empirisk inblick', *Nordicom Information*, 33(3), 3-15.
- Silverstone, R. (2007) *Media and Morality : On the Rise of the Mediapolis*. Cambridge, UK ; Malden, MA: Polity Press.

CARINA GUYARD, Doktorand, Institutionen för kultur och kommunikation, Södertörns högskola, carina.guyard@sh.se

ANNE KAUN, Doktorand, Institutionen för kultur och kommunikation, Södertörns högskola, anne.kaun@sh.se

Recensioner

Redaktör: Ragnhild Mølster, Nordicom Norge

Henrik Merkelsen (red)

Håndbog i strategisk public relations

Frederiksberg C: Samfundsliteratur; 2010, 430 s. ISBN: 9788759313138

Mie Femø Nielsen

Strategisk kommunikation

København: Akademisk forlag; 2010, 185 s. ISBN: 9788750039686

Preben Sepstrup & Pernille Fruensgaard

Kommunikations- og kampagneplanlegning

København: Academica; 2010, 376 s. ISBN: 9788776757601

Fagfeltet strategisk kommunikasjon, eller 'public relations' som mange kaller det, var lenge 'a one trick pony'. Det vil si, et spesielt paradigme dominerte, den såkalte symmetri- eller 'excellence'-teorien (f.eks. Grunig et al., 1992). Her ble det foreskrevet at det mest etiske og effektive for virksomheter ville være å balansere hensynene til virksomhetenes og publikumsgruppens interesser. «Toveissymmetrisk kommunikasjon» har vært mantraet. Mye forskning innen feltet har dreid seg om å videreutvikle og ikke minst forsvare denne normative teorien. Kritikere har derimot pekt på epistemologiske, ontologiske, empiriske, etiske og politiske problemer og implikasjoner som springer fra teorien (se f.eks. Brown, 2010). Blant annet poengteres det at symmetriteori instrumentaliserer virksomheters dialog med omverden og innordner den virksomhetenes strategiske mål. Uansett: Dominansen har vært slik at andre tilnærminger til studiet av strategisk kommunikasjon har blitt karakterisert som «perifere visjoner» eller som forskning som kommer fra «ytterkanten». Se for eksempel spesialutgavene av de to sentrale tidsskriftene *Public Relations Review*, (31[4]) og *Journal of Public Relations Research* (17[1]). I økende grad har en imidlertid sett en oppblomstring av slike konkurrerende perspektiver (f.eks. Bardhan & Weaver, 2011; Edwards & Hodges, 2011; Heath, Toth, & Waymer, 2009; Ihlen, van Ruler, & Fredriks-

son, 2009). Disse publikasjonene bruker blant litteratur fra sosiologi, postmodernisme, kulturteori, antropologi, retorikk, kritisk teori og kommunikasjonsteori generelt. Nye spørsmål reises og fagfeltet er ikke lenger så ensartet. Mot denne bakgrunnen er det interessant å vurdere *Håndbog i strategisk public relations*, *Strategisk kommunikation*, samt *Kommunikations- og Kampagneplanlegning* som alle på litt ulikt vis skal gi studenter en innføring til viktige sider ved strategisk kommunikasjon.

Bok 1 – *Håndbog i strategisk public relations*: Den mest vidtfavnende av de tre bøkene er redigert av studielektor Henrik Merkelsen ved Copenhagen Business School. *Håndbog i strategisk public relations* er på 430 sider og inneholder fjorten kapitler. I følge forordet dreier de fire første kapitlene seg om overordnede teoretiske rammer ('public relations', 'corporate communication', interessenteori, samfunnsansvar), så følger to kapitler om medier og effekter (nærmere bestemt Internett og planlegging/evaluering), fem kapitler om spesialdisipliner som retter seg mot spesifikke interessenter ('branding', investorrelasjoner, pressehåndtering, 'spin' og 'public affairs'), samt to kapitler om spesialdisipliner som tar utgangspunkt i spesielle situasjoner ('issues management' og krisekommunikasjon). Det må kort bemerkes at denne organiseringen med fordel kunne ha vært forsterket visuelt. Dersom en ikke leser foror-

det, virker bokas struktur noe vilkårlig. Og når jeg først gjør kritiske innvendinger til struktur: Kapitlene er ulikt bygd opp. Noen inkluderer case, andre ikke. Noen har konklusjoner, andre har «sammenfatning», «avslutning», «konkluderende bemerkninger» eller «oppsamling». På samme vis har noen kapitler god teoretisk forankring, mens andre i langt mindre grad bruker teori. Kapitlene om Internett og planlegging/evaluering faller begge i sistnevnte kategori. Slik sett kunne nok boka tjent på en strengere redaktørutøvelse for å sikre en bedre konsistens i forhold til så vel form som innhold.

Førsteforfatter av kapitlet om interessenteori er selve teoriens opphavsmann, amerikanske R. Edward Freeman, men for øvrig er bidragene danske. Blant de mer internasjonalt kjente navnene er Lars Thøger Christensen og Mette Morsing ('corporate communication'), sistnevnte og Majken Schultz (samfunnsansvar), og Finn Frandsen og Winni Johansen ('issues management' og krisekommunikasjon). Slik sikres da også at flere kapitler er godt innlest i forskningslitteraturen og gir gode oversikter.

Pussig nok er den internasjonale trenden at håndbøker orienterer seg vekk fra det praktiske og isteden har fagfeller som målgruppe. Et eksempel er *The SAGE handbook of public relations* (Heath, 2010), som presenterer *state-of-the-art* teoriinnsikt innenfor feltet strategisk kommunikasjon. *Håndbog i strategisk public relations* er derimot av typen som først og fremst har studenter og praktikere som målgruppe, slik det også poengteres av bokas baksidetekst. Hvert kapittel avsluttes da også med såkalte refleksjonsspørsmål, noe som utvilsomt øker bruksverdien, spesielt for førstnevnte målgruppe.

Den første danske antologien på feltet het *Håndbog i PR* (Blach & Højberg, 1989). Det er et godt trekk å få en av redaktørene her, Højberg, til å skrive et forord der han reflekterer over utviklingen innen feltet. Og noe har skjedd: «Så hvor vi dengang rykkede fra håndværk til strategi, rykker feltet i dag fra strategi til også å rumme metarefleksjonen over sig selv, sine metoder og sine genstandsfelter» (s. 13).

Introduksjonskapitlet inneholder nettopp en slik metarefleksjon. Redaktør Merkelsen gir tilkjenne sitt syn på hva strategisk kommunikasjon dreier seg om – legitimitet – og tar turen innom flere av de viktigste teoretikerne for å bygge dette argumentet. Det poengteres at Atlanterhavet også skiller to ulike tilnærminger til faget, den ene etter sigende mer liberalistisk og funksjonalistisk, den andre mer fellesskapsorientert. Strategisk kommunikasjon, eller her 'public relations', diskuteres i forhold til markedsføring, organisasjonskommunikasjon, retorikk og kulturstudier. Merkelig nok gjøres det

ikke none tilsvarende grenseoppgang i forhold til det som er fokus for kapittel to: 'corporate communication'. Dernest følger et pliktlop gjennom historie og teoriframstillingen i den nevnte symmetriteorien. Merkelsen referer noen av teoriens kritikere, men avfeier kritikken som lite konstruktiv og ute av stand til å gi noe «cash value» til faget. I kapittelets avslutning heter det: «Trots kritikk er modellen og dens etterfølger med *mixed motives* blevet uomgængelige i PR-fagets selvforståelse ... promoveringen av den symmetriske dialog kan ses som en mulighed for at højne PR-fagets status i offentligheden» (s. 46).

I bokas avslutningskapittel plukkes denne diskusjonen opp igjen, og forfatterne Sine Nørholm Just, Peter Goll og Henrik Merkelsen skriver om svakheter ved symmetriteorien og at den har fått men «ganske ufortjent position» (s. 357). Det skisseres et bilde av på den ene siden det kritiske og postmoderne paradigmet, og på den andre, det modernistiske paradigmet. Mens førstnevnte ikke har hatt fokus på teori til «gavn for PR-faget, har forskerne inden for det dominerende, modernistiske paradigmet ikke evnet det» (s. 357). På den annen side vil postmodernistene «formentlig blive tvunget til at indse, at forskning blot for forskningens skyld ikke i længden vil forblive et legitimt videnskabeligt standpunkt i en verden hvor den etablerede forskning får større konkurrence fra mange andre videnproducenter» (s. 358).

En kjepphest på en kjapp luftetur: Mitt stadig tilbakevendende poeng er at strategisk kommunikasjon må studeres som alle andre sosiale praksiser. Feltet trenger nettopp den postmoderne og kritiske teorien, og det er blant annet tankegods av denne typen som har sørget for at faget den dag i dag er noe mer enn bare symmetriteorien. Det er synd at disse to kapitlene leverer et så sneversynt, karikert, og også *feilaktig* bilde av teoritilstanden på feltet. Sneversynt i sitt fokus på det instrumentelle. Karikert i sin oppdeling i henholdsvis modernister og kritikere/postmodernister (se bøkene som ble referert innledningsvis). Feilaktig i sin påstand om at postmodernister ikke har ønsket å bidra til faglig utvikling (se f.eks. Holtzhausen & Voto, 2002). Som sådan kan kapitlene nesten ses på som forsøk på å reversere den faglige utviklingen som har funnet sted.

Når dette er sagt, *Håndbog i strategisk public relations* inneholder svært mye bra. Selv om ikke alle kapitlene er like teoretisk sterke eller interessante, er mange av dem skrevet av folk som er internasjonalt ledende på sine områder. Dersom du for eksempel bare skal lese et kapittel om krisekommunikasjon, trenger du ikke lete lenger. Studenter vil finne glede i de mange hjemmenære eksempler, og skulle de begjære mer finnes det en egen støttende casesamling

også. *Summa summarum*: Tross de nevnte svakhetene er det ikke fritt for at jeg misunner danskene denne antologien.

Bok 2 – *Strategisk kommunikation*: Mie Femø Nilsen har skrevet en 192 siders innføring for virksomheter som vil «**lægge hensigtsmæssige kommunikationsplaner, der hjælper én med at nå sine strategiske mål**» (tekst fra bokas bakside). Boka plasserer teorigodset eksplisitt i baksetet, men skrives likefullt mot et bakteppe av markedsføringsteori, ledelsesteori, organisasjonsteori, filosofi, sosiologi, medieteori, kommunikasjonsteori, samt litt semiotikk og retorikk. På den ene siden er altså boka et vitnesbyrd om den utvidelsen av fagfeltet som har funnet sted – en lar seg ikke begrense av konvensjonene i så måte. Her finnes referanser til Castells, Giddens, Greimas Habermas, Hofstede, Kant, Lazarsfeld, Luhmann, Peirce, Sausure, Weber og Weick. Det er spennende å forsøke å gjøre dette relevant for praktikere. Slik sett er Femø Nilsens prosjekt ganske unikt. På den annen side, er prosjektet litt *vel* unikt. Det vil si, i motsetning til *Håndbog i strategisk public relations*, finnes det lite dialog med det eksisterende fagfeltet. Faktisk er det bare ei bok fra feltet som er funnet verdig til litteraturlista, Grunig og Hunt's *Managing public relations* (1984) som innstifta det nevnte dominerende excellence-paradigmet. Om det ikke har skjedd revolusjoner innen feltet, så tør jeg våge påstanden om at *noe* har skjedd på et kvart århundre. Det bør på en eller annen måte reflekteres i ei bok som denne dersom den skal anerkjennes som en god innføring. En del forbillidige råd og tips får man likevel, og de kan være av stor nytte for praktikere med dårlig tid.

Bok 3 – *Kommunikations- og kampagneplanlegning*: Redaksjonen ønsket en samleanmeldelse for *Håndbog i strategisk public relations*, *Strategisk kommunikation*, og *Kommunikations- og kampagneplanlegning*. Dette virker da også i utgangspunktet ikke så unaturlig. *Håndbog i strategisk public relations* inneholder for eksempel kapitler fra forfatterne av *Strategisk kommunikation*, så vel som fra førsteforfatteren av *Kommunikations- og kampagneplanlegning*. På mange måter kan en si at kampanjefeltet må regnes som et underområde av strategisk kommunikasjon.

På den annen side er det forunderlig lite dialog mellom kampanjeforskere og dem som holder på med strategisk kommunikasjon for øvrig. De førstnevnte har gjerne sin egen litteratur, ofte fokusert på helse. Standardverket er og blir Ronald E. Rice og Charles Atkin's artikkelsamling *Public communication campaigns* (2001). Denne boka er i sin tredje utgave, og det ville være en overdrivelse å si at kam-

panjeforskningen har utviklet seg voldsomt siden den gang. Ser en på nevnte *The SAGE handbook of public relations* (Heath, 2010), er ikke kampanjer viet noe kapittel og ikke engang nevnt i stikkordsregisteret. En annen av kampanjefeltets viktige bøker, Charles T. Salmons artikkelsamling *Information campaigns: Balancing social values and social change* (1989), har ikke kommet i noen ny utgave heller.

Kommunikations- og kampagneplanlegning gir imidlertid en dansk inngang til kampanjer og planlegging generelt. Dette er ei utpreget lærebok med øvelser, flotte farger og figurer, men i tillegg er det gjort et ganske radikalt grep ved å dytte så å si alt som smaker av teori og referanser ut i «les mer»-bokser. Boka er i sin fjerde utgave, og annet opplag, noe som vel kan tyde på at dette grepet har vært vellykket. Denne gang har den frittstående forskeren Preben Sepstrup fått en medforfatter – Pernille Fruensgaard Øe – direktør i mediebyrået Carat Deep Blue.

Danskene er jo generelt gode på dogmer. Sepstrup og Øe erklærer for eksempel at dette ikke er en «bog om kommunikationsfagets nyeste begreber og fænomener. Der er adgang forbudt for "buzz words", døgnfluer og gammel vin på nye flasker. Det er en begge-ben-på-jorden, tungen-lige-i-munden og back-to-basics bog» (s. 15). Dette betyr at leseren presenteres for friske, kortfattede innføringer i sentrale begreper og teorier som har vært aktuelle i kommunikasjonsforskningens historie. På vel 150 sider bærer det innom overtalelsesteori, effektmodeller, bruksstudier, interpersonlig versus massekommunikasjon, diffusjonsteori, informasjonskløfter og merkevarebygging. Mens tittelen på denne bolken av boka er «praktisk kommunikasjonsteori», sorterer så de to neste hovedbolkene kampanjefasene fordelt på «kampanjestrategi» og «handlingsplan». Til det førstnevnte hører kapitler om situasjonsanalyse, mål, målgrupper, prioritering og budsjett, og kommunikasjonsform. I den sistnevnte bolken finnes kapitler om utforming av budskap, medievalg og effektmåling. Bokas avsluttende del inneholder så seks kortfattede og rikt presenterte case som virkelig lar studenter komme tett inn på praksisfeltet (boka har dessuten ei hjemmeside som presenterer flere case). Mens kampanjeforskningen ofte har konsentrert seg om det *offentliges* framstøt for at folk skal stumpe røyken eller bruke bilbelte, tar en her for seg private virksomheters kommunikasjon også. Casene tar blant annet utgangspunkt i ønsket om at folk ikke skal bære kniv og at gravide ikke skal drikke alkohol, men inkluderer også kommersielle kampanjer for å øke salg av filmbilletter og posisjonere en ny alkoholholdig side.

Kommunikations- og kampanjeplanlegning passer avgjort best på de lavere nivåene. Den som vil lese mer har imidlertid god hjelp av de nevnte «les mer»-boksene og den kommenterte litteraturlista. Studenter på et høyere nivå vil derimot kreve en mer utfordrende og problematiserende tekst som også synliggjør teoretiske motsetninger og hvor forskningsfronten går.

I de to nevnte amerikanske kampanjeantologiene er det flere kapitler som fokuserer på etiske sider ved påvirkningsforsøk på vegne av det offentlige, så vel som det private. *Kommunikations- og kampanjeplanlegning* er rungende taus på dette området. Etikkspørsmål skal tilsynelatende ikke stå i veien for «den praktiske anvendelse af teorier og principper» (baksidetekst). I denne anmelders øyne er også det nevnte dogme der forfatterne besverger «kommunikasjonsfagets nyeste begreber og fænomener» bemerkelsesverdig. La gå at kampanjeforskningen ikke har tatt kvantesprang, men et mer sofistikert og oppdatert syn på strategi må en kunne forvente av ei bok som dette. Forfatterne henger dessverre igjen i det lineære tankegodset som nok er behagelig på mange vis, men en løper også den risiko at studentene ikke utstyres med nødvendige verktøy for morgendagen. Her kunne perspektiver fra nyere forskning om kompleksitetsteori og evne til å improvisere ha gjort seg (se f.eks. Gilpin & Murphy, 2010).

Sepstrup og Øe går til felts mot hyperbol om digitale medier, disse skal beskrives og analyseres ut fra samme grunnleggende teori som de «gamle medier». Et stykke på vei har jo dette noe for seg, men igjen virker det som en unødvendig begrensning å legge på seg. Med denne tilnærmingen ignorerer forfatterne den konstituerende rollen som kommunikasjonsformen kan ha. Samtidig peker dette hen på en stadig tilbakevendende utfordring: Hvor mye skal vi lesse på studentene? Hvor mye skal vi komplisere bildet? For *lærebokforfatteres* egen del er iallfall fasiten klar: Det verken er eller skal være lett.

Øyvind Ihlen
Institutt for medier og kommunikasjon
Universitetet i Oslo

Referanser

- Bardhan, N., & Weaver, C.K. (eds) (2011) *Public Relations in Global Cultural Contexts: Multi-paradigmatic Perspectives*. London: Routledge.
- Blach, T., & Højberg, J. (1989) *PR-håndbog i information og public relations* (2 ed.) Copenhagen: Borgen.
- Brown, R.E. (2010) 'Symmetry and its Critics: Antecedents, Prospects and Implications for Symmetry in a Post-symmetry era', in Heath, R.L. (ed.) *The SAGE Handbook of Public Relations* (pp. 277-292). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Edwards, L., & Hodges, C.E.M. (eds.) (2011) *Public Relations, Society & Culture: Theoretical and Empirical Explorations*. London: Routledge.
- Gilpin, D.R., & Murphy, P. (2010) 'Implications of Complexity Theory for Public Relations: Beyond Crisis', in Heath, R.L. (ed.) *The SAGE Handbook of Public Relations* (pp. 71-84). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Grunig, J.E., Dozier, D.M., Ehling, W.P., Grunig, L.A., Repper, F.C., & White, J. (eds) (1992) *Excellence in Public Relations and Communication Management*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Grunig, J.E., & Hunt, T. (1984) *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Heath, R.L. (ed.) (2010) *The SAGE Handbook of Public Relations*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Heath, R.L., Toth, E.L., & Waymer, D. (eds) (2009) *Rhetorical and Critical Approaches to Public Relations II*. New York: Routledge.
- Holtzhausen, D.R., & Voto, R. (2002) 'Resistance Form the Margins: The Postmodern Public Relations Practitioner as Organizational Activist', *Journal of Public Relations Research*, 14(1), 57-84.
- Ihlen, Ø., van Ruler, B., & Fredriksson, M. (eds) (2009) *Public Relations and Social Theory: Key Figures and Concepts*. New York: Routledge.
- Rice, R.E. & Atkin, C.K. (eds.) (2001) *Public Communication Campaigns* (3 ed.) Thousand Oaks, CA: Sage.
- Salmon, C.T. (ed.) (1989) *Information Campaigns: Balancing Social Values and Social Change*. London: Sage.

