

NORDICOM

Medie- och kommunikationsforskning i Norden

INFORMATION

NORDEN INIFRÅN OCH UTIFRÅN

THE NORDICS – FROM WITHIN AND WITHOUT

Norden som språkfelleskap

Norden i medier och kommunikation

Hvem tilhører Norden?

What's Left of the Swedish Model?

Minor and Major Differences

Interna gränsdragningar

Jämförelser och referenspunkter

Redaktörer: Maarit Jaakkola & Catharina Bucht

2018 nr 2 | årgång 40

Redaktör • Editor

Maarit Jaakkola, PhD
Nordicom, Göteborgs universitet, Sverige
maarit.jaakkola@nordicom.gu.se

Biträdande redaktör • Assistant Editor

Catharina Bucht, M.A.
Nordicom, Sverige

Layout

Per Nilsson, Maarit Jaakkola

Prenumeration • Subscription

Anne Claesson,
anne.claesson@nordicom.gu.se

Tryck

Ale Tryckteam AB, Bohus 2018



ISSN 0349-5949
ISBN 978-91-88855-08-4

© 2018 Nordicom och författarna
www.nordicom.gu.se

• Tidskriften *Nordicom-Information* är en mötesplats för forskningen, politiken och medie- och kommunikationsbranschen. Tidskriften ges ut två gånger per år på svenska, norska, danska och engelska, både tryckt och i onlineversion. Varje nytt nummer utgår från ett tema, och beroende på aktuellt ämne medverkar i varje nummer en mix av skribenter från de olika nordiska länderna.

Nordicom-Information publiceras digitalt som Open Access på <http://nordicom.gu.se/sv/publikationer/nordicom-information>.

Nordicom är ett nordiskt kunskapscenter för medie- och kommunikationsforskning. Vi arbetar med samla in och förmedla aktuell forskning och fakta som rör medier och kommunikation, för att på så sätt öka kunskapen om mediernas roll i samhället i Norden, Europa och övriga världen.

• The journal *Nordicom Information* is a meeting place for research, politics and the media and communication industry. The journal is published twice annually in the Nordic languages and in English, in print and online. The content of each issue is thematic, and depending on the topic, our ambition is to achieve a mixture of contributors from all the Nordic countries.

Nordicom Information is published in digital form as Open Access at <http://nordicom.gu.se/en/publications/nordicom-information>.

Nordicom is a Nordic knowledge center for media and communication research. With a starting point in research, Nordicom collects, elaborates and mediates knowledge in order to increase our knowledge about the role of the media in society in the Nordic countries, Europe and the rest of the world.

Innehåll • Content

I Introduktion ***Introduction***

- 3 *Maarit Jaakkola*
Vem tillhör Norden?
- 5 *Johan Strang*
Mer än mellanmjölk? Min vision för det nordiska samarbetet

II Det som håller oss ihop ***The things that unite us***

- 10 *Katarina Lundin*
Att tänka om kring den internordiska språkförståelsen: den språkliga arenan i Norden och Skandinavien idag
- 15 *Tarmo Malmberg*
Media Studies in the Nordic Countries: Notes for a Comparative History of Cognitive Styles
- 29 *David Crouch*
From Fika to Fake News: What's Left of the Swedish Model?
- 34 *Maarit Jaakkola*
Mission: Norden – några exempel på att hitta den nordiska vinkeln och kommunicera dess relevans i dagens värld
- 46 *Cecilie Ravik & Maarit Jaakkola*
Hvordan skal man finde rundt i det nordiske politiske landskab?
Nordisk samarbejde – en oversigt

III De små skillnaderna ***The small differences***

- 54 *Mads Kæmsgaard Eberholst*
Den transnationale offentlighed i Øresundsregionen: #Øresund og #greatercph på Twitter
- 66 *Tiina Räisä*
Med Sverige som förebild och varnande exempel: reflektioner kring finska mediers valbevakning 2018

- 74 *Kirsten Ropeid*
"Kjære norske redaktører: La oss aldri bli som Sverige!" Forskjeller i journalistikken i de nordiske landa
- 77 *Helena Niskanen*
Making Cool Scandinavia Hot Amongst American Travelers: How the Nordic Countries' Lore is Utilized in Marketing

IV Interna gränser ***Intern boundaries***

- 83 *Ari Páll Kristinsson*
Implications of Ideology: Iceland and the So-Called Nordic Language Community
- 88 *Torkel Rasmussen*
Sámi Media for Children and Youth: Minority Audiences as an Underrepresented and Problematic Research Field
- 103 *Mikael Hiltunen*
Skolsvenskan – för nordisk samhörighet: skolan och den antisvenska retoriken i Finland

V Litteratur och bokrecensioner ***Literature and book reviews***

- 107 Litteratur och forskningsprojekt –
Literature and Research Projects
- 121 *Jannie Møller Hartley*
Birgit Røe Mathisen & Lisbeth Morlandstø: Lokale medier
- 124 *Ester Appelgren*
Aske Kammer: Digital journalistik

Norden inifrån och utifrån

Vem tillhör Norden?