Pågående forskningsprojekt

från Nordicoms databas NCOM

Danmark	98
Finland	101
Norge	104
Sverige	106

Danmark

Dokumentalist: Maria Hvid Stenalt

• *Troværdighed i dansk journalistik*

Projektet undersøger journalistisk troværdighed på tværs af medier og platforme ved at fokusere på følgende: Journalisternes etik, kilders opfattelse af mediernes troværdighed samt objektive og subjektive fejl og mangler i en uges mediedækning.

Mark Blach-Ørsten, oersten@ruc.dk
Roskilde Universitet, Center for Nyhedsforskning

Anker Brink Lund, abl.dbp@cbs.dk
Copenhagen Business School, Department of Business and Politics

Hjemmeside: <http://www.ruc.dk/forskning/forskningscentre/cfn/forskning-og-udvikling/igangvaerende-projek>

Projektperiode: 2011-2013

Finansieringskilde: Fondsmidler og bidrag fra de deltagende medier.

• *The mediatization of culture: The challenge of new media*

The aim of this research project is to provide a major contribution to the emerging international field of mediatization studies. In particular, the research project will substantiate and critically reconsider key aspects of mediatization theory in relation to new media and their technical, social and cultural affordances. Thus far, mediatization theory has primarily been applied to mass media, but the study of new media may both question key propositions of mediatization theory and provide evidence for a more pronounced and complex mediatization of cultural phenomena. New media reconfigure and diversify the whole process of communication from sender to receiver and transform key characteristics of media texts. In order to validate and provide nuances to theory development, theoretical discussion will be conducted in close combination with empirical analyses of the role of new media in different cultural fields relating to public communication (mediatization of war, risk and sports), private communication (the mediatization of children's play and parenthood) and the internal restructuring of the media industry (the mediatization of book publishing). Danish researchers have an important position within this new international research field and the aim of the project is also to strengthen this advantage and consolidate international cooperation. The project and its six sub-projects compare mediatization in various cultural fields in order to consider specificities of the field in question as well as look for possible similarities across fields. In particular, each sub-project will consider the role of new media compared to old media and the sub-projects will to a varying degree address the following key research questions:

Q1. New media possess a series of affordances due to their characteristics (interactivity, mobility, multi-modality etc.). To what extent do these affordances come to enable, limit and structure social interaction in the particular cultural field? (Internal perspective)

Q2. Mediatization of a cultural field involves institutional transformations in which media and the cultural field in question re-position themselves vis-à-vis each other. To what extent and with what consequences are actors, resources and forms of interaction subject to institutional change? (Institutional perspective)

Q3. New media become integrated into the life-worlds of social actors. To what extent and in what ways are new media appropriated by social actors for specific purposes and what are the consequences? (External perspective)

Q4. The study of mediatization processes may benefit from concepts and models from other theoretical frameworks. Which concepts and models may be particularly helpful in order to understand the role of new media in processes of mediatization? (Theoretical context)

Q5. Mediatization processes are intertwined with other major social and cultural processes of high modernity like globalization, individualization etc. What is the interchange between these processes in each cultural field? (Cultural context)

Stig Hjarvard, Head of research project, stig@hum.ku.dk
Københavns Universitet, Institut for Medier, Erkendelse og Formidling

Mikkel Fugl Eskjær, Rasmus Helles, Mette Mortensen
Københavns Universitet, Institut for Medier, Erkendelse og Formidling

Kirsten Frandsen, Stine Liv Johansen, Maja Sonne Damkjær
Aarhus Universitet, Institut for Æstetik og Kommunikation

Hjemmeside: <http://medialisering.mef.ku.dk/> og <http://mediatization.ku.dk>

Projektperiode: 1.9.2011 – 31.1.2015.

Finansieringskilde: Det Frie Forskningsråd, Kultur og Kommunikation (FKK)

• ***(Trans)formations of kinship: Travelling in search of relatedness (KinTra)***

How do we come to understand kinship in a time when bodies, biogenetic substances, and clinical expertise cross borders and create new contexts for imagining and making relatedness? For example, how is kinship transformed when individuals come to Denmark for anonymous sperm donation or when transnational adoptees relocate to their country of birth? This project inquires into the staging that goes into the making of kinship including the importance of new media and social networking sites which not only speed up communication between different stakeholders but also create new sites for expressing and negotiating relatedness. We strategically look at the making of kinship in different contexts (egg and sperm donation, surrogacy, and transnational adoption). We highlight different national contexts and different forms of travelling: International exchanges of clinical expertise and the translations that all of these undergo when staged in art, new media, and on social networking sites.

KinTra sub-projects are among others: (Trans)formations of kinship: mediated constructions of kin and (Trans)Formations of Kinship: New Media Aspects.

Charlotte Kroløkke, Head of research project, charlottekro@litcul.sdu.dk
University of Southern Denmark, Institute of Literature, Culture and Media

Karen Hvidtfeldt Madsen, Nathalie Soelmark, Katherine Harrison
University of Southern Denmark, Institute of Literature, Culture and Media

Tine Tjørnhøj-Thomsen
University of Southern Denmark, Faculty of Health Sciences

Stine Adrian
Aalborg University, Department of Learning and Philosophy

Lene Myong
Aarhus University, Department of Education, Learning

Hjemmeside: http://www.sdu.dk/Om_SDU/Institutter_centre/Ilkm/Forskning/Forskningsprojekter/KinTra

Projektperiode: 1.9.2011 – 31.8.2014

Finansieringskilde: Det Frie Forskningsråd, Kultur og Kommunikation (FKK)

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

Hvorfor har vi de politiske holdninger, vi har? Hidtil har den politologiske forskning primært beskæftiget sig med socio-økonomiske faktorer og i de seneste år også effekter af medieindhold. Et andet centralt aspekt har imidlertid været næsten overset, nemlig politiske diskussioner i den personlige omgangskreds. Antagelsen har været, at man primært diskuterer med folk, man er enig med, hvorfor diskussion ikke forventes at rykke ret meget ved politiske holdninger. Nyere forskning indikerer imidlertid, at folk faktisk ofte diskuterer politik med personer, de ikke deler holdning med. Og det er ikke uden betydning. Bl.a. kan sådanne diskussioner lede til en større grad af tolerance. For at forstå politiske holdninger må den politiske videnskab med andre ord ikke blot studere den enkelte vælgers baggrund, mediernes påvirkning på vedkommende, men også personens personlige politiske diskussioner.

Mediernes påvirkning og personlige politiske diskussioner er dog ikke to uafhængige størrelser. Grundlæggende findes der to modeller for, hvordan disse størrelser spiller sammen. For det første argumenteres der for, at såkaldte meningsdannere i personlige samtaler videregiver deres tolkning af medieindhold til andre, som så bliver påvirket. For det andet argumenteres der for, at der ikke findes egentlig meningsdannere, men at der i den personlige samtale foregår en, om man vil, forhandling om det, man har set eller læst i medierne. Disse "forhandlinger" er således afgørende for, om og hvordan medierne kan påvirke borgernes politiske holdninger og adfærd. Det er projektets mål at opnå en bedre forståelse af, præcis hvordan politiske diskussioner og medieforbrug tilsammen påvirker politiske holdninger og adfærd.

Udforskningen af personlige diskussioner og deres sammenspil med medierne møder dog også en praktisk udfordring: Mens det er relativt uproblematisk at spørge til eksempelvis en persons uddannelse, er det vanskeligt at registrere, hvem vedkommende diskuterer politik med. Nye, webbaserede undersøgelsesteknikker åbner imidlertid nye muligheder på denne front. Nærværende projekt er således nyskabende i såvel dansk som international politologisk og kommunikationsvidenskabelig forskning både ved at studere personlige politiske diskussioner og ved metodisk innovation, der muliggør analyse af sådanne diskussioner. De indsamlede data om personlige politiske diskussioner vil dernæst blive kombineret med medieindholdsdata. Derved vil det være muligt at undersøge, hvilket medieindhold medlemmerne af kommunikationsnetværk er blevet eksponeret for, og hvordan dette i kombination med deres politiske diskussioner påvirker medlemmernes politiske viden, holdninger og adfærd.

David Nicolas Hopmann, dnh@sam.sdu.dk

Syddansk Universitet, Center for Journalistik, Institut for Statskundskab

Hjemmeside: http://www.sdu.dk/Om_SDU/Institutter_centre/C_Journalistik/Forskning/Forskningsprojekter/Igangvaerende_forskning

Projektperiode: 01.07.2012 – 30.06.2014

Finansieringskilde: Det Frie Forskningsråd – Samfund og Erhverv (FSE)

Finland

Dokumentalist: Päivi Lukin

- ***Pragmaattinen objektiivisuus – kohti journalismin uutta tietoteoriaa*** [Pragmatic objectivity]

Project develops a pragmatic theory of objectivity as an alternative to traditional conceptions of objectivity. The central aims of the project are (1) to critically analyse the academic and societal debates concerning objectivity; (2) to clarify what kinds of theoretical and practical consequences different conceptions of objectivity entail and may entail; (3) to investigate and develop a new theory of objectivity based on pragmatistic philosophy and social science; (4) and to illustrate and test the results by examining three concrete cases (WikiLeaks, Fox News, Wikinews).

Mats Bergman, Project leader, Mats.Bergman@helsinki.fi
University of Helsinki, Communication Research Center (CRC)

Project period: 2012-2013

Source of funding: Helsingin Sanomat Foundation

- ***Suomalainen uskontojournalismi ja globalisaation haaste. [Secularize of sacralize. Religion in the Finnish journalism and the challenge of globalization]***

The project investigates religion in the Finnish journalism and compares it with corresponding journalistic writing in other Nordic countries and the Great Britain.

Katja Valaskivi, katja.valaskivi@uta.fi
University of Tampere, Research Centre for Journalism, Media and Communication (COMET)

Johanna Sumiala, johanna.sumiala@helsinki.fi
University of Helsinki, Communication Research Center (CRC)

English research plan: http://www.hssaatio.fi/en/images/stories/Sumiala_Valaskivi_engl_copy.pdf

Project period: Fall 2011 – 2013

Source of funding: Helsingin Sanomat Foundation

- ***Jyt kyn anatomia. Median vaaliagenda kevään 2011 eduskuntavaaleissa ja perussuomalaisten vaalivoitto. [The media agenda of the Parliamentary Elections in Finland 2011 and the success of the True Finns]***

The research project of the Centre for Parliamentary Studies examines the agenda of the 2011 parliamentary elections as presented in the Finnish news media. The surprising election result and the record breaking triumph of the True Finns party have spurred a lot of media critique as well as talk about the role of the mass media in the election result.

Ville Pernaa, Project leader, ville.pernaa@utu.fi
University of Turku, Centre for Parliamentary Studies

Project period: 2011 – 2012

Source of funding: Helsingin Sanomat Foundation

- ***Toimittajien verkkoläsnäolo ja uskottavuus sosiaalisessa mediassa* [Online Presence and Credibility of Journalists in Social Media]**

The research examines how the early adapters in newsrooms use social media, and what roles journalists assume in different arenas of social media. This will yield information on how journalists can construct online identities as a part of professional activity.

Ari Heinonen, ari.a.heinonen@uta.fi

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

English research plan: http://www.hssaatio.fi/en/images/stories/Heinonen_uusi_eng.pdf

Project period: 1.1.2012 – 31.12.2012

Source of funding: Helsingin Sanomat Foundation

- ***Toimittajan sanavapaus ja -pakko* [Journalist's freedom (and obligation) of speech]**

The study examines the extent of journalists' personal freedom of speech and their opportunities to influence their media's political content or values, and whether journalists feel these opportunities for influence are narrowing or widening.

Heikki Luostarinen, Professor, heikki.luostarinen@uta.fi

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

English research plan: http://www.hssaatio.fi/en/images/stories/Luostarinen_engl.pdf

Project period: 1.12.2011-31.12.2013

Source of funding: Helsingin Sanomat Foundation

- ***Wikileaks ja journalismi uudessa informaatioekosysteemissä* [Wikileaks and journalism in the new information ecosystem]**

The study analyzes the relationship between traditional journalistic media and the so-called leak sites, such as Wikileaks, and compares their operating principles and ethical precepts. Established journalism and leak sites are examined as part of an emerging information ecosystem characterized by joint analysis, assessment and adaption of publicly accessible information by the established the media and voluntary user communities

Esa Reunanen, Project leader, esa.reunanen@uta.fi

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

English research plan: http://www.hssaatio.fi/en/images/stories/Reunanen_Engl.pdf

Project period: 1.12.2011 – 31.12.2013

Source of funding: Helsingin Sanomat Foundation

- ***Journalisti(n)en johtaminen näkyväksi* [Transparency to journalism management]**

The aim of the project is to elucidate the role of journalistic organizations' middle management in organizing journalistic work, in particular concerning the development of editorial control systems. Central to the perspective of the study is the relation between editorial routines and the creativity they facilitate. This raises the question of individual journalist's autonomy in relation to the editorial organization's cooperative processes in journalistic work.

Pentti Raittila, Project leader, pentti.raittila@uta.fi

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

English research plan: http://www.hssaatio.fi/en/images/stories/Raittila_engl.pdf

Project period: 1.12.2011 – 31.12.2012

Source of funding: Helsingin Sanomat Foundation

- ***Nuorten toimittajien muuttuva ammattikuva ja asiantuntemus* [The changing professional identity and expertise of young journalists]**

The study explores how young journalists understand their work, position and professional identity within the changing media environment. In its execution the project relies on theme interviews and case studies in three different working environments. Journalistic work is analyzed in 1) traditional news media, 2) freelance work, and 3) the new media work that makes use of social media practices.

Esa Reunanen, Project leader, esa.reunanen@uta.fi

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

Source of funding: Helsingin Sanomat Foundation

- ***Yksilönsuoja langattomassa viestinnässä: Esineiden internet* [Internet of Things (IOT)]**

The objective of this research is to investigate the attitudes and opinions that different kinds of people have, and how the individual privacy is taken into account in IOT research and development in Finland and in China.

Johanna Virkki, D.Sc.

Tampere University of Technology, Department of Electronics

English research plan: http://www.hssaatio.fi/en/images/stories/IOT_engl.pdf

Source of funding: Helsingin Sanomat Foundation

- ***Lukulaitejournalismi – nyt. State-of-the-art -katsaus asiantuntijadebattiin lukulaitteiden varhaisaikakaudella* [Tablet journalism – now. State-of-the-art review of expert debate at the dawn of tablets]**

The research produces topical information about the direction of development of newspaper journalism in the initial stages of tablet markets. This is a two-phase pre-study. The pre-study is based on the analyses of expert debates gathered from various countries. It leads to the identification of main trends in the debates so far, thus forming the basis for the wider study. The first phase of the pre-study will be reported in September 2011 and the second phase at the turn of the year.

Ari Heinonen, Project leader, ari.a.heinonen@uta.fi

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

Source of funding: Helsingin Sanomat Foundation

Norge

Dokumentalist: Ragnhild Mølster

• *Of Authorship and Originality – Om forfatterskap og opphavsrett*

Of Authorship and Originality er et tverrfaglig forskningsprosjekt. Det er et samarbeid mellom forskere ved Institutt for Informasjons- og medievitenskap (Universitetet i Bergen), Centre for Intellectual Property and Information Law (Cambridge University) og Institute for Information Law (University of Amsterdam). Formålet med prosjektet er å undersøke hvilken relevans innsikter fra litteraturvitenskap, musikkvitenskap, filmvitenskap og andre humanvitenskapelige disipliner kan ha for opphavsrettslovgivningen i vår digitale tidsalder. Deltakerne på prosjektet analyserer ulike forståelser av begrep som står sentralt både i humanvitenskapen og i jussen, som *forfatterskap*, *verk* og *originalitet*.

De tre individuelle underprosjektene heter *Multiplicity of Authors* (Lionel Bently og Laura Biron ved Cambridge University), *The Work as Creative Expression* (Mireille van Eechoud, Stef van Gompel og Bernt Hugenholtz ved University of Amsterdam) og *Authorship in Collective Arts* (Jostein Gripsrud og Erlend Lavik ved Universitetet i Bergen). **Det har som teoretisk mål å undersøke og eventuelt bidra til å modifisere den tradisjonelt romantiske måte å se forfatterskap på som fortsatt råder i dagens opphavsrettslovgivning, slik at ulike former for kollektiv kreativitet kan utfolde seg samtidig som opphavsrettigheter ivaretas i rimelig grad.**

Jostein Gripsrud, prosjektleder i Norge, jostein.gripsrud@infomedia.uib.no
Universitetet i Bergen, Institutt for informasjons- og medievitenskap

Erlend Lavik, erlend.lavik@infomedia.uib.no
Universitetet i Bergen, Institutt for informasjons- og medievitenskap

Mireille van Eechoud, hovedprosjektleder,
University of Amsterdam, Faculty of Law, Institute for Information Law (IViR)

Stef van Gompel, Bernt Hugenholtz
University of Amsterdam, Faculty of Law, Institute for Information Law (IViR)

Lionel Bently, prosjektleder Storbritannia,
University of Cambridge, Faculty of Law, Centre for Intellectual Property and Information Law (CIPIL)

Laura Biron
University of Cambridge, Faculty of Law, Centre for Intellectual Property and Information Law (CIPIL)

Finansieringskilde: HERA (Humanities in the European Research Area)

• *The Archive in Motion (AiM)*

The Archive in Motion er et samarbeid mellom Nasjonalbiblioteket, Institutt for filosofi, ide- og kunsthistorie og klassiske språk (IFIKK) ved UiO, Institutt for medier og kommunikasjon (IMK) ved UiO og Filmvetenskapliga institutionen ved Stockholms universitet.

Forskningsprosjektet undersøker hvordan arkivbegreper og arkiveringspraksiser forandres under påtrykk fra de dramatiske endringene i skrift- og lagringsteknologier det siste århundret, og særlig etter innføringen av digitale teknologier. Film, video, fjernsyn, lydopptak og datamaskiner har ikke bare bidratt til en generell lagringsmani, men også en rekke nye private og offentlige arkiveringsformer. Samtidig utfordrer slike teknologier tradisjonelle begreper om arkivdokumentets varighet og stabilitet. Dette åpner for en rekke nye spørsmål om hva det vil si å lagre informasjon for fremtidig bruk. Forskningsprosjektet kombinerer tre forskningsperspektiv: 1) “social memory studies”, 2) mediearkeologi, og 3) medieestetikk.

Ina Blom, prosjektleder, ina.blom@ifikk.uio.no
Universitetet i Oslo, Institutt for filosofi, ide- og kunsthistorie og klassiske språk (IFIKK)

Liv Hausken
Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon (IMK)

Eivind Røssaak, Yngvil Nesheim Beyer

Nasjonalbiblioteket

Trond Lundemo

Stockholms universitet, Filmvetenskapliga institutionen

Prosjektets hjemmeside: <http://www.hf.uio.no/ifikk/english/research/projects/archive-in-motion/>

Prosjektperiode: Januar 2011 –desember 2013

Finansieringskilde: Nasjonalbiblioteket og Norges forskningsråd

Sverige Dokumentalist: Karin Poulsen

• **Kriskommunikation 2.0. Om nya mediers betydelse för kommunikation i samband med samhällsliga kriser**

Projektets syfte är att *beskriva och förklara de digitala mediernas betydelse för och inverkan på samhällets kriskommunikation de närmaste åren*. Det görs genom analyser av myndigheternas, allmänhetens och nyhetsredaktionernas användning av och attityd till digitala medier, dels i samband med olika typer av kriser och katastrofer, dels under normala förhållanden, det vill säga då ingen kris föreligger.

Allmänhetens attityder till olika medieformer samt dess förtroende för medier och myndigheter undersöks med hjälp av enkätdata från SOM-institutet och MOD-projektets e-paneler.

För inhämtning av djupare attityder hos allmänheten till medierna och myndigheters informations-spridning genomförs fokusgruppsintervjuer i samband med aktuella kriser.

Myndigheternas användning av traditionella och digitala medieformer i samband med kriser undersöks genom intervjuer med kommunikatörer på relevanta myndigheter.

Medieföretagens planerade och faktiska användning av traditionella och digitala medieformer undersöks genom en enkät med svenska journalister samt genom intervjuer med redaktionsledare, reportrar och fotografer.

Det förväntade resultatet av projektet är ny och viktig kunskap om myndigheternas, mediernas och allmänhetens attityder till och användning av digitala medier till vardags och – framför allt – i samband med kriser. En viktig aspekt är variationer i samband med *olika typer av kriser*.

Tomas Odén, Projektledare, tomas.oden@jmg.gu.se

Göteborgs Universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation / JMG

Marina Ghersetti, marina.ghersetti@jmg.gu.se

Göteborgs Universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation / JMG

Oscar Westlund, oscar.westlund@jmg.gu.se

Göteborgs Universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation / JMG

Bengt Johansson, bengt.johansson@jmg.gu.se

Göteborgs Universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation / JMG

Monika Djerf-Pierre, monika.djerf-pierre@jmg.gu.se

Göteborgs Universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation / JMG

Projektperiod: 01.01.2012 – 31.12.2014

Finansiering: Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (8 000 000 SEK)

• **Presskonferenser som offentlig interaktionsarena. Kommunikativa strategier, asymmetrier och tekniker i regeringens presskonferenser**

Under 1900-talet har presskonferenser gått från att vara möten off the record mellan statsminister och några redaktörer, till något vanligt förekommande i regeringens verksamhet. Trots presskonferensernas roll för politisk kommunikation och för nyhetsproduktion har ett begränsat forskningsintresse riktats mot denna arena. Det övergripande syftet är att undersöka hur presskonferensen fungerar som interaktionsarena i den politiska offentligheten.

Projektets övergripande syfte bryts ned i tre specifika delmål:

1. Att undersöka presskonferensens interaktion och dynamik. Syftet är att med detaljerade studier visa hur interaktionen organiseras och utvecklas: Vilka frågekonstruktioner använder journalisterna och vilka svarsstrategier tillämpar politikerna? Hur förhandlas asymmetrier och dominansförhållanden fram? Vilka kommunikativa strategier används för att påverka samtalets agenda?
2. Att undersöka politikersfärens överväganden och strategier inför presskonferenser. Syftet är att med etnografiska metoder kartlägga politikers/pressansvarigas förberedelser. Hur ska kommunikationen, budskapet och interaktionen hanteras? Vilka strategier förekommer inför presskonferenserna?

3. Att undersöka hur journalistiken använder politikernas yttranden i sin nyhetsproduktion. Syftet är att studera relationen mellan det som sker i interaktionen i samband med presskonferenser och vad journalistiken framställer från samma händelse. Hur redigeras och återges yttranden i nyhetsproduktionen?

Ulla Moberg, Projektledare, ulla.moberg@oru.se

Örebro Universitet, Akademin för humaniora, utbildning och samhällsvetenskap, Medie- och kommunikationsvetenskap

Göran Eriksson, goran.eriksson@oru.se

Örebro University, Akademin för humaniora, utbildning och samhällsvetenskap, Statskunskap

Larsåke Larsson, larsake.larsson@oru.se

Örebro Universitet, Akademin för humaniora, utbildning och samhällsvetenskap, Medie- och kommunikationsvetenskap

Hemsida: goo.gl/12F1S

Projektperiod: 01.01.2009 – 31.12.2012

Finansiering: Vetenskapsrådet (3 780 000 SEK)

• ***Sociala medier och politiskt deltagande***

Vissa forskare menar att sociala medier kan öka det politiska deltagandet och leda till en decentralisering av makten över offentligheten. Mot detta perspektiv ställs ett mer skeptiskt synsätt enligt vilket sociala medier bara kan erbjuda en urvattnad form av delaktighet. Detta i och med att interaktion genom dessa plattformar sägs tvinga fram en banalisering eller radikaliserings, och en politik som måste tala till den minsta gemensamma nämnaren. Målet med projektet är att få en djupgående och nyanserad förståelse av sociala medier, politisk offentlighet och delaktighet i ett föränderligt medielandskap. Medan det tycks vara uppenbart att sociala medier kan fungera som slagkraftiga marknadsföringsverktyg för politiska aktörer, är det mer motiverat att undersöka om, och hur, dessa medier i själva verket kan förbättra förutsättningarna för människors deltagande i den politiska processen. Vilken potential och vilka begränsningar har sociala medier när det gäller att befrämja politiskt deltagande i praktiken?

Simon Lindgren, Projektledare, simon.lindgren@soc.umu.se

Umeå universitet, Sociologiska institutionen

Eric Carlsson, eric.carlsson@kultmed.umu.se

Umeå universitet, Institutionen för kultur- och medievetenskaper, MKV

Bo Nilsson, bo.nilsson@kultmed.umu.se

Umeå universitet, Institutionen för kultur- och medievetenskaper, Etnologi

Projektperiod: 01.01.2011 – 31.12.2013

Finansiering: Forskningsrådet för arbetsliv och socialvetenskap / FAS (2 521 000 SEK)

Ny litteratur

från Nordicoms databas NCOM

Danmark	110
Finland	116
Norge	120
Sverige	125
Nya skrifter från Nordicom	132

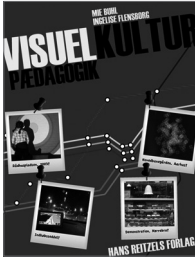
Litteratur från Nordicoms databas NCOM

Danmark

Dokumentalist: Maria Hvid Stenalt

Visuel kulturpædagogik

Mie Buhl & Ingelise Flensborg, København, Hans Reitzel, 2011, 279 p., ISBN 9788741252308.



Bogen giver en grundig og kvalificeret gennemgang af begrebet visuel kultur i et undervisnings- og læringsperspektiv. I bogens første del, Teori, beskrives didaktisk praksis og didaktisk refleksion, to aspekter, som er centrale at medtænke, når man underviser i og med visuelle udtryk. Forfatterne gennemgår visuelle fænomener, visuelle

begivenheder og aktuelle teorier omkring refleksionsstrategi, så teorien bliver forståelig og anvendelig også for mere ukyndige læsere. De inddrager æstetikbegrebet og slår til lyd for en nutidig forståelse af æstetik som både situeret, relationel og reflekteret. Endelig behandler de visuelle kompetencer og de læringspotentialer, som findes i visuel kultur. I anden del, Katalog, præsenteres en række konkrete undervisningsforløb i visuel kultur. Herigennem reformuleres og behandles centrale begreber og tematikker inden for den billedkunstpædagogiske tradition samt de spørgsmål, som visuel kultur rejser omkring vores forståelser af billedudtryk i mange andre faglige sammenhænge og den måde, vi tager dem for givne på i hverdagen. Forløbene lægger derved op til refleksion hos de deltagende, ikke mindst over de nye billedmediers særlige virkemidler og muligheder.

Christiansborg uden for citat

Camilla Dindler, København, Københavns Universitet, Institut for Medier, Erkendelse og Formidling, Afdeling for Film- og Medievidenskab, 2011, 193 p., ph.d.-afhandling.

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

Musik i tv-reklamer

Teori og analyse

Nicolai Jørgensgaard Graakjær, Fredriksberg, København, Samfundslitteratur, 2011, 198 p., ISBN 9788759314869.



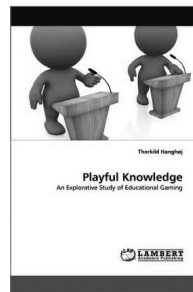
Bogen præsenterer en række kategorier og modeller, som kan bruges til at analysere musik i tv-reklamer og anden lignende musik (fx musik i film, musikvideoer og musik i andre reklamesammenhænge).

Bogen henvender sig primært til studerende og undervisere ved mellemlange og lange videregående uddannelser, hvor musik og medieret kommunikation er på dagsordenen.

Playful Knowledge

An Explorative Study of Educational Gaming

Thorkild Hanghøj, Saarbrücken, Lambert Academic Publishing, 2011, 387 p., ISBN 978-3-8383-9381-0, ph.d.-afhandling.



The dissertation is based on the hypothesis that the educational use of games generates a playful and unpredictable tension between different ways of enacting and validating knowledge.

On the one hand, game scenarios may enable participants to explore specific hypotheses through engaging, creative and strategic decision-making processes in relation to relatively

established goals, roles, frames and game resources. On the other hand, game-based knowledge forms, by definition, generate unpredictable outcomes that only partially coincide with the institutionalised knowledge criteria of educational systems concerning what "counts" as valid or relevant knowledge. This raises the following research question: How are game scenarios enacted and validated by teachers and students in relation to particular practices and knowledge forms?

Radikalisering af kampzonen

En analyse af netjournalistisk selvforståelse i spændingsfeltet mellem idealer og publikum

Jannie Møller Hartley, Roskilde, Roskilde Universitet, Institut for Kommunikation, Virksomhed og Informationsteknologier, 2011, 422 p., ph.d.-afhandling.

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

Filmstil – teori og analyse

Lennard Højbjerg Hansen, Frederiksberg, Forlaget Samfundslitteratur, 2011, 257 p. ISBN 9788759315453.



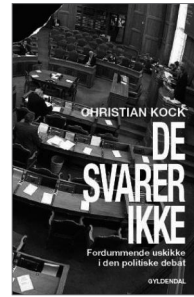
Filmstil påvirker på afgørende vis vores oplevelse af film. Men filmstil, måden, de levende billeder organiserer fortællingen på fylder noget mindre end handlingen, når vi taler om film. Filmstil – teori og analyse er en rigt eksemplificeret præsentation, kritik og videreudvikling af filmforskningens teorier og begreber om, hvordan man forstår og analyserer det, der altid mærkes, men ofte ikke ses – filmstil.

Samlet præsenterer bogen en ny stilteori, der til en vis grad baserer sig på Bordwells stilbegreb. Det er en stilteori- og analyse, der har til hensigt at udfylde de beskrevne mangler, der har præget Bordwells stilteori – uden at kassere de brugbare og værdifulde begreber, der har bevist deres værdi.

De svarer ikke

Fordømmende uskikke i den politiske debat

Christian Erik J. Kock, København, Gyldendal Akademisk, 2011, 225 p., ISBN 9788702104509.



Bogen handler om, hvorfor det ofte går galt, når politikere og andre debattører diskuterer med hinanden og med offentligheden. De forplumrer eller forpasser gang på gang vigtige debatter, og medierne lader det ukritisk ske. Taberne er borgerne, der bliver hængt af, fordi alt går op i spin – eller, med forfatterens ord: blah, blår og blame-game. Bogen dissek-

erer den politiske debats uskikke med mange autentiske eksempler fra dansk politik. Politikerne taler forbi hinanden – og vælgerne – med tricks og teknikker som bl. a. vildledende talfusk, ikke-svar, fortielser, fordrejninger og ubegrundede affejninger af modargumenter, mistænkeliggørelse af modparten, bevidste misforståelser og meget mere. Det præger ikke mindst 'indvandreredebatten', der sættes under lup i et kapitel for sig, hvor begge fløje kritiseres. Har man først fået øje på de mest almindelige unoder, er man bedre klædt på til at forholde sig kritisk og selvstændigt til den politiske debat – og til at forlange noget bedre.

Social Media

A Genre Perspective

Stine Lomborg, Aarhus, Aarhus Universitet, Institut for Informations- og Medievidenskab, 2011, 295 p., ph.d.-afhandling.

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

Kampen om ansigtet

Fotografi og identifikation

Mette Mortensen, København, Museum Tusulanum, 2011, 324 p., ISBN 9788763536974, 295 p., ph.d.-afhandling.

Bogen analyserer id-fotografiet som et fælles afkom af den politiske praksis og den visuelle kultur. Forfatteren påviser, at id-fotografiet er en prægnant og magtfuld visuel fremstilling af identiteten, som staten og det afbildede individ hver især har stærke interesser investeret i: Id-fotografiet videregiver en række for myndighederne essentielle informationer om køn, race, klasse og personlige kendetegn, men hænger som en reproduktion af ansigtet også tæt sammen med individets forståelse af sig selv. Id-fotografiet er en del af en visuel kultur, hvor intet synes mere uomgængeligt end repræsentationer af ansigtet.

Tweens – mellem medier og mærkevarer

Lars Pynt Andersen (ed.), Frederiksberg, Samfundslitteratur, 2011, 150 p., ISBN 9788759312315.



Tiden efter årtusindskiftet bød på en ny forståelse af, hvad det vil sige at være barn. Under overskriften TWEENS og KGOY (Kids Grow Old Younger) blev der født en idé om en tilstand, hvor børn mellem 7 og 12 år lægger afstand til barndommen, og hvor de i stigende grad poserer som teenagere. Især marketingindustrien har haft travlt med at sælge et

billede af tweens som superkompetente forbrugere af medier og mærkevarer – som et lukrativt globalt forbrugerssegment. Denne bog forsøger at give et nuanceret billede af, hvad det vil sige at være tween i Danmark. Med udgangspunkt i to nyere forskningsprojekter ser bogen på danske tweens virkelighed med medier og forbrug. Bogen inddrager også internationale undersøgelser for at give et signalement af, hvad dette nye „globaliserede“ barndomsbegreb indebærer.

The Jeremiad Over Journalism

Studies in Americanization of Danish Journalism

Anders Bo Rasmussen, Odense, Syddansk Universitet, Center for Journalistik, 2011, 262 p., ph.d.-afhandling.

Denne afhandling undersøger amerikansk indflydelse på dansk journalistik. Via en analyse af overførsel, transnational vidensudveksling og tilegnelse af amerikanske produkter og amerikansk praksis, kombineret med en indholdsanalyse, arbejder forfatteren ud fra spørgsmålet: Hvordan har strukturelle og symbolske udviklingstræk, som udspringer fra USA, påvirket dansk journalistik?

Ways of Virtual World-making

Sisse Siggaard Jensen, Roskilde, Roskilde Universitet, Institut for Kommunikation, Virksomhed og Informationsteknologier, 2011, 484 p., ph.d.-afhandling, online: http://diggy.ruc.dk/bitstream/1800/6711/1/02_Text270811_SJ.pdf.

It is difficult to find exact information about the number of the in-world gamers and residents in social worlds, but with reference to the studies done so far, it is reasonable to say that living a life in an online world attracts a broad range of age groups, professions and educational backgrounds from both sexes. The actors enter the worlds with a diversity of motivations including the desire to build social relationships, create and design digital environments and artefacts, experience and have fun, run a business, conquer other worlds and form new kingdoms, organise music events, fight dangers and threats, and lead and manage other actors.

As the diversities of these engagements emerged through the author's initial studies, a simple question gradually became a recurring motif and question: In what ways do actors make sense of engaging with virtual worlds? This is the overall question which I have set out to answer. To do so, I have met actors with their avatars and followed them to see what they are doing and to learn about why it makes sense to engage the way they do. With my video camera, I have sat next to the actors and video recorded them while discussing their online activities in the virtual worlds.

The dissertation contributes an interpretive, constructivist and semiotic understanding of the virtual worlds of EverQuest and Second Life. In this study empirical analyses of different ways of engaging with virtual worlds have been conducted, which means that the actors' sense-making over time is at the very centre of analytical interest. Hence, the study is not primarily about the worlds with which the participating actors engage but about their engagement with the worlds.

Tegningekrisen

Som mediebegivenhed og dankhedskamp

Carsten Stage, Aarhus, Aarhus Universitetsforlag, 2011, 208 p., ISBN 9788779345805.



Bogen argumenterer for, at de nationale medier er medskabere af dankhedsforestillinger, og at 'muslim' i særlig grad er den identitetskategori, som 'det danske' sættes i forhold til. Tegningekrisen har tydeligere end nogen anden nyere begivenhed i danmarkshistorien understreget globaliseringen som et nyt, kulturelt vilkår, der indebærer, at dankheden konstant sættes til debat – og konstant må genfortælles.

Nyhedsjournalistik – bedre end sit rygte?**Et sociologisk og diskursanalytisk studium af forklarende journalistik i danske aviser gennem 40 år**

Flemming Svith, Aarhus, Politica, 2011, 488 p., ISBN 9788773351475, ph.d.-afhandling.

Hvordan har journalisters forklarende praksis udviklet sig de seneste fire årtier, hvad kan forklare udviklingen, og hvad kan det betyde? Det er de grundlæggende spørgsmål, som søges besvaret i denne afhandling. Med udgangspunkt i journalisters forklarende praksis og nyhedsjournalistikens forklaringer giver afhandlingen et bud på, om nyhedsjournalistikken i danske betalings-

aviser er bedre end sit rygte, der taler om tabloidisering, kommercialisering og forfladigelse. Forklaringer i nyhedsartikler er væsentlige af flere grunde. På den ene side kan de reducere oplevelsen af kompleksitet i samfundet eller i verden, og på den anden side er forklaringer ikke neutrale repræsentationer af virkeligheden, fordi de bidrager til at legitimere eller delegitimere eliteaktørers magt og positioner. Det er afhandlingens hovedargument, at den aktuelle nyhedsjournalistik i betalingsaviserne anskuet ud fra sin forklarende karakter ser ud til at være bedre end sit renommé og bedre i dag end for 20 år eller 40 år siden og i den forstand bidrager mere til et diskursivt demokrati, end tilfældet har været tidligere.

Annan ny litteratur

Artikler

Ager, Gunhild: Globale fortællinger i den skandinaviske krimi : Myter, historie, kristendom og moralfilosofi. In: *Akademisk kvarter*. 2011; Vol. 2, p. 116-135, ISSN 1904-0008.

Albæk, Erik; Elmelund-Præstekær, Christian; Hopmann, David Nicolas; Klemmensen, Robert Tranekær: Experts in election news coverage : process or substance?. In: *Nordicom Review*. 2011; Vol. 32, No. 1, p. 45-58, ISSN 1403-1108.

Andersen, Sophie Esmann; Ellerup Nielsen, Anne: Climate-conscious citizenship in a digital urban setting. In: *MedieKultur. Journal of media and communication research*. 2011; Vol. 27, No. 50, p. 119-142, ISSN 1901-9726.

Andersen, Johannes: Vælgerne 2001-2010 : Stabilitet, dynamik og skæve vinkler. In: *Økonomi og Politik*. 2011; Vol. 84, No. 3, p. 19-33.

Blichfeldt, Bodil Stilling; Pedersen, Bettina Møller; Johansen, Anders; Hansen, Line: Tweens on Holidays. In: *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 2011; Vol. 11, No. 2, ISSN 1502-2250.

Blom, Jonas Nygaard: Syntactic Complexity in Danish Radio News. In: *Nordicom Review*. 2011; Vol. 32 (2011), No. 1, p. 93, ISSN 1403-1108.

Bruun, Hanne: Genre in Media Production. In: *MedieKultur. Journal of media and communication research*. 2011; No. 51, ISSN 0900-9671.

Buhl, Mie: Billeder og visualiseringer i et fagligt tværgående didaktisk perspektiv. In: *Cursiv*. 2011; No. 7, p. 97-118, ISSN 1901-8878.

Buhl, Mie: So, what comes after? : the current state of visual culture and visual education. In: *Synnyt Origins*

: *Finnish studies in art*. 2011; No. 1, p. 1-7, ISSN 1795-4843.

Christensen, Lars Thøger; Cornelissen, Joep: Bridging Corporate and Organizational Communication : Review, Development and a Look to the Future. In: *Management Communication Quarterly*. 2011; Vol. 25, No. 3, p. 383-414, ISSN 0893-3189.

Christensen, Jørgen Riber: Four steps in the history of museum technologies and visitors' digital participation. In: *MedieKultur. Journal of media and communication research*. 2011; Vol. 27, No. 50, p. 7-29, ISSN 1901-9726.

Esmark, Anders; Ørsten, Mark: Et komparativt blik på den politiske kommunikationskultur i Danmark. In: *Økonomi & Politik*. 2011; Vol. 84, No. 1, p. 3-18, ISSN 0030-1906.

Finnemann, Niels Ole: Mediatization Theory and Digital Media. In: *Communications : the European Journal of Communication Research*. 2011; Vol. 36, No. 1, p. 67-89, ISSN 0341-2059.

Flaaten, Øyvind; Torp, Steffen; Aarseth, Espen: Ungdommers oplevelser med overdreven bruk av online-rollespillet World of Warcraft. In: *Tidsskrift for ungdomsforskning*. 2010; Vol. 10, No. 2, p. 57-78, ISSN 1602-0324.

Frandsen, Finn; Johansen, Winni: Rhetoric, Climate Change, and Corporate Identity Management. In: *Management Communication Quarterly*. 2011; Vol. 25, No. 3, p. 511-530, ISSN 0893-3189.

Frandsen, Finn; Johansen, Winni: The Study of Internal Crisis Communication : Towards an Integrative Framework. In: *Corporate Communications. An International Journal*. 2011, ISSN 1356-3289.

- Galal, Ehab: Islamisk satellit-tv og staten. In: *Babylon. Tidsskrift om Midtøsten og Nord-Afrika*. 2011, ISSN 1503-5727.
- Halkier, Bente; Jensen, Iben: Methodological challenges in using practice theory in consumption research. Examples from a study of handling nutritional contestations of food consumption. In: *Journal of Consumer Culture*. 2011; Vol. 11, No. 1, p. 101-123, ISSN 1469-5405.
- Hansen, Lene: Theorizing the image for Security Studies : Visual securitization and the Muhammad Cartoon Crisis. In: *European Journal of International Relations*. 2011; Vol. 17, No. 1, p. 51-74, ISSN 1354-0661.
- Hansen, Lene: A Research Agenda on Feminist Texts and the Gendered Constitution of International Politics in Rebecca West's Black Lamb and Grey Falcon. In: *Millennium : Journal of International Studies*. 2011; Vol. 40, No. 1, p. 109-128, ISSN 0305-8298.
- Hjarvard, Stig: The mediatization of religion : Theorizing religion, media and social change. In: *Culture and Religion*. 2011; Vol. 12, No. 2, p. 119-135, ISSN 1475-5610.
- Hopmann, David Nicolas; de Vreese, Claes Holger; Albæk, Erik: Incumbency Bonus in Election News Coverage Explained : The Logics of Political Power and the Media Market. In: *Journal of Communication*. 2011; Vol. 61, No. 2, p. 264-282, ISSN 0021-9916.
- Jensen, Klaus Bruhn; Helles, Rasmus: The internet as a cultural forum : Implications for research. In: *New Media and Society*. 2011; Vol. 13, No. 4, p. 517-533, ISSN 1461-4448.
- Jensen, Klaus Bruhn: Transforming Audiences, Transforming Societies : A New COST Network. In: *Nordicom-Information*. 2011; Vol. 33, No. 1-2, p. 39-41, ISSN 0349-5949.
- Jensen, Iben; Halkier, Bente: Rethinking intercultural network communication as a resource in public intercultural health communication. In: *Journal of Intercultural Communication*. 2011; No. 25, ISSN 1404-1634.
- Kahr-Højland, Anne: Hands on, mobiles on : the use of a digital narrative as a scaffolding. In: *MedieKultur. Journal of media and communication research*. 2011; Vol. 27, No. 50, p. 66-83, ISSN 1901-9726.
- Kjærgaard, Annemette Leonhardt; Morsing, Mette; Ravasi, Davide: Mediating Identity : A Study of Media Influence on Organizational Identity Construction in a Celebrity Firm. In: *Journal of Management Studies*. 2011; Vol. 48, No. 3, p. 514-543, ISSN 0972-3846.
- Levinsen, Klaus; Wien, Charlotte: Changing media representations of Youth in the News : A content analysis of youth representations in Danish newspapers 1953-2003. In: *Journal of Youth Studies*. 2011, ISSN 1367-6261.
- Levinsen, Karin; Sørensen, Birgitte Holm: Formalized Informal Learning : ICT and Learning for the 21 Century. In: *International Journal of Digital Literacy and Digital Competence*. 2011; Vol. 2, No. 1, p. 7-26, ISSN 1947-3494.
- Marselis, Randi: Digitizing migration heritage : a case study of a minority museum. In: *MedieKultur. Journal of media and communication research*. 2011; Vol. 27, No. 50, p. 84-99, ISSN 1901-9726.
- Merkelsen, Henrik: The Double-Edged Sword of Legitimacy in Public Relations. In: *Journal of Communication Management*. 2011; Vol. 15, No. 2, p. 125-143, ISSN 1363-254X.
- Merkelsen, Henrik: Risk Communication and Citizen Engagement : What to Expect from Dialogue. In: *Journal of Risk Research*. 2011; Vol. 14, No. 5, p. 631-645, ISSN 1366-9877.
- Michelsen, Morten: Tore Mortensen : Fortællinger om jazz. Dens vej gennem statsradiofonien, Danmarks Radio og DR. In: *Danish Yearbook of Musicology*. 2011; Vol. 38, p. 117-18, ISSN 0416-6884.
- Michelsen, Anders Ib: Computed Function and Proso-poeisis – From the 'Rear-View Mirror' : Notes on the genealogy of pervasive computing. In: *Artifact*. 2011; Vol. 3, No. 2, ISSN 1749-3463.
- Mortensen, Mette: 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*. 2011; Vol. 7, No. 1, p. 4-16, ISSN 1742-7665.
- Müller, Sabine; Neergaard, Helle; Ulhøi, John Parm: Change point analysis and assessment : an integrated methodological design. In: *International Journal of Technology Management*. 2011; Vol. 56, No. 2/3/4, ISSN 0267-5730.
- Nielsen, Henrik Kaare: Identity and Politics in Late Modernity. In: *Norsk Kulturpolitisk Tidsskrift*. 2011; No. 2:2010, p. 251-264, ISSN 1403-3216.
- Petersen, Michael Bang; Slothuus, Rune; Stubager, Rune; Togeby, Lise: Freedom for All? The Strength and Limits of Political Tolerance. In: *British Journal of Political Science*. 2011; Vol. 41, No. 3, p. 581-597, ISSN 0007-1234.
- Phillips, Louise Jane: Analyzing the dialogic turn in the communication of research-based knowledge : an exploration of the tensions in collaborative research. In: *Public Understanding of Science*. 2011; Vol. 20, No. 1, p. 80-100, ISSN 0963-6625.

- Raudaskoski, Pirkko Liisa: When Lives meet Live : Categorization work in a reality TV show and 'experience work' in two home audiences. In: *Text & Talk – An Interdisciplinary Journal of Language, Discourse & Communication Studies*. 2011; Vol. 31, No. 5, p. 619-641, ISSN 1860-7330.
- Skovsgaard, Morten; Albæk, Erik; Bro, Peter; de Vreese, Claes Holger: A Reality Check : How Journalists' Role Perceptions Impact Their Implementation of the Objectivity Norm. In: *Journalism : theory, practice & criticism*. 2011, ISSN 1464-8849.
- Skovsgaard, Morten; Bro, Peter: Preference, Principle and Practice. In: *Journalism Practice*. 2011; Vol. 5, No. 3, p. 319-331, ISSN 1751-2786.
- Thorhauge, Anne Mette; Brus, Anne: Computerspil og afhængighed. In: *Paedagogisk Psykologisk Tidsskrift*. 2011, ISSN p. 3-25, ISSN 1903-0002.
- Treiblmaier, Horst; Pollach, Irene: The influence of privacy concerns on perceptions of Web personalization. In: *International Journal of Web Science*. 2011, ISSN 1757-8795.
- Tufte, Birgitte; Chan, Kara; Cappello, Gianna: Tween Girls' Perception of Gender Roles and Gender Identities : A Qualitative Study. In: *Young Consumers*. 2011; Vol. 12, No. 1, p. 66-81, ISSN 1747-3616.
- Tække, Jesper: Digital panopticism and organizational power. In: *Surveillance and Society*. 2011; Vol. 8, No. 4, p. 441-454, ISSN 1477-7487.
- Sophie Esmann Andersen; Nielsen, Anne Ellerup: Climate conscious citizenship in a digital urban setting. In: *MedieKultur. Journal of media and communication research*. 2011, ISSN 1901-9726.
- van Dalen, Arjen; Skovsgaard, Morten: Er en politisk skandale en politisk skandale? : Danske medierede politiske skandaler i et komparativt perspektiv. In: *Tidsskriftet Politik*. 2011, p. 17-26, ISSN 1604-0058.
- Waade, Anne Marit: BBC's Wallander series : Sweden seen with British eyes. In: *Critical Studies in Television*. 2011, ISSN 1749-6020.
- Waade, Anne Marit: Crime scenes : Conceptualizing Ystad as a location in the Swedish and the British Wallander TV crime series. In: *Northern Lights. Film and Media Studies Yearbook*. 2011; Vol. vol 9, ISSN 1601-829X.
- Waade, Anne Marit; Damkjær, Maja Sonne: Rejseserier – engagerende journalistik, reklame eller blot tv underholdning?. In: *Journalistica. Tidsskrift for forskning i journalistik*. 2011, ISSN 1901-6220.
- Ørsten, Mark; Allern, Sigurd: The News Media as a Political Institution : A Scandinavian perspective. In: *Journalism studies*. 2011; Vol. 12, No. 1, p. 92-105, ISSN 1461-670X.

Finland

Dokumentalist: Päivi Lukin

On the Discursive Construction of Corruption

A Critical Analysis of Media Texts

Eric Breit, Helsinki, Hanken School of Economics, 2011, 147 p., ISBN 978-952-232-123-7, ISBN (elektronisk) 978-952-232-124-4, (Ekonomi och samhälle; 227). Doctoral dissertation.

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

Hetken hallitsijat

Julkinen elämä notkeassa yhteiskunnassa [Rulers of the moment: public life in a liquid modern society]

Anu Kantola (ed.), Helsinki, Gaudeamus Helsinki University Press, 2011, ISBN 978-952-495-207-1.



The study analyses the relations between the media and politics, and broader changes in Finnish public life, in connection with the “election funding crisis” that became the longest-running public scandal to date in Finnish history. In the crisis, several high-profile politicians were accused of wrongdoings in their electoral funding mainly in the run-up to the 2007 parliamentary election. The problems first came to light in spring 2008, and the subsequent scandal lasted for over three years.

The authors view the scandal as a culmination of broader structural changes in Finland, which started in the 1970s and have resulted in a change from a high modern society to a liquid modern society. In liquid modernity, societal structures and institutions are in a state of flux, and individual actors face an increasingly diffi-

cult task to justify and cement their standing and position of authority.

In the study, the election funding scandal is investigated from the perspective of all key actors – journalists, politicians, and citizens – through interviews, diaries, media content analyses, and surveys. The results indicate a change in public life: elites have lost their previously unquestioned high standing and now have to contend with greater criticism from both journalists and the general public who demand more transparency and accountability of them. This criticism, say the authors, has potential to create a new and more active kind of public life. However, in the case of the election funding crisis, such development was difficult to trace: deeper discussion about the ways in which to improve the situation was largely missing and replaced by different kinds of short-lived moral panics generated by the media. These contributed to a negative attitude towards politics among citizens and played a part in the landslide victory of the True Finns Party in the 2011 parliamentary election.

Medier, makt och mammon

Fallstudier om medielandskapet

Ullamaija Kivikuru (ed.), Helsingfors, Svenska social- och kommunalhögskolan vid Helsingfors universitet, 2011, 244 p., ISBN 978-952-10-5219-4, (SSKH meddelanden; 75).

The anthology analyzes the situation of Finnish journalism at a moment when the mediascape is still fairly much the same as before but changes can be anticipated. The writers have worked on two parallel projects called “The Commodification of Facts” and “Media, Citizens and Circuits of Power” which have been funded by the Academy of Finland.

The book consists of case studies which analyses actual journalistic practices and media reception in Finland, both in the Finnish and Swedish-speaking media. The objective of the book is to discuss the mundane media landscape. The focus is on the Finnish situation, but the book contains references to the global situation also. The book does not suggest definitive answers about which the direction Finnish journalism is taking, but it attempts to seize on some emerging trends.

The anthology contains the following articles: Deltagandets kretsar : omprövning av medborgarskap, medier och diversitet på webb 2.0. by Minna Aslama. Invandring och mångkultur i pressens bilder by Camilla Haavisto. Journalistikens etik i kris : tidspress och konkurrens som utmaningar för journalisternas professionella självdisciplin by Laura Juntunen. Lättmanipulerade massor eller resonerande individer? : allmänna och alternativa åsikter om mediernas inflytande by Johanna Jääsaari. Nyhetisering : en allätande genre by Ullamaija Kivikuru. Nationens hjältar på ekonomins arena by

Carl-Gustav Lindén. På jakt efter kreativ journalistik : redaktionellt arbete, idéutbyte och interaktion på Huvudstadsbladet by Mats Nylund. Varumärkt medieinnehåll – produktplacering i finländsk tv by Stefan Nordgren. Personintroduktion i rutinjournalistik : an allätande genre by Jonita Siivonen. Webbdebattörernas mediekritik i ljuset av demokratiteorierna by Juho Vesa.

Arvojen markkinat

Oikeuttavat arvomaailmat suomalaisten suuryritysten yritysvastuupuheessa [Values of the market : an analysis of the Finnish companies' social responsibility rhetoric].

Karoliina Malmelin, Helsinki, Helsingin yliopisto, Viestinnän oppiaine, 2011, 221 p., ISBN 978-952-10-7124-9, ISBN (elektronisk) 978-952-10-7125-6. Doctoral dissertation.

The research in this thesis addresses the question of corporate legitimation and values. It studies moral speech in Finnish companies' social responsibility reports and annual reports. The managerial rhetoric has been examined as a means of building and maintaining legitimacy. The companies studied are the ten biggest companies that reported on social responsibility in 2004, and the analysed data consists of the companies' reporting from 1998 to 2008. The theoretical and analytical framework is provided by Luc Boltanski's and Laurent Thévenot's theory of justification. The theory is focused on systems of moral thinking and argumentation, so called "orders of worth". The study shows how these moral schemes were used in the legitimation process. Special attention is paid on the ways that compromises are made between different orders of worth, such as the market, civic and green order.

International Co-production and Collaborative Agreements

The Case of the Finnish Film Industry

Pia Naarajärvi, Espoo, Aalto University, School of Art and Design, 2011, 266 p., ISBN 978-952-60-4047-9, ISBN (elektronisk) 978-952-60-4048-6, (Aalto University publication series 2011; 15). Doctoral dissertation.

An often-used global model of international business (IB) cooperation in the film industry is 'international film co-production', consisting of two or more production companies from at least two different countries jointly producing a film. Based on their characteristics, international film co-productions can strongly be considered as international alliances between production companies, mainly coordinated and regulated by collaborative agreements called 'co-production agreements'. Accordingly, international film co-productions are not only interesting from the IB perspective, but also from the legal perspective, since there are both business and legal challenges relating to such IB cooperation. Regardless of the relevant topic, there is still little knowledge about the use of collaborative agreements in international alliances obtained through multidisciplinary study com-

binning business and legal studies, and more specifically on how one specific international alliance is structured, based on, and managed by an alliance contract, which contractual provisions are included in the contract, and how the design of such contract could be approached and further applied to the film industry. The purpose and objective of this study is to contribute to the understanding of international alliances based on and regulated by alliance contracts, including various business and legal issues to be agreed upon between the alliance partners and influenced by the international legal environment, in the context of the Finnish film industry as the case, international film co-production as the international alliance, and coproduction agreement as the alliance contract. This doctoral thesis explores the research topic through the case of the Finnish film industry by examining international film co-productions as alliances, the use and design of coproduction agreements as a basis for such international film co-production alliances, and the relevant and applicable legal regulation having influence on such alliances and co-production agreements. Moreover, this study follows a qualitative single-case study design, the primary empirical source of data consisting of ten interviews carried out in Finland in which Finnish film producers were the interviewees.

Social Media for Citizen Participation

Report on the Somus project

Pirjo Näkki, Asta Bäck, Teemu Ropponen, Juha Kronqvist, Kari A. Hintikka, Auli Harju, Reeta Pöyhtäri & Petri Kola, Espoo, 2011, 112 p., ISBN (elektronisk) 978-951-38-7721-7. Url: <http://www.vtt.fi/inf/pdf/publications/2011/P755.pdf>

Social media is often considered to be fun and entertaining, but it also has potential for redefining the traditional ways of citizen participation – for example, by enabling more direct, real-time and networked ways to collaborate.

In the Somus project (Social media for citizens and public sector collaboration) we studied the dynamics of information, knowledge and citizenship in an open and participative media environment. We developed several social media services that enable collaboration between citizens and public agencies. In the Participatory Media case study, high school students and researchers created a photo-based online campaign Climate Worries. In the Immigrant Media case study, we developed a virtual meeting place, Monimos, for internationally minded people in Finland. User communities were involved in the service development using both online and face-to-face methods. The Instant Media sub-project studied the phenomena of the real-time web and self-organizing networks in societal problem solving through several case studies.

The possibilities of open public data were studied by arranging an ideas and application competition for citizens and companies. Open knowledge sharing was also supported in the work to open up public sector information sources and publish a guide book for open data. A

couple of online services that reuse content from different sources were developed also by the Somus project.

Regarding research methodology, the Somus team experimented with and studied ways of conducting academic research openly and transparently, for example by using social media and allocating flexible funding to the Open Research Swarm to execute microtasks. Free online tools were used for team work and communication during the project.

While the prospects and possibilities of social media and open collaboration in improving collaboration between citizens and public authorities are attractive, at the same time they are challenging and resource-consuming activities. This publication offers ideas, viewpoints and experiences of using social media for participation both in the society and in academic research work. The report reflects the multidisciplinary nature of the project by looking at the phenomenon of citizen participation from the viewpoints of sociology, communication, design and technology.

News Media, Crime and Fear of Violence

Mirka Smolej, Helsinki, Oikeuspoliittinen tutkimuslaitos, 2011, 76 p., ISBN 978-951-704-402-8, (Oikeuspoliittisen tutkimuslaitoksen tutkimuksia; 257). Doctoral dissertation.

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

Annan ny litteratur

Aaltonen-Ogbeide, Terhi (ed.): *Silmät auki sosiaaliseen mediaan* [Finnish perspectives to social media]. Helsinki, Eduskunta, 2011, 264 p., ISBN 978-951-53-3344-5, ISBN (elektronisk) 978-951-53-3345-2, (Eduskunnan tulevaisuusvaliokunnan julkaisu 2011; 3).

Elfving, Sari; Pajala, Mari (eds.): *Tele-visioita : mediakulttuurin muuttuvat muodot* [Tele-visions : the changing forms of media culture]. Helsinki, Gaudeamus Helsinki University Press, 2011, 278 p., ISBN 978-952-495-186-9.

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

Kotilainen, Sirkku (ed.): *Lasten mediabarometri 2010 : 0-8-vuotiaiden mediankäyttö Suomessa* [Children's media barometer 2010 : the use of media among 0-8-year-olds in Finland]. Helsinki, Mediakasvatusseura, 2011, 76 p., ISBN 978-952-99964-5-2, ISBN (elektronisk) 978-952-99964-6-9. Published also in English.

Lakomäki, Sami; Latvala, Pauliina; Laurén, Kirsi (eds.): *Tekstien rajoilla : monitieteistä näkökulmia kirjoitet-*

tuihin aineistoihin [Multidisciplinary views on written texts]. Helsinki, Suomalaisen kirjallisuuden seura, 2011, 356 p., ISBN 978-952-222-268-8, (Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran toimituksia; 1314).

Leminen, Seppo; Salo, Jari: *eReading services, business models and concepts in media industry*. Vantaa, Laurea University of Applied Sciences, 2011, 168 p., ISBN 978-951-799-226-8, (Laurea-ammattikorkeakoulun julkaisusarja; 73).

Lounasmeri, Lotta (ed.): *Näin naapurista : median ja kansalaisten Venäjä-kuvat* [Images of Russia in the Finnish media and among the Finns]. Tampere, Vastapaino, 2011, 250 p., ISBN 978-951-768-378-4.

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

Pekonen, Kyösti: *Puhe eduskunnassa* [Speech in the parliament]. Tampere, Vastapaino, 2011, 247 p., ISBN 978-951-768-328-9.

Pitkänen, Pertti: *Transparentti media : valokuva digitaalisen kuvantamisen aikakaudella : valokuvan moderni,*

postmoderni ja globaali tulkinta [Transparent media : photograph in the era of digital imaging : the modern, postmodern and global interpretation of photograph]. Rovaniemi, 2011, 240 p., ISBN 978-952-484-437-6, (Acta Universitatis Lapponiensis; 203). Doctoral dissertation.

Poutiainen, Ari; Kukkonen, Risto (ed.): *Suklaasydän, tinakuoret : jazziskelmä Suomessa 1956-1963* [Schlager jazz in Finland 1956-1963]. JAPA – The Finnish Jazz & Pop Archive, 2011, 256 p., ISBN 978-952-67401-1-9.

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

Stranius, Leo; Laaksonen, Lasse: *Verkkovaikuttamista 2010-luvulla : selvitys verkossa pääosin tai kokonaan tapahtuvan yhdistystoiminnan mahdollistamisesta* [Finnish civic activities and non-profit making associations'

activity on the web in the 2010s]. Helsinki, Oikeusministeriö, 2011, 57 p., ISBN 978-952-259-098-5, (Oikeusministeriö. Selvityksiä ja ohjeita 2011; 1).

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

Uskali, Turo: *Innovaatiot ja journalismi* [Innovations and journalism]. Helsinki, Infor, 2011, 144 p., ISBN 978-952-5928-03-7.

Varis, Markku: *Kulttuurienvälinen viestintä ja kasvatust* [Intercultural communication and education]. Oulu, Oulu University Press, 2011, 193 p., ISBN 978-951-42-9468-6, (Oulun yliopiston oppimateriaalia; 3).

Vesa, Heikkinen, Harri, Mantila: *Kielemme kohtalo* [The fate of the Finnish language]. Helsinki, Gaudeamus, 2011, 235 p., ISBN 978-952-495-188-3.

Norge

Dokumentalist: Ragnhild Mølster

Vaktbikkjefjernsynet

Kritisk journalistikk og undersøkende dokumentar i norsk TV

Henrik G. Bastiansen, Kristiansand, IJ-forlaget, 2011, 390 p., ISBN 978-82-7147-348-8.



Hva er den undersøkende dokumentarens oppgave i norsk fjernsyn? Og hvilken rolle spiller den undersøkende TV-dokumentaren for det journalistiske samfunnsoppdraget som NRK og TV2 i dag påberoper seg i kraft av å være allmenkringkastere?

Denne boken gir en samlet oversikt over hvordan pressens gamle vaktbikkjeideal har slått

inn i TV-mediet. Vi har fått det forfatteren kaller et vaktbikkjefjernsyn. Hvordan dette har skjedd blir grundig belyst fra NRK-fjernsynets monopolperiode i 1960- og -70-årene og helt frem til 2010. Forfatteren tar for seg en rekke programmer om kontroversielle emner. Programposter som Dokument 2 i TV2 og Brennpunkt i NRK står særlig sentralt. Boken går også inn på alle TV-produksjoner som er blitt premiert av Stiftelsen for en Kritisk og Undersøkende Presse (SKUP).

Sosiale medier i all offentlighet

Lytte dele delta

Petter Bae Brandtzæg, Lars Gillund, Arne Krokan, Øyvind Kvalnes, Alf Tore Meling & Jon Wessel-Aas, Oslo, Kommuneforlaget, 2011, 144 p., ISBN 9788244620901.



De sosiale mediene er i ferd med å endre spillereglene i samfunnet, og i boken drøftes etiske og juridiske problemstillinger ved deltakelse i sosiale medier. Den gir økt forståelse for hva sosiale medier egentlig er, og hvordan det påvirker vårt private og yrkesmessige liv. Flere statlige og kommunale virksomheter har tatt i bruk sosiale medier, men få har klare

formeninger om hva dette handler om, og hva sosiale medier kan brukes til. Det gis også praktiske eksempler på hvilken nytteverdi offentlig sektor kan ha ved bruk av å ta i bruk de nye mediene.

Being the Director

Maintaining Your Artistic Vision While Swimming With Sharks

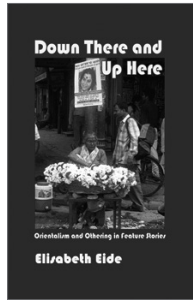
Trygve Allistair Diesen, Lillehammer, Høgskolen i Lillehammer, 2011, Ph. D.-avhandling.

Avhandlingen tar for seg hvordan man som filmregissør kan opprettholde sin kunstneriske visjon i en så vidt kollektiv og kommersiell kunstform som film. Avhandlingen består av tre kunstneriske utviklingsarbeid: spillefilmen "Red", tv-serien "Torpedo" og videojournalen "Being the Director".

Down There and Up Here

Orientalism and Othering in Feature Stories

Elisabeth Eide, New York, Hampton Press, 2011, 332 p., ISBN 1-57273-860-X.



This book is dedicated to the exploration of a specific sub-field of journalism – reporting on the Other across real and perceived borders. It is meant to reveal some of the dilemmas and challenges involved in this kind of reporting, concentrating on the long-distance genre of the feature story (reportage); and to open some perspectives when it comes to historical

change. It also suggests a methodology of analysis leaning on postcolonial theory, critical discourse analysis, and journalistic experiences. Last but not least, the author (and journalism educator) believes that journalism is not all predetermined by external societal forces, but constitutes a field in which a certain autonomy may be exercised—and where there is room for reflection and improvement.

Hva er journalistikk?

Martin Eide, Oslo, Universitetsforlaget AS, 2011, 151 p., ISBN 978-82-15-01746-4, (Hva er-serien).



Hvordan skal vi forstå journalistikk i en moderne verden? Den tradisjonelle journalistikkens portvaktrolle og tilnærmede publiseringsmonopol er en saga blott. Hva nå? Vil journalistikken dø, eller er den kanskje heller i ferd med å bli allestedsnærværende? I forlagets fortløpende hva er-utgivelse ser Martin Eide på hva som skjer med journalistikken i en

tid der alle kan kalle seg journalister, og der mange også gjør det. Med engasjement og innsikt diskuterer forfatteren journalistikkens vesen, tradisjoner og utfordringer og viser hva som står på spill i en medievirkelighet som er i stadig endring.

Film: en innføring

Arne Engelstad & Elise Seip Tønnessen, Oslo, Cappelen Damm AS, 2011, 272 p., ISBN 9788202291167.

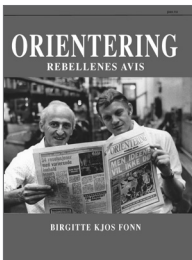


Forfatterne tar utgangspunkt i filmanalyse og presenterer noen av de verktøyene analysen krever. Målet for en analytisk undersøkelse er ikke bare å belyse hva filmen forteller, men også hvordan den forteller og hvilken virkning det har på oss. Da trenger vi et begrepsapparat til å snakke om film med, og vi trenger kunnskap om hvordan film

kan fortelle på mange måter, om hvordan filmfortellinger kan varieres i et utall sjangre og om filmens utvikling gjennom historien.

Orientering: rebellenes avis

Birgitte Kjos Fonn, Oslo, Pax Forlag, 2011, 349 p., ISBN 8253034164.



Avisa Orientering ble etablert på begynnelsen av 1950-tallet som en protest mot norsk NATO-politikk og som et uavhengig korrektiv til den partistyrte pressen. Boka handler om avisa og dens historie, fram til den ble tatt opp i Ny Tid i 1975. Orientering var avisen som skapte og ble skapt av det "nye" venstre i norsk etterkrigstid.

Den ble etablert i 1953 som en protest mot norsk NATO-politikk og som et uavhengig korrektiv til den partistyrte pressen. Avisen hadde som formål å representere en tredje vei mellom de to maktblokkene i øst og vest, og spilte en avgjørende rolle for at Sosialistisk Folkeparti ble dannet i 1961. På 1970-tallet var avisen arnested for forsøket på å skape en profesjonalisert og tabloid, men fortsatt venstreorientert journalistikk, før den ble slukt av Sosialistisk Venstreparti's nye partiavis, Ny Tid, i 1975. Dette er historien om avisa og menneskene rundt den: orienteringskretsen.

De tre presseideologier

Nils G. Indahl, Kristiansand, IJ-forlaget, 2011, 146 p., ISBN 978-82-7147-343-3.



Kan yttringsfriheten sikres med lovgivning, eller bør loven holde staten tilbake slik at borgerne kan utfolde yttringsfrihet? Vår tids bloggere yrter seg uten sensur på samme måte som 1600-tallets skribenter avviste statens rett til å utstede lisenser for å publisere. Boken gjennomgår den liberale og den autoritære presseideologi, og spør om dagens forhandlingsmodell

tar nok hensyn til borgernes rett til yttrings- og informasjonsfrihet.

Tale med bilder – tegne med ord

Jens Kjeldsen, Oslo, Spartacus – Scandinavian Academic Press, 2011, 241 p., ISBN 9788230400715.



Boken beskriver det visuelle rolle i overtalelseskunsten. Jens E. Kjeldsen viser at retorikken selv som en muntlig tradisjon, helt fra begynnelsen har vært særdeles visuell. Han avdekker forbindelsene mellom den antikken retorikken og de visuelle kunstarter og gjør det tydelig at de mest innflytelsesrike retoriske teoretikere har et visuelt grunnlag for deres tanker om veltalenhet. Boken viser også at renessansens lære om bildekunst er grunnleggende retorisk, og den forklarer hvordan frykten og ærefrykten for retorikken har samme karakter som frykten og ærefrykten for det visuelle.

Medienes privilegier

Arne Krumsvik, Kristiansand, IJ-forlaget, 2011, 192 p., ISBN 978-82-7147-347-1.



Nyhetsmediene har en spesiell posisjon i samfunnet. De har privilegier for å kunne utføre sin demokratiske rolle, samtidig som regulatoriske begrensninger skal forhindre at de blir for mektige. Som følge av de store endringene i mediemarkedene er også mediepolitikken nå i endring. Boken tar en kritisk gjennomgang av norsk medi-

epolitikk og analyserer i hvilken grad tradisjonelle mediopolitiske virkemidler fortsatt er relevante i en ny medievirkelighet. For å forstå moderne medier er det viktig å forstå de økonomiske mekanismene som ligger til grunn for hvordan mediene handler. Forfatteren argumenterer for at en grunnleggende forståelse for medieøkonomi og strategisk medieledelse er nødvendig for å forstå utviklingen i de fleste medievirksomheter.

Legitimering av allmennkringkasting i Norge og Sverige

Håkon Larsen, Oslo, Unipub, 2011, Vol 255, 124 p., Ph. D.-avhandling.

Hva kjennetegner den offentlige debatten om allmennkringkasting i Norge og Sverige? Hvordan legitimerer NRK og SVT sin rolle som lisensfinansiert allmennkringkaster? Og hvilken rolle tillegges allmennkringkasting fra kulturpolitisk hold i de to landene? Dette er sentrale spørsmål i avhandlingen. Det går frem av analysene at debattene om allmennkringkasting er mer omfattende og prinsipielle i Sverige enn i Norge. Både fra kulturpolitisk hold og internt i kringkastingsinstitusjonen er folkeopplysning og kvalitet viktigere for legitimiteten i Sverige enn i Norge. I Norge baseres legitimiteten i større grad på den oppslutningen og tilliten NRK har i befolkningen. At NRK har høy oppslutning og tillit gjør også at et omfattende legitimeringsarbeid ikke er nødvendig. Videre er man i Sverige opptatt av at SVT skal være et viktig innholdsmessig korrektiv til den globale kommersielle medieindustriens produkter. I Norge fokuserer man i stor grad på NRKs rolle som forvalter av norsk språk og kultur. Et internasjonalt perspektiv er viktigere for legitimering av allmennkringkasting i Sverige enn det er i Norge.

Konklusjonene er basert på analyser av avisartikler, politiske og institusjonelle dokumenter, i tillegg til intervjuer med ledere i kringkastingsinstitusjonene og kulturpolitikere på Stortinget og i Riksdagen.

Textopia

Experiments with Locative Literature

Anders Sundnes Løvlie, Oslo, Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon, 2011, 267 p., Ph. D.-avhandling.

Tenk deg at all verdens dikt og fortellinger var plassert på kartet, knyttet til de stedene de handler om. Du kan stå hvor som helst i verden – i gata der du bor, i din favorittkafe eller på Karl Johan – og få opplest en hvilken som helst tekst som har blitt skrevet om akkurat dette stedet. Hva har Ibsen eller Hamsun sagt om gata der du jobber? Litteraturhistorien blir et univers av tekster som du kan utforske til fots – gjennom den virkelige verden. Nettopp dette er mulig ved hjelp av det ”lokative” systemet *textopia*, en mobil-app utviklet ved Universitetet i

Oslo. Dette universet består ikke bare av døde forfattere, men også dine egne bidrag. Hva kan du tenke deg å si om gata der du jobber? *textopia* er et gratis, åpent system som inviterer alle som har lyst til å være med å utvikle en helt ny litteratur: En som er skrevet for å oppleves gatelangs, og som baserer seg på den deltagende nettkulturen for å utforske de nye kreative mulighetene som oppstår når GPS-telefoner blir allemannseie. *Textopia*-prosjektet har arrangert en rekke eksperimenter for å utforske disse mulighetene.

Opplevelse av rom

Kunstens lydeksperimenter og audiovisuelle uttrykk

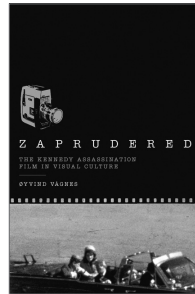
Asbjørn Tiller, Trondheim, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet / NTNU, 2011, 302 p., Vol. 135, ISBN 978-82-471-2810-7 (trykt), 978-82-471-2812-1 (elektronisk), Ph. D.-avhandling.

Avhandlingen diskuterer kunstens bruk av lyd, og hvordan man ved å benytte auditive teknologiske og estetiske virkemidler skaper en opplevelse av rom for tilhøreren. Spesifikt behandler avhandlingen den moderne kunstinstallasjonens inkludering av lyd som romlig virkemiddel.

Zaprudered

The Kennedy Assassination Film in Visual Culture

Øyvind Vågnes, Austin, Texas, The University of Texas press, 2011, 223 p., ISBN 978-0-292-72863-9.



Boka kartlegger og analyserer korleis denne filmen har funne vegen til ei rekkje ulike kulturelle uttrykksformer, som avisreportasjer, fjernsynsprogram, kunstverk, spelefilmar, romanar, og museumsinstallasjonar. Då hobbyfotografen Abraham Zapruder kom til å filme mordet på John F. Kennedy

i 1963 enda han opp med å skape ein av dei mest kjende filmsnuttane i det tjuande hundreåret. Boka kartlegger og analyserer korleis denne filmen har funne vegen til ei rekkje ulike kulturelle uttrykksformer, som avisreportasjer, fjernsynsprogram, kunstverk, spelefilmar, romanar, og museumsinstallasjonar. Zapruder laga det forfatteren kallar ”travelling images”, bilete som når dei vert framviste og siterte i stadig nye kontekstar gradvis riv seg laus frå det mediet dei vart til i, samt den hendinga dei viser oss. Boka viser korleis Zapruders film, som i byrjinga i all hovudsak vart sett på som bevismateriale og historisk dokument, i seinare år i veksande grad har vorte betrakta som estetisk uttrykk, og drøftar ei rekkje konsekvensar av ei slik utvikling. Sjølv om *Zaprudered* fokuserer på historien til ein enkelt film, ekstrapolerer den såleis ei kulturhistorisk utforsking av samtidas visuelle kultur.

Annan ny litteratur

Artiklar

Alghasi, Sharam: Narration of lives and nations: national stereotypes in the coverage of World Cup football in the Norwegian channel TV2. In: *Nordicom Review*. 2011; Vol. 32, No.1, p. 75-91, ISSN 1403-1108.

Allern, Sigurd: *PR, politics and democracy*. In: *Central European Journal of Communication*. 2011; Vol. 4, No. 1, p. 123-137, ISSN 1899-5101.

Ask, Kristine: Spiller du riktig?: Tid, moral og materialitet i domestiseringen av et online dataspill. In: *Norsk medietidsskrift*. 2011; Vol. 18, No. 2, p. 140-157, ISSN 0804-8452.

Birkvad, Søren: Feelgood i genrene: Dramaserien ”Himmelblå” mellom biologi ideologi. In: *Norsk medietidsskrift*. 2011; Vol. 18, No. 2, p. 96-119, ISSN 0804-8452.

Birkvad, Søren: Hollywood Sin, Scandinavian Virtue: The 1967 Revolt of I Am Curious and The Graduate. In: *Film International*. 2011; Vol. 9, No. 2, p. 42-54, ISSN 16516826.

Dralega, Carol Azungi; Due, Beathe; Skogerbø, Eli: Community Re-Engagement of Youth: eParticipation Realities in Uganda and Norway. In: *Information technologies and international development*. 2011; Vol. 6, No. 1, p. 94-108, ISSN 1544-7529.

Endestad, Tor; Heim, Jan; Kaare, Birgit Hertzberg; Torgersen, Leila; Brandtzæg, Petter Bae: Media user types among young children and social displacement. In: *Nordicom Review*. 2011; Vol. 32, No. 1, p. 17-30, ISSN 1403-1108.

Engelstad, Audun: It's not TV – or is it?. In: *16:9*. 2011; Vol. 9, No. 40. ISSN 1603-5194.

Enli, Gunn Sara: Ramin-Osmundsen går av: Historien om en politisk skandale. In: *Norsk medietidsskrift*. 2011; Vol. 18, No. 2, p. 120-139, ISSN 0804-8452.

Fagerjord, Anders: Multimodal Polyphony: Analysis of a Flash Documentary. In: *Inside Multimodal Composition*. Morrison, Andrew (ed.). Cresskill, NJ, Hampton Press, 2011, p. 93-120, ISBN 9781612890012.

Figenschou, Tine Ustad: A voice for the voiceless?: A quantitative content analysis of Al-Jazeera English's flagship news. In: *Global Media and Communication*. 2010; Vol. 6, No. 1, p. 85-107, ISSN 1742-7665.

Flaaten, Øyvind; Torp, Steffen; Aarseth, Espen: Ungdommers opplevelser med overdreven bruk av online-rollespillet World of Warcraft. In: *Tidsskrift for ungdomsforskning*. 2010; Vol. 10, No. 2, p. 57-78, ISSN 16020324.

Grønstad, Asbjørn: On the unwatchable. In: *the new extremism in cinema: from France to Europe*. Horeck, Tanya; Kendall, Tina (eds.). Edinburgh, Edinburgh University Press, 2011, p. 192-205, ISBN 9780748641604.

Høyer, Svennik: The Double Bind of Politics and Profession: Early Organizing Efforts of Norwegian Journalists 1883-1940. In: *Media History*. 2010; Vol. 16, No. 3, p. 267-280, ISSN 1368-8804.

Iversen, Gunnar: Inventing the nation: diorama in Norway 1888-1894. In: *Early Popular Visual Culture*. 2011; Vol. 9, No. 2, p. 123-129, ISSN 1746-0654.

Kjeldsen, Jens E.: Bilder og tekstbilder i foredrag og forelesning: Pictures and text slides in deliveries and lectures. In: *Forelesningens kunst: The art of lecturing*. Skodvin, Arne; Flyum, Karl Henrik; Knudsen, Geir; Simonsen, Eva (eds.). Oslo, Unipub AS, 2011, p. 263-289, ISBN 978-82-7477-499-5.

Krøvel, Roy: A symbiotic relationship: Norwegian diplomacy and Norwegian journalism on war and peace in Guatemala. In: *conflict & communication online*. 2011; Vol. 10, No. 1.

Krøvel, Roy: From Indios to Indígenas: guerrilla perspectives on indigenous peoples and repression in Mexico, Guatemala and Nicaragua. In: *Interface: a journal for and about social movements*. 2011; Vol. 3, No. 1, p. 145-171.

Krøvel, Roy: The War in Chiapas: The Fall and Rise of Independent Journalism. In: *The End of Journalism: News in the Twenty-First Century*. Charles, Alec; Stewart, Gavin (eds.). Oxford, Bern, Berlin, Bruxelles, Frankfurt am Main, New York, Wien, Peter Lang, 2011, p. 129-138.

Lavik, Erlend: The poetics and rhetoric of The Wire's intertextuality. In: *Critical Studies in Television*. 2011; Vol. 6, No.1, p. 52-71, ISSN 1749-6020.

Li, Shubo: The online public space and popular ethos in China. In: *Media, Culture and Society*. 2010; Vol. 32, No. 1, p. 63-83, ISSN 0163-4437.

Liestøl, Gunnar: PowerPoint: Beyond Hardware and Software. In: *Inside Multimodal Composition*. Morrison, Andrew (ed.). Cresskill, NJ, Hampton Press, 2011, p. 69-92, ISBN 9781612890012.

Mainsah, Henry: 'I could well have said I was Norwegian but nobody would believe me': ethnic minority youths' self-representation on social network sites. In: *European Journal of Cultural Studies*. 2011; Vol. 14, No. 2, p. 179-193, ISSN 1367-5494.

- Mjøs, Ole Johan: Marriage of convenience?: Public service broadcasters' cross-national partnerships in factual television. In: *The International Communication Gazette*. 2011; Vol. 73, No. 3, p. 181-197, ISSN 1748-0485.
- Moe, Hallvard: Defining public service beyond broadcasting: the legitimacy of different approaches. In: *International Journal of Cultural Policy*. 2011; Vol. 17, No. 1, p. 52-68, ISSN 1028-6632.
- Morrison, Andrew; Skjulstad, Synne: Mediating Hybrid Design: Imaginative Renderings of Automotive Innovation on the Web. In: *Inside Multimodal Composition*. Morrison, Andrew (ed.). Cresskill, NJ, Hampton Press, 2011, p. 121-144, ISBN 9781612890012.
- Morrison, Andrew; Skjulstad, Synne: Unreal Estate: Digital Design and Mediation in Marketing Urban Residency. In: *Exploring Digital Design: Multi-disciplinary Design Practices*. London, Springer, 2011, p. 189-219, ISBN 978-1-84996-222-3, ISBN (elektronisk) 978-1-84996-223-0.
- Mörtberg, Christina; Stuedahl, Dagny; Alander, Sara: Why do the orders go wrong all the time?: Exploring Sustainability in an E-commerce Application in Swedish Public School Kitchens. In: *Information, communication and society*. 2010; Vol. 13, No. 1, p. 68-87, ISSN 1369-118x.
- Nyre, Lars; Bjørnstad, Solveig; Tessem, Bjørnar: Experimental evaluation of tools and concepts for location-aware journalism. In: *e-society 2011*. Komers, Piet (ed.). IADIS Press, 2011, p. 133-140, ISBN 978-972-8939-46-5.
- Røssaak, Eivind: Analysing archives in motion. In: *Journal of Scandinavian Cinema*. 2011; Vol. 1, No. 1, p. 79-81, ISSN 2042-7891.
- Røssland, Lars Arve: John Wayne and Bruce Springsteen Staying Home: How Not Going to War Influenced the Careers of Two American Popular Icons. In: *Bruce Springsteen and the Americal Soul: Essays on the Songs and Influence of a Cultural Icon*. Izzo, David Garrett (ed.). Jefferson, North Carolina, McFarland, 2011, p. 183-189, ISBN 978-0-7864-5908-7.
- Skjerdal, Terje S.: How reliable are journalists in exile?. In: *British Journalism Review*. 2010; Vol. 21, No. 3, p. 46-52, ISSN 0956-4748.
- Skjulstad, Synne: What Are These?: Designers' Web Sites as Communication Design. In: *Inside Multimodal Composition*. Morrison, Andrew (ed.). Cresskill, NJ, Hampton Press, 2011, p. 319-353, ISBN 9781612890012.
- Solum, Ove: The municipal cinema system in Norway and the digital turn. In: *Journal of Scandinavian Cinema*. 2011; Vol. 1, No. 1, p. 31-36, ISSN 2042-7891.
- Steensen, Steen: Making online features: how the discursive practice of an online newsroom affects genre development. In: *Making online news: newsroom ethnographies in the second decade of Internet journalism*. Domingo, David; Paterson, Chris (eds.). New York, Peter Lang, 2011, p. 87-99, ISBN 978-1-4331-1064-1.
- Storsul, Tanja: Sosiale medier – nye muligheter for allmennkringkasterne. In: *Nordicom-Information*. 2011; Vol. 33, No. 1-2, p. 69-73, ISSN 0349-5949.
- Stuedahl, Dagny; Smørdal, Ole: Design as Alignment of Modalities. In: *Inside Multimodal Composition*. Morrison, Andrew (ed.). Cresskill, NJ, Hampton Press, 2011, p. 295-318, ISBN 9781612890012.
- Sørensen, Bjørn: From will to reality: Norwegian film during the nazi occupation, 1940-1945. In: *Cinema and the swastika: the international expansion of Third reich cinema*. Winkel, Roel Vande; Welch, David (ed.). Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2011, p. 220-231, ISBN 978-0-230-23857-2.
- Vaagan, Robert: Ethics, social media and mass self-communication. In: *Cahiers de la Documentaion/Bladen voor documentatie*. 2011; Vol. 2, p. 16-23, ISSN 0007-9804.
- Ytre-Arne, Brita: Women's magazines and their readers: the relationship between Textual features and practices of reading. In: *European Journal of Cultural Studies*. 2011; Vol. 14, No. 2, p. 213-228, ISSN 1367-5494.
- Ytre-Arne, Brita: 'I want to hold it in my hands': readers' experiences of the phenomenological differences between women's magazines online and in print. In: *Media, Culture and Society*. 2011; Vol. 33, No. 3, p. 467-477, ISSN 0163-4437.
- Ytre-Arne, Brita: Women's magazines and the public sphere. In: *European Journal of Communication*. 2011; Vol. 26, No. 3, p. 247-261, ISSN 0267-3231.

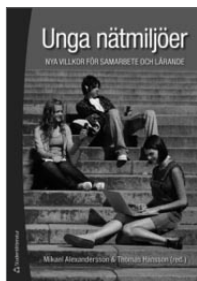
Sverige

Dokumentalist: Roger Palmqvist

Unga nätmiljöer

Nya villkor för samarbete och lärande

Mikael Alexandersson and Thomas Hansson (eds.), Lund, Studentlitteratur, 2011, 259 p., ISBN 978-91-44-07122-0.



Dagens ungdomar berättar på nätet vad de gör, visar foton, spelar mixad musik och videoklipp, tipsar om filmer, kollar upp resmål, beställer litteratur, betalar räkningar, visar sitt CV och kontrollerar resultatlistor. I dag pågår lärandeprocesser bland unga som det etablerade samhället inte styr över och ibland inte ens känner till.

Antologin beskriver ungas lärande i samtida medier. Boken ger en god grund till att tänka nya tankar om lärande, skola och lärarutbildning. Bl.a. behandlas: Vad betyder digitala kommunikationsformer i medielandskapet?, Hur utvecklar datorspelare ett gemensamt språk?, Hur skiljer sig ungas bloggande från vuxnas?, Går det att skapa en gemensam syn på IT som pedagogiskt redskap?, Hur kan vi skapa digitala berättelser om värdegrundsfrågor?, Hur samspelar vuxna och unga på nätet?, Vad fordras för att bli godkänd som medlem i en community?, Hur kan den nya teknologin påverka våra tankar, ideal, normer, identitet och vårt Jag?

Antologin innehåller en rad rapporter från *fallstudier*, både i skolan och utanför: *Ungas lärande i sociala medier* (Dan Åkerlund), *World of Warcraft* (Rebecca Gruber), *Reflektion i bloggar* (Thomas Hansson), *IT i två skolklasser* (Abigail Hellström), *Fattar ni hur det känns* (Monica Nilsson, Sonja Stranne och Carina Andersson), *Texter i en wikigemenskap* (Rolf K Baltzersen), *Ny miljö för NO-undervisning* (Lena Hansson & Andreas Redfors), *Studiecirklar och nätkulturer* (Lis Elvinsson), *Värden i ungas nätmiljöer* (Camilla Jonsson), *Professionella vuxna på nätet* (Lars Lagergren, Mija Tofner & Jens Eriksson), och *Det Nya Jaget* (Mikael Alexandersson).

Amateur images and global news

Kari Andén-Papadopoulos & Mervi Pantti (eds.), Bristol, Intellect, 2011, 208 p., ISBN 978-1-84150-420-9, (Cultural and media studies).



Modern technology has enabled anyone with a digital camera or cell phone to capture images of newsworthy events as they develop, and news organizations around the world increasingly depend on these amateur images for their coverage of unfolding events. However, with globalization facilitating wider circulation, critics have expressed strong concern over exactitude and objectivity.

The first book on this topic, *Amateur Images and Global News* considers at length the ethical and professional issues that arise with the use of amateur images in the mainstream news media – as well as their role in producing knowledge and framing meanings of disasters in global and national contexts.

Modern technology has enabled anyone with a digital camera or cell phone to capture images of newsworthy events as they develop, and news organizations around the world increasingly depend on these amateur images for their coverage of unfolding events. However, with globalization facilitating wider circulation, critics have expressed strong concern over exactitude and objectivity. The first book on this topic, *Amateur Images and Global News* considers at length the ethical and professional issues that arise with the use of amateur images in the mainstream news media – as well as their role in producing knowledge and framing meanings of disasters in global and national contexts.

Mediernas prestationer och betydelse

Valet 2010

Kent Asp, Göteborg, 2011, 172 p., ISBN 978-91-88212-90-0, (Göteborgsstudier i journalistik, medier och kommunikation; 63).



Valet 2010 blev historiskt. Väljarna fick för första gången ta ställning till två på förhand givna regeringsalternativ – alliansen och de rödgröna. Socialdemokraterna gjorde sitt sämsta val sedan den allmänna rösträttens införande, och moderaterna sitt bästa val någonsin. De borgerliga partierna höll samman och alliansregeringen

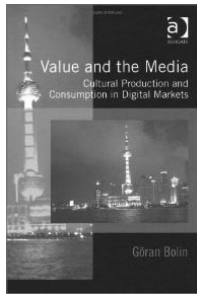
kunde väljas om för en ny mandatperiod. Sverige blev som andra europeiska länder – med en socialdemokrati som förlorat sin särställning, och med ett nytt främlingsfientligt parti i parlamentet. Och som i alla politiska val kom medierna att spela en central roll.

Var nyhetsmedierna rättvisa? Gav de väljarna bra information? Påverkade medierna valutgången? Och vilket inflytande hade journalisterna? De är frågor som tas upp i boken.

Value and the media

Cultural production and consumption in digital markets

Göran Bolin, Abingdon, Ashgate Publishing Group, 2011, 159 p., ISBN 978-1-4094-1048-5.



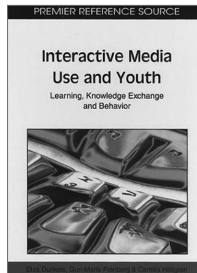
Value is seldom discussed in its own right, though it is of utmost importance to our relations with media texts and cultural objects, as we constantly make judgements of various kinds with respect to them. This book focuses on how value – aesthetic, political and social and economic value – is produced in contemporary media and cultural production. Contending that

value is not constituted by the essence of a thing, but is rather produced in social relations, through negotiations and justifications, this book discusses changes in the cultural industries over the past two decades, emphasising the rise of new, digital media, and the opportunities that these afford for the production and consumption of media texts and objects.

Interactive media use and youth

Learning, knowledge exchange and behavior

Elza Dunkels, Gun-Marie Frånberg & Camilla Hällgren (eds.), Hershey, PA, IGI Global, 2011, 290 p., ISBN 978-1-60960-206-2, ISBN (elektronisk) 978-1-60960-208-6.



Modern advancements in technology have changed the way that young people use interactive media. Learning from such methods was not even considered until recently. It is now slowly defining the landscape of contemporary pedagogical practices.

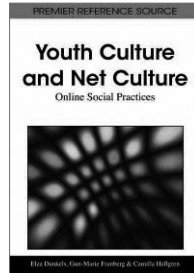
The anthology provides a comprehensive collection of knowledge based on different perspectives on quantitative and descriptive studies, what goes on in the contemporary media landscape, and pedagogical research on formal and non-formal learning strategies. This book outlines interactive media as an emerging research area, growing around young people and contemporary digital

arenas. The field is growing in size, shape and complexity and the need for study is urgent.

Youth culture and net culture

Online social practices

Elza Dunkels, Gun-Marie Frånberg & Camilla Hällgren (eds.), Hershey, PA, IGI Global, 2011, 441 p., ISBN 978-1-60960-209-3, ISBN (elektronisk) 978-1-60960-211-6.



The globalization of our society has changed the social culture of young people forever. In this day and age, this online social culture is growing in size, shape, and complexity and the need for further study is imperative. This collection of twenty articles on adolescents and the Internet showcases current scholarship on the influence of

Internet "culture" on youth development. Divided into four sections covering the context of Internet culture, youth identity, identity and sexuality and challenges to healthy development, individual papers discuss such topics as youth and social networking, the influence of the Internet on body dismorphic disorders, modeling friendships, youth and cybersex in conservative cultures, informal sex education on the Internet, cyber-bullying and cyber-kindness, gaming and aggression and online sexual solicitation. Contributors include academics from Europe, Nigeria, Australia, Canada and Israel.

Talking politics in broadcast media

Cross-cultural perspectives on political interviewing, journalism and accountability

Mats Ekström & Marianna Patrona (eds.), Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins Publishing Company, 2011, 248 p., ISBN 978 90 272 0633 6, ISBN (elektronisk) 978 90 272 8516 4, (Discourse Approaches to Politics, Society and Culture).



This book is a collection of studies on political interaction in a variety of broadcast, namely news and current affairs programs, political interviews, audience participation programs and radio phone-ins. Following a growing scholarly interest in political discourses, dialogic forms of news production and media talk in general, a number of internationally acclaimed

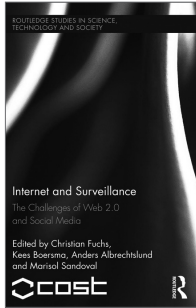
scholars investigate the discursive and interactional practices that give rise to the arena of public politics in contemporary society. Chapters span an array of cultural contexts, as diverse as Sweden, Greece, Belgium (Flanders), the U.K., Spain, Israel, the U.S.A., Australia and China. Authors combine an interest in discourse analysis

and conversation analysis with different disciplinary orientations, such as linguistics, media and cultural studies, sociology, political science, and social psychology. The book uncovers current trends in media and political discourse, and will be of interest to both students and scholars of media discourse and politics.

Internet and surveillance

The challenges of Web 2.0 and social media

Christian Fuchs, Kees Boersma, Anders Albrechtslund & Marisol Sandoval (eds.), New York, Routledge, 2011, 332 p., ISBN 978-0-415-89160-8.



The volume is dedicated to Internet surveillance in the age of what has come to be termed “social media” or “web 2.0” (blogs, wikis, file sharing, social networking sites, microblogs, user-generated content sites, etc). The Internet has been transformed in the past years from a system primarily oriented on information provision into a medium for communication and community-building.

The notion of “Web 2.0”, social software, and social networking sites such as Facebook, Twitter and MySpace have emerged in this context. With such platforms comes the massive provision and storage of personal data that are systematically evaluated, marketed, and used for targeting users with advertising. In a world of global economic competition, economic crisis, and fear of terrorism after 9/11, both corporations and state institutions have a growing interest in accessing this personal data. Here, contributors explore this changing landscape by addressing topics such as commercial data collection by advertising, consumer sites and interactive media; self-disclosure in the social web; surveillance of file-sharers; privacy in the age of the internet; civil watch-surveillance on social networking sites; and networked interactive surveillance in transnational space. This book is a result of a research action launched by the intergovernmental network COST (European Cooperation in Science and Technology).

Contents: *Introduction: internet and surveillance* (Christian Fuchs, Kees Boersma, Anders Albrechtslund, and Marisol Sandoval), Part i: theoretical foundations of internet surveillance studies: *Critique of the political economy of web 2.0 surveillance* (Christian Fuchs), *Exploitation in the data mine* (Mark Andrejevic), *Key features of social media surveillance* (Daniel Trotter and David Lyon), *Jean-François Lyotard and the inhumanity of internet surveillance* (David W. Hill), *Critical internet surveillance studies and economic surveillance* (Thomas Allmer), Part ii: case studies, applications, and empirical perspectives of internet surveillance studies: *A critical empirical case study of consumer surveillance on web 2.0* (Marisol Sandoval), *Disciplining the consumer: file-sharers under the watchful eye of the music indus-*

try (David Arditi), *Socializing the city: location sharing and online social networking* (Anders Albrechtslund), *What do it professionals think about surveillance?* (Iván Székely), *Fields, territories, and bridges: networked communities and mediated surveillance in transnational social space* (Miyase Christensen and André Jansson), *When transparency isn't transparent: campaign finance disclosure and internet surveillance* (Kent Wayland, Roberto Armengol, and Deborah G. Johnson), *Privacy, surveillance, and self-disclosure in the social web: exploring the user's perspective via focus groups* (Monika Taddicken), *How does privacy change in the age of the internet?* (Rolf H. Weber), and Part iii: conclusion: *Post-face: internet and surveillance* (Kees Boersma).

Vad jurister behöver veta om medier

Gunilla Jarlbro, Lund, Studentlitteratur, 2010, 120 p., ISBN 978-91-44-05839-9.



Författaren diskuterar hur juridik konstrueras och reproduceras via medier och hur medborgare i förlängningen kommer att uppfatta juridik, rättsväsendet och dess aktörer. Boken belyser medier och opinionsbildning ur en rad olika perspektiv och med konkreta exempel. Frågor som vem som har rätt över tanken behandlas och här ges råd och tips om hur man bl.a. kan nå ut med sina budskap i ett allt större mediebrus.

Perilous silences and counterproductive narratives pertaining to HIV/AIDS in the Ugandan, Lesotho and Namibian press

Cecilia Strand, Uppsala universitet, Institutionen för informatik och media, 2011, 88 p., ISBN 978-91-554-8134-6, (Digital Comprehensive Summaries of Uppsala Dissertations from the Faculty of Social Sciences ; 71). Note: Doctoral dissertation.

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

This dissertation consists of five separate articles. They identify and describe media narratives on HIV/AIDS and the closely related topic of same-sex sexuality in three countries hard-hit by the epidemic: Lesotho, Namibia and Uganda. They also discuss the potential ef-

fects of persistent silences as well as narratives that are counterproductive to the countries' ability to respond to the epidemic.

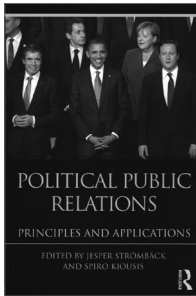
The research uses a combination of quantitative and qualitative approaches: – content analysis of independent and government-controlled print media, – semi-structured interviews with media practitioners and representatives from organizations that seek to influence the media agenda, – analysis of legislative and policy documents.

The articles discuss a range of persistent silences and counterproductive narratives on HIV/AIDS in the three countries.

Political public relations

Principles and applications

Jesper Strömbäck & Spiro Kiouisis, New York (US) and Abingdon (UK), Routledge, 2011, 342 p., ISBN 978-0-415-87380-2, ISBN (elektronisk) 978-0-203-86417-3, (Routledge Communication Series).



The anthology maps and defines this emerging field, bringing together scholars from various disciplines-political communication, public relations and political science-to explore the area in detail. The volume connects differing schools of thought, bringing together theoretical and empirical investigations, and defines a field that is

becoming increasingly important and prominent. It offers an international orientation, as the field of political public relations must be studied in the context of various political and communication systems to be fully understood. As a singular contribution to scholarship in public relations and political communication, this work fills a significant gap in the existing literature, and is certain to influence future theory and research.

Contents: *Political public relations: Defining and mapping an emergent field* (Jesper Strömbäck & Spiro Kiouisis), *Political public relations: Remembering its roots and classics* (Diana Knott Martinelli), *Political public relations, news management and agenda indexing* (Paul S. Lieber & Guy Golan), *Political public relations and agenda building* (John C. Tedesco), *Presidential public relations* (Matthew Eshbaugh-Soha), *Political public relations and election campaigning* (Paul Baines), *Corporate issues management and political public relations* (Robert L. Heath & Damion Waymer), *Political public relations and political marketing* (Darren Lilleker & Nigel Jackson), *Political public relations and strategic framing* (Kirk Hallahan), *Political public relations and crisis management* (Timothy Coombs), *Political public relations and relationship building* (John A. Ledingham), *Political public relations and government information management* (Karen Sanders), *Global political public relations, public diplomacy and corporate foreign policy* (Juan-Carlos Molleda), *Digital political public relations* (Kaye Sweetser), and *Political public relations research in the future* (Spiro Kiouisis & Jesper Strömbäck).

Annan ny litteratur

Krogh, Torbjörn von (ed.): *Vem betalar journalistiken? : om journalistikens värde för olika intressenter*. Stockholm, Stiftelsen Institutet för mediastudier, 2011, 198 p., ISBN 978-91-978894-3-8.

Melander, Ellinor (ed.): *Presshistorisk årsbok 2011: Utgiven av Svensk Presshistorisk Förening*. Stockholm, Svensk Presshistorisk Förening, 2011, 262 p., (Presshistorisk årsbok).

Nygren, Gunnar; Ney, Birgitta; Roxberg, Maria (eds.): *Ständig deadline, multimedia och Twitter : journaliststudenter vid Södertörns högskola undersöker visioner och realiteter i nätbaserade medier*. Huddinge, Södertörns högskola, Institutionen för kommunikation, medier och IT, 2011, 88 p., ISBN 978-91-979140-1-7, (Journalistikstudier vid Södertörns högskola; 2).

Ungdomsstyrelsen / *NÄR – VAR – HUR om ungas kultur : en analys av ungas kulturutövande på fritiden*. Stockholm, Ungdomsstyrelsen, 2011, 224 p., ISBN 978-91-85933-41-9, (Ungdomsstyrelsens skrifter; 2011:1).

Artiklar

Bjur, Jakob; Bolin, Göran: Review of existing and emerging audience research in Sweden. In: *Overview of European audience research: research report from the COST Action IS0906 Transforming audiences, Transforming societies*. Bilandzic, Helena; Carpentier, Nico; Patriarache, Geoffroy; Ponte, Cristina; Schröder, Kim; Vossen, Emilie; Zeller, Frauke (eds.). Bryssel, European Cooperation in Science and Technology, COST, 2011, p. 150-156.

Carlsson, Ulla: La perspectiva mundial y nórdica : los jóvenes en la cultura de los medios digitales. In: *Infoamerica communication review*. 2011; No.5, p. 99-112, ISSN 1696-2257.

Christensen, Christian: The everyday war : Iraq, YouTube and the banal spectacle. In: *Online territories : globalization, mediated practice and social space*. Christensen, Miyase; Jansson, André; Christensen, Christian (eds.). New York, Bern, Berlin, Bruxelles, Frankfurt am Main, Oxford, Wien, Peter Lang, 2011,

p. 17-30, ISBN 978-1-4331-0798-6 (hb), 978-1-4331-0797-9 (pb), (Digital Formations).

Christensen, Miyase; Jansson, André; Christensen, Christian: Introduction : Globalization, mediated practice and social space : assessing the means and metaphysics of online territories. In: *Online territories: globalization, mediated practice and social space*. Christensen, Miyase; Jansson, André; Christensen, Christian (eds.). New York, Bern, Berlin, Bruxelles, Frankfurt am Main, Oxford, Wien, Peter Lang, 2011, p. 1-11, ISBN 978-1-4331-0798-6 (hb), 978-1-4331-0797-9 (pb), (Digital Formations).

Christensen, Miyase: Online social media, communicative practice and complicit surveillance in transnational contexts. In: *Online territories : globalization, mediated practice and social space*. Christensen, Miyase; Jansson, André; Christensen, Christian (eds.). New York, Bern, Berlin, Bruxelles, Frankfurt am Main, Oxford, Wien, Peter Lang, 2011, p. 222-238, ISBN 978-1-4331-0798-6 (hb), 978-1-4331-0797-9 (pb), (Digital Formations).

Dahlgren, Peter: Trazando la evolución del periodismo : el horizonte de la democracia. In: *Infoamerica communication review*. 2010; No.2, p. 21-38, ISSN 1696-2257.

Dahlgren, Peter; Olsson, Tobias: Transforming audiences, transforming societies: A Swedish story. In: *Overview of European audience research: research report from the COST Action IS0906 Transforming audiences, Transforming societies*. Bryssel, European Cooperation in Science and Technology, COST, 2011, p. 156-159.

Daneback, Kristian; Löfberg, Cecilia: Youth, sexuality and the Internet : young people's use of the Internet to learn about sexuality. In: *Youth culture and net culture : online social practices*. Dunkels, Elza; Frånberg, Gun-Marie; Hällgren, Camilla (eds.). Hershey PA, IGI Global, 2011, p. 190-206, ISBN 978-1-60960-209-3, ISBN (elektronisk) 978-1-60960-211-6.

Dunkels, Elza; Frånberg, Gun-Marie; Hällgren, Camilla: Young people and online risk. In: *Youth culture and net culture : online social practices*. Dunkels, Elza; Frånberg, Gun-Marie; Hällgren, Camilla (eds.). Hershey PA, IGI Global, 2011, p. 1-16, ISBN 978-1-60960-209-3, ISBN (elektronisk) 978-1-60960-211-6.

Dunkels, Elza; Frånberg, Gun-Marie; Hällgren, Camilla: Youth and contemporary learning. In: *Interactive media use and youth : learning, knowledge exchange and behavior*. Dunkels, Elza; Frånberg, Gun-Marie; Hällgren, Camilla (eds.). Hershey, PA, IGI Global, 2011, p. 1-11, ISBN 978-1-60960-206-2, ISBN (elektronisk) 978-1-60960-208-6.

Eklöf, Motzi: Rent, friskt, sunt och hälsosamt : ett grepp om svenska hälsotidskrifter 1927-1967. In: *The 2011*

Yearbook of the Society of the Swedish Press History. Melander, Ellinor (ed.). Stockholm, Svensk Presshistorisk Förening, 2011, p. 125-143. (Presshistorisk årsbok).

Ekström, Mats: Hybridity as a resource and challenge in a talk show political interview. In: *Talking politics in broadcast media : cross-cultural perspectives on political interviewing, journalism and accountability*. Ekström, Mats; Patrona, Marianna (eds.). Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins Publishing Company, 2011, p. 135-155, ISBN 978 90 272 0633 6, ISBN (elektronisk) 978 90 272 8516 4.

Fornäs, Johan; Fredriksson, Martin; Johannisson, Jenny: Culture Unbound Vol. 3 Editorial. In: *Culture unbound: journal of current cultural research*. 2011; Vol.3, p. 5-10.

Gherstti, Marina; Odén, Tomas A.: Top marks : How the media got Swedes to vaccinate against swine flu. In: *Observatorio (OBS*) Journal*. 2011; Vol.5, No.2, p. ISSN 111-134.

Hendrick, Stephanie; Lindgren, Simon: YouTube as a performative arena : how Swedish youth are negotiating space, community membership, and gender identities through the art of parkour. In: *Youth culture and net culture: online social practices*. Dunkels, Elza; Frånberg, Gun-Marie; Hällgren, Camilla (eds.). Hershey PA, IGI Global, 2011, p. 153-169, ISBN 978-1-60960-209-3, ISBN (elektronisk) 978-1-60960-211-6.

Jansson, André: Cosmopolitan capsules : mediated networking and social control in expatriate spaces. In: *Online territories : globalization, mediated practice and social space*. Christensen, Miyase; Jansson, André; Christensen, Christian (eds.). New York, Bern, Berlin, Bruxelles, Frankfurt am Main, Oxford, Wien, Peter Lang, 2011, p. 239-255, ISBN 978-1-4331-0798-6 (hb), 978-1-4331-0797-9 (pb), (Digital Formations).

Jansson, André; Gandini, Erik: Gitmo space: a dialogue about mediatized warfare, documentary filmmaking and heterotopic truth. In: *Media Fields Journal*. 2011; p. 1-9.

Kiouis, Spiro; Strömbäck, Jesper: Political public relations research in the future. In: *Political public relations : principles and applications*. Strömbäck, Jesper; Kiouis, Spiro (eds.). New York (US) and Abingdon (UK), Routledge, 2011, p. 314-323, ISBN 978-0-415-87380-2, ISBN (elektronisk) 978-0-203-86417-3, (Routledge Communication Series).

Krogh, Torbjörn von: Både moralfilosofi och ekonomi : en introduktion till Robert G. Picards rapport om journalistikens värde : Journalistik, värde och nyhetsorganisationernas framtid, Harvard 2006. In: *Vem betalar journalistiken? : om journalistikens värde för olika intressenter*. Krogh, Torbjörn von (ed.). Stockholm, Stiftelsen Institutet för mediestudier, 2011, p. 13-19, ISBN 978-91-978894-3-8.

- Lindgren, Simon: A copy, of a copy, of a copy? : exploring masculinity under transformation in Fight Club. In: *Scope. An online Journal of Film Studies*. 2011; No.19.
- Lindgren, Simon: Collective problem-solving and informal learning in networked publics : reading vlogging networks on YouTube as knowledge communities. In: *Interactive media use and youth : learning, knowledge exchange and behavior*. Dunkels, Elza; Frånberg, Gun-Marie; Hällgren, Camilla (eds.). Hershey, PA, IGI Global, 2011, p. 50-64, ISBN 978-1-60960-206-2, ISBN (elektronisk) 978-1-60960-208-6.
- Lindgren, Simon; Lundström, Ragnar: Pirate culture and hacktivist mobilization: The cultural and social protocols of #WikiLeaks on Twitter. In: *New Media and Society*. 2011; Vol.13, No.6, p. 999-1018, ISSN 1461-4448.
- Lögdlund, Ulrik; Kaminski, Marcin de: Digital neighbourhoods : a sociological perspective on the forming of self-feeling online. In: *Youth culture and net culture : online social practices*. Dunkels, Elza; Frånberg, Gun-Marie; Hällgren, Camilla (eds.). Hershey PA, IGI Global, 2011, p. 97-111, ISBN 978-1-60960-209-3, ISBN (elektronisk) 978-1-60960-211-6.
- Melander, Ellinor: Bland tidningsmän och kvinno-saks-kvinnor : Hilda Sachs 1891–95. In: *The 2011 Yearbook of the Society of the Swedish Press History*. Melander, Ellinor (ed.). Stockholm, Svensk Presshistorisk Förening, 2011, p. 53-74. (Presshistorisk årsbok).
- Melesko, Stefan: Pressen, affärsmodellerna och framtiden : The press, the business models and the future. In: *Vem betalar journalistiken? : om journalistikens värde för olika intressenter*. Krogh, Torbjörn von (ed.). Stockholm, Stiftelsen Institutet för mediestudier, 2011, p. 121-156, ISBN 978-91-978894-3-8.
- Melesko, Stefan: Surfplattan är inte räddaren i nöden (ännu). In: *Vem betalar journalistiken? : om journalistikens värde för olika intressenter*. Krogh, Torbjörn von (ed.). Stockholm, Stiftelsen Institutet för mediestudier, 2011, p. 157-180, ISBN 978-91-978894-3-8.
- Milner, Henry: Political dropouts and the Internet generation. In: *Interactive media use and youth : learning, knowledge exchange and behavior*. Dunkels, Elza; Frånberg, Gun-Marie; Hällgren, Camilla (eds.). Hershey, PA, IGI Global, 2011, p. 186-206, ISBN 978-1-60960-206-2, ISBN (elektronisk) 978-1-60960-208-6.
- Nord, Lars; Głowacki, Michał: Editors' introduction: Public service media in Central and Northern Europe. Does the state still matter?. In: *Central European Journal of Communication*. 2010; Vol.3, No.1, p. 7-20, ISSN 1899-5101.
- Nordmark, Dag: En stridbar biskop och en blivande tidningskung : om ett tryckfrihetsmål i Karlstad 1882. In: *The 2011 Yearbook of the Society of the Swedish Press History*. Melander, Ellinor (ed.). Stockholm, Svensk Presshistorisk Förening, 2011, p. 45-52. (Presshistorisk årsbok).
- Olin-Scheller, Christina; Wikström, Patrik: Literacies on the web : co-production of literary texts on fan fiction sites. In: *Interactive media use and youth : learning, knowledge exchange and behavior*. Dunkels, Elza; Frånberg, Gun-Marie; Hällgren, Camilla (eds.). Hershey, PA, IGI Global, 2011, p. 65-79, ISBN 978-1-60960-206-2, ISBN (elektronisk) 978-1-60960-208-6.
- Oscarsson, Ingemar : Calmar-Postens indragning 1979 : en presshistorisk incident i nytt ljus. In: *Presshistorisk årsbok 2011*. Stockholm, Svensk Presshistorisk Förening, 2011, p. 7-25. (Presshistorisk årsbok).
- Painter, David; Nashmir, Eisa Al; Strömbäck, Jesper; Fernandes, Juliana; Xiang, Zheng; Kim, Ji Young: International coverage of the U.S. presidential campaign : Obamamania around the world. In: *Techno politics in presidential campaigning : new voices, new technologies, and new voters*. Hendricks, John Allen; Kaid, Lynda Lee (eds.). New York, Routledge, 2011, p. 213-233, ISBN 978-0-415-87978-1.
- Picard, Robert G.: Värde och nyhetsorganisationernas framtid. In: *Vem betalar journalistiken? : om journalistikens värde för olika intressenter*. Krogh, Torbjörn von (ed.). Stockholm, Stiftelsen Institutet för mediestudier, 2011, p. 21-72, ISBN 978-91-978894-3-8.
- Picard, Robert G.: Skalv, skador och några offer – men ingen syndaflojd : Nyheterna om nyhetsförmedlingen : PM inför FTC-hearing om mediestöd. In: *Vem betalar journalistiken? : om journalistikens värde för olika intressenter*. Krogh, Torbjörn von (ed.). Stockholm, Stiftelsen Institutet för mediestudier, 2011, p. 89-120, ISBN 978-91-978894-3-8.
- Rambaree, Komalsingh: Young people and cybersex in a sexually conservative society : a case study from Mauritius. In: *Youth culture and net culture : online social practices*. Dunkels, Elza; Frånberg, Gun-Marie; Hällgren, Camilla (eds.). Hershey PA, IGI Global, 2011, p. 171-189, ISBN 978-1-60960-209-3, ISBN (elektronisk) 978-1-60960-211-6.
- Riegert, Kristina Maj: Pondering the future for foreign news on national television. In: *International Journal of Communication*. 2011; Vol.5 (2011), p., ISSN 1567–1585.
- Rothstein, Sigurd: Goebbels, Bogs, Bonnier och Ljunglund : pressefejden 1934 mellan Sverige och Tyskland. In: *Presshistorisk årsbok 2011*. Melander, Ellinor (ed.). Stockholm, Svensk Presshistorisk Förening, 2011, p. 107-123. (Presshistorisk årsbok).
- Samuelsson, Marcus: The competent youth's exposure of teachers at YouTube.se. In: *Youth culture and net cul-*

ture : *online social practices*. Dunkels, Elza; Frånberg, Gun-Marie; Hällgren, Camilla (eds.). Hershey PA, IGI Global, 2011, p. 243-255, ISBN 978-1-60960-209-3, ISBN (elektronisk) 978-1-60960-211-6.

Selg, Håkan: Swedish students online : an inquiry into differing cultures on the Internet. In: *Youth culture and net culture : online social practices*. Dunkels, Elza; Frånberg, Gun-Marie; Hällgren, Camilla (eds.). Hershey PA, 2011, p. 41-62, ISBN 978-1-60960-209-3, ISBN (elektronisk) 978-1-60960-211-6.

Strömbäck, Jesper; Kioussis, Spiro: Political public relations : Defining and mapping an emergent field. In: *Political public relations : principles and applications*. Strömbäck, Jesper; Kioussis, Spiro (eds.). New York (US) and Abingdon (UK), Routledge, 2011, p. 1-32, ISBN 978-0-415-87380-2, ISBN (elektronisk) 978-0-203-86417-3, (Routledge Communication Series).

Uimonen, Paula: African art students and digital learning. In: *Interactive media use and youth : learning, knowledge exchange and behavior*. Dunkels, Elza; Frånberg, Gun-Marie; Hällgren, Camilla (eds.). Hershey, PA, IGI Global, 2011, p. 222-239, ISBN 978-1-60960-206-2, ISBN (elektronisk) 978-1-60960-208-6.

Wikström, Patrik; Olin-Scheller, Christina: To be continued... : fan fiction and the constructing of identity. In: *Youth culture and net culture : online social practices*. Dunkels, Elza; Frånberg, Gun-Marie; Hällgren, Camilla (eds.). Hershey PA, IGI Global, 2011, p. 82-96, ISBN 978-1-60960-209-3, ISBN (elektronisk) 978-1-60960-211-6.

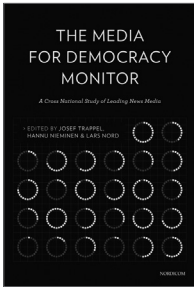
Zimic, Sheila: Predicting the participation in information society. In: *Interactive media use and youth : learning, knowledge exchange and behavior*. Dunkels, Elza; Frånberg, Gun-Marie; Hällgren, Camilla (eds.). Hershey, PA, IGI Global, 2011, p. 207-221, ISBN 978-1-60960-206-2, ISBN (elektronisk) 978-1-60960-208-6.

Nya skrifter från Nordicom

The Media for Democracy Monitor

A Cross National Study of Leading News Media

Josef Trappel, Hannu Nieminen & Lars Nord (eds.), Nordicom, 2011, 366 p. - ISBN 978-91-86523-23-7, (Research Anthologies and Monographs).



To what extent do the structures and conduct of leading news media correspond with their specific democratic role? Authors from 10 countries provide empirical evidence based on the 26 indicators included in the Media for Democracy Monitor.

This book addresses, on the one hand, the academic community with the intention to further the debate on the role of

leading mass media within contemporary democracies. New developments such as social media and the ongoing media crisis in many countries are likely to require further observation by academic research. On the other hand, the book provides input for the debate going on within media professional circles and their own perception of the role the news media play in democratic societies. The findings expose the leading news media to criticism from different perspectives, but they may also encourage media professionals to study best business practices in other countries – and perhaps to learn from experience abroad. Studying practices in other countries may cause longstanding newsroom habits to be questioned and revised.

Contents: *Why Democracy Needs Media Monitoring* (Josef Trappel), *Indicators and Definitions* (André Donk & Josef Trappel), *Australia: Committed to Investigative Journalism* (Beate Josephi), *Austria: Informal Rules and Strong Traditions* (Manuela Grünangerl & Josef Trappel), *Finland: High Professional Ethos in a Small, Concentrated Media Market* (Kari Karppinen, Hannu Nieminen & Anna-Laura Markkanen), *Germany: The News Media are Still Able to Play a Supportive Role for Democracy* (Frank Marcinkowski & André Donk), *Lithuania: Mixed Professional Values in a Small and Highly Blurred Media Environment* (Auksė Balčytienė), *The Netherlands: Although There is No Need for Dramatization, Vigilance is Required* (Leen d'Haenens & Quint Kik), *Portugal: A Young Democracy Still in Progress* (Joaquim Fidalgo), *Sweden: A Mixed Media Model under Market Pressures* (Torbjörn von Krogh & Lars Nord), *Switzerland: Swiss Quality Media. A Reduced Protection Forest for Democracy* (Werner A. Meier, Alexandra Gmür & Martina Leonarz), *UK: UK News Media and Democracy. Professional Autonomy and its Limits* (Peter Humphreys), and *Democratic Functions under Pressure: Conclusions* (Lars Nord, Hannu Nieminen & Josef Trappel).

En himla många kanaler

Flerkanalpublicering i svenska mediehus

Gunnar Nygren & Maria Zuiderveld (eds.), Nordicom, 2011, 175 p. - ISBN 978-91-86523-25-1, (Research Anthologies and Monographs).



Dagstidningar har sedan några år tillbaka blivit mediehus med många kanaler – betald dagstidning, gratistidning, webbsida med allt mer av interaktivitet och rörlig bild, egna tv- och radiokanaler. Bakom utvecklingen finns såväl tekniska som ekonomiska och publicistiska drivkrafter. Dessa drivkrafter är sammanflätade och ömsesidigt beroende av varandra.

Flerkanalpubliceringen är medieföretagens strategi för att möta den tilltagande fragmenteringen av publikerna.

I forskningsprojektet »Flerkanalpublicering« inom Stiftelsen Etermedierna i Sverige har Gunnar Nygren och Maria Zuiderveld vid Södertörns högskola undersökt de drivkrafter som ligger bakom denna utveckling. I projektet ingår en innehållsanalys av samtliga nyhetssajter som är knutna till det som tidigare kallades dagstidningar. Dessutom har de båda forskarna gjort fallstudier av fem olika mediehus med ett 20-tal intervjuer: Aftonbladet, Sydsvenska Dagbladet, Norrköpings Tidningar, Smålandsposten samt Bonnier Tidskrifter.

Open Access Nyhetsbrev

Medier i Norden
Nyhetsbrev från NORDICOM



Terje Flisen (red.), Nordicom, Nr. 2, 2011, 14 p. Fulltext (pdf): http://www.nordicom.gu.se/common/publ/pdf/144_min_MiN2-2011.pdf

Fra innholdet: 2015 i Storbritannia, 2017 i Norge: Da skal mesteparten av FM-nettene i disse landene legges ned – riktignok med myndighetenes klare forbehold. Blant kravene er at minst halvparten av radiolytterne må bruke digitale plattformer – og nesten hele befolkningen må ha digital radiodekning. I Danmark utgjør digital radiolytting nå 36 prosent av all radiolytting i løpet av en uke. Fremdeles er ingen nedlegging av danske analoge radionett vedtatt.

Alle partiene i den svenske Riksdagen står bak en uttalelse om senket moms for digitale aviser, tidskrifter og bøker. Bakgrunnen er revideringen av EUs mervertdiavgifts-direktiv.

En ekspertgruppe oppnevnt av det norske Kulturdepartementet skal gjennomgå medieieierskapsreglene, som ble innført i 1997. En rapport skal foreligge våren 2012. Endringene på mediefeltet, særlig av teknologi og eierstruktur, er årsaken til gjennomgangen.

Nordic Media Policy

A Newsletter from NORDICOM



Terje Flisen (ed.), Nordicom, Nr. 2, 2011, 20 p. Full text (pdf): http://www.nordicom.gu.se/common/publ/publ/145_min_NMP2-2011.pdf

2015 in the United Kingdom, 2017 in Norway: Closure time for most of the FM networks in these countries – albeit with clear reservations from the governments. Among the requirements: at least half of those who use radio must listen via digital platforms – and almost the entire population must have digital radio coverage. In Denmark, 36 percent of those who listen to radio during a week, use a digital platform. But still, no closure of the Danish analogue radio networks has been adopted.

All parties in the Swedish Parliament rally behind a statement about lower VAT for digital periodicals, newspapers and books. The background is the revision of the EU VAT Directive.

The Norwegian Media Ownership Act, introduced in 1997, will be reviewed. A report will be available in spring 2012. The changes in the media field, particularly in technology and ownership structures, have made this review necessary, according to the Ministry of Culture.

European Media Policy

A Newsletter from NORDICOM



Anna Celsing (ed.), Nordicom, Nr. 2, 2011, 14 p. Full text (pdf): <http://www.nordicom.gu.se/mt/filer/emp0211.pdf>

There has been much discussion about the need to modernise the copyright system. Now the European Commission has adopted a new comprehensive strategy to revamp the legal framework for intellectual property rights.

Recruiting internet service providers to help clamp down on illegal online activity is a policy tool increasingly being considered. Many disapprove.

Three out of four Europeans are worried about how companies such as search engines and social networks use their information, shows a new Eurobarometer survey.

The EU Commission has published a Green Paper on the online distribution of audiovisual works and seeks views on whether and how the regulatory framework needs to be adapted.

On the International Agenda

A Newsletter from NORDICOM



Anna Celsing (ed.), Nordicom, Nr. 1, 2011, 12 p. Full text (pdf): http://www.nordicom.gu.se/eng_mt/filer/oia111.pdf

There should be as little restriction as possible to the flow of information via the Internet and the full guarantee of the right to freedom of expression must be the norm, says UN Special Rapporteur Frank La Rue in a recent report.

Net neutrality continues to be a hot topic of discussion in various parts of the world. Not least in the United States where much has happened in recent months.

Aside from positive developments in certain countries, like Tunisia, press freedom seems, if anything, to have shrunk in recent years.

There is no other choice – either the copyright system adapts to the natural advantage that has evolved or it will perish, says the WIPO chief.

Newsletter on

Children, Youth & Media in the World

Catharina Bucht (ed.), The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, Nordicom, No. 1, 2011, Full text: <http://www.nordicom.gu.se/cl/publ/letter.php>

The newsletter contains brief articles, news items, presentation of new literature and ongoing research projects from different parts of the world. Each issue of the newsletter treats a couple of themes with contributions from qualified scholars and participants in the Clearinghouse network.

This issue includes e.g. articles on the encounter of cultural heritage and use of new media in contemporary Africa, Russian Schoolchildren's activities online and the use of storyboards in audiovisual education. You will also find conference reports, new online resources and news briefs about current research. Issue no. 2 of 2011 will be published in December 2011.

Publikationer

Nordicom Review

Ulla Carlsson (ed.), Nordicom, 2011, 124 p., (Nordicom Review; 1), ISSN 1403-1108. http://www.nordicom.gu.se/?portal=mr&main=nordicom_review2.php&me=2

Contents: *Personal and Popular. The Case of Young Swedish Female Top-bloggers* (pdf) (Mia Lövhelm), *Media User Types among Young Children and Social Displacement* (pdf) (Tor Endestad, Jan Heim, Birgit

Kaare, Leila Torgersen & Petter Bae Brandtzæg), *Analyzing Presidential Debates. Functional Theory and Finnish Political Communication Culture* (pdf) (Pekka Isotalus), *Experts in Election News Coverage. Process or Substance?* (pdf) (Erik Albæk, Christian Elmelund-Præstekær, David Nicolas Hopmann & Robert Klemmensen), *Violence in Crime-Appeal Programming and in Crime Statistics. A Content Analysis of Finnish Poliisi-TV* (pdf) (Mirka Smolej), *Narration of Lives and Nations. National Stereotypes in the Coverage of World Cup Football in the Norwegian Channel TV2* (pdf) (Sharam Alghasi), *Syntactic Complexity in Danish Radio News* (pdf) (Jonas Nygaard Blom), *Opening Remarks to the Sessions of the UNESCO International Symposium on Freedom of Expression, 26 January, 2011* (pdf) (Helge Rønning), and *New Literature* (pdf).

Nordicom-Sveriges Internetbarometer 2010

Nordicom, 2011, 76 p., (MedieNotiser; 2-2011). http://www.nordicom.gu.se/?portal=publ&main=info_publ2.php&ex=340&me=10

Observera att *Nordicom-Sveriges Internetbarometer 2010* endast finns som nedladdningsbar pdf-fil, den går alltså inte att beställa.

Innehåll: Nordicom-Sveriges Internetbarometer 2010 (pdf)

Konferenser 2012

Ett urval hämtade från Nordicoms konferenskalendarium www.nordicom.gu.se

- Media and Participation***
March 29
Lund, Sweden
The conference will be organised thematically, focusing on the integrated circuits of civic cultures located around ideas of knowledge, values, trust, spaces, practices and identities.
For more information:
Lund University
michael.rubsamen@kom.lu.se
<http://mediaparticipation2012.se>
- The International Symposium on Media Innovations***
April 19-20
Oslo, Norway
Scholars, editors, producers, and executives from around the world will gather in Oslo to discuss innovation in the media industry.
For more information:
University of Oslo
<http://www.mediainnovations.no>
- The 4th ICTs and Society-Conference***
May 2-4
Uppsala, Sweden
The ICTs and Society-network is an international transdisciplinary network of researchers interested in studying the role of digital media in society and how society shapes digital media as context. This conference provides a forum for the discussion of how to critically study social media and their relevance for critique, democracy, politics and philosophy in 21st century information society.
For more information:
The Department of Informatics and Media, Uppsala University
christian.fuchs@uti.at
<http://icts-and-society.net/events/uppsala2012/>
- Nordiske mediedager / Nordic Media Festival***
May 9-12
Bergen, Norge
The Nordic Media Festival is the largest media conference in the Nordic region, gathering 1500 delegates annually. The conference offers a unique arena where the media industry can come together, debating key issues of today and be informed of the current trends and prophecies for the future. In addition, the festival is an important arena for networking with colleagues from the broad media industry.
For more information:
Nordiske Mediedager
<http://www.nordiskemediedager.no/>
- ICA 62nd Annual Conference: Communication and Community.***
May 24-28
Phoenix, AZ, USA
The ICA 2012 Conference theme addresses the challenges, opportunities, and implications of the 21st century's changes.
For more information:
International Communication Association / ICA
<http://www.icahdq.org>

The 2nd Nordic Conference on Consumer Research. Making Sense of Consumption

May 30-June 1
Göteborg, Sweden

The aim of the conference is a truly transdisciplinary gathering of researchers around the how of consumption: How is consumption made sense of in various settings? How are consumption and consumers captured in an ever-changing, fluid world? What are the peak theories and methods today and for tomorrow?

For more information:

School of Business, Economics, and Law, University of Gothenburg

nccr2012@cfk.gu.se

<http://www.cfk.gu.se/nccr2012>

Crossroads 2012

July 2-6
Paris, France

Since its inception in 1996 in Tampere, Finland, the Crossroads in Cultural Studies Conference has played an important role in the creation of a global discussion about Cultural Studies.

Crossroads 2012 is hosted by Sorbonne Nouvelle University and UNESCO.

For more information:

Association for Cultural Studies / ACS

<http://www.crossroads2012.org/>

IAMCR 2012: South-North Conversations

July 15-19
Durban, South Africa

The theme reflects the asymmetry of global communication flows, but without implying the negatives that usually accompany discussions of the 'digital divide'.

The University of KwaZulu-Natal (UKZN) and the South African Communication Association (SACOMM) will host the 2012 IAMCR Conference.

For more information:

International Association for Media and Communication Research / IAMCR

<http://www.iamcr2012.ukzn.ac.za/>

RIPE@2012: Value for Public Money - Money for Public Value

September 5-7
Sydney, Australia

For the 6th RIPE conference the focus is specific attention on research that demonstrates how and why the public receives good value for the money spent on public service media provision. The conference is co-hosted by the University of Sydney and the Australian Broadcasting Corporation (ABC).

For more information:

RIPE@2012

glowe@pp.inet.fi

<http://www.ripeat.org>

ECREA 2012: Social Media And Global Voices

October 24-27
Istanbul, Turkey

The conference aims to open up a vibrant discussion in the European academic scene in the areas of: new media, peace and conflict journalism, network society, convergence culture, among others.

For more information:

European Communication Research and Education Association / ECREA

<http://www.ecrea2012istanbul.eu/>

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