Detta är det sista numret av *Nordicom-Information* i sin nuvarande form. Tidskriften startades 1979 som ett nyhetsbrev för att sprida information om medieforskning i de olika nordiska länderna, ofta i form av omfattande rapporter eller forskningsöversikter, och utvecklades så småningom till en vetenskaplig tidskrift skriven på skandinaviska språk. Sedan 2015 har tidskriften kommit ut i form av en akademisk tidskrift med tematiska nummer riktad till en bredare publik i tredje uppgiftens anda. Som en produkt av papperstidsåldern har tidskriften fyllt sin plats i nästan 40 år.

I dagens digitaliserade samhälle finns det många andra möjligheter att fylla denna uppgift – att sprida information om och analysera, reflektera och debattera kring ny nordisk medieforskning. Vi vet inte fullt ut vilka former vår kommunikation och samverkan kommer att utvecklas till, men vi vet en sak: den nordiska tankens betydelse kommer inte att minska.

Därför har vi valt Norden som tema för det sista numret av *Nordicom-Information*. Vi vill låta röster inifrån och utifrån Norden komma till tals. Vi tittar på det som håller ihop oss, och följer upp med nyanserna, de små skillnaderna som finns i de olika nordiska kulturerna. Vi avslutar med att fråga vilka gränser det finns inom Norden: vilka tillhör Norden, vilka exkluderas, och vilka måste anstränga sig för att komma in i gemenskapen.

Den nordiska forskarfamiljen

När man tänker på ordet ”nordisk” så associerar man gärna till ord som är varma och positivt laddade: samarbete/samarbejde/sam-

arbeid, gemenskap/fælleskab/felleskap, grannskap/naboskap/nabolag. Inte helt oväntat brukar många nordiska medieforskare känna sig som en del av en stor familj, ”den nordiska familjen”, som har mycket gemensamt, både på gott och ont som brukligt är i familjer.

I studierna som producerats i denna familj har ”den nordiska modellen” – både medie- och välfärdsmodellen – upptagit en central plats, i synnerhet i samhällsvetenskapligt orienterad forskning. Istället för att bidra till denna pågående debatt, vilket säkert fler medierelaterade forskningsprojekt och -publikationer kommer att göra, har vi i detta nummer valt ett mera pragmatiskt och kommunikationsbaserat tillvägagångssätt. Den nordiska gemenskapen bygger till en stor del på gemensam språkförståelse. När man granskar den nordiska kulturella ekonomin så tycker vi att mycket leder till språket – språken håller grupper ihop och drar dem isär. Därför står språket i fokus i detta nummer.

Ett konkret exempel på språkets betydelse i det nordiska forskarsamhället är att om en dansk, finlandssvensk, norsk eller svensk forskare skriver en vetenskaplig framställning på sitt eget modersmål blir hen omedelbart förstådd och mottagen i minst fyra olika länder. Om däremot en finsk- eller isländsktalande forskare gör det, når hen en mycket mer begränsad krets. I värsta fall tas det inte ens hänsyn till artiklarna i de transnationella vetenskapliga utvärderingarna.

Under trycket av internationalisering blir då språkvalet lätt för icke-skandinaviska forskare: med engelskan når man ju hela världen. Som konsekvens känns det nordiska området som en mindre relevant mellanzon, eventuellt inte värd att satsa på och anstränga sig för.

Ömsesidig internordisk språkförståelse är ingen självklarhet idag, vilket framgår av artiklar i detta nummer. En ny generation nordbor föredrar ofta engelska som ett mera korrekt och icke-exkluderande alternativ.

Samtidigt har det ändå ett stort värde för den nordiska gemenskapen att försöka förvalta och utveckla blandspråket skandinaviska som kommunikationssätt. Så är vi där igen: Norden är ett språkområde och eftersom språk är kulturbärare handlar det även om identitetsarbete, både för individer och i forskningen. De lingvistiska likheterna möjliggör nära samverkan, även om det bara handlar om passiv förståelse av varandras språk.

Jämförelser med referenser

Mediemodellen, utbildningssystemet och de professionella kulturerna har det förvisso forskats på ur ett komparativt nordiskt perspektiv. Komparativitet är dessutom en ökande trend i medie- och kommunikationsforskningen – för att kunna förstå sig själv och inse vad som är unikt måste det finnas jämförelse- och referenspunkter.

Under arbetet med detta nummer har det slagit mig att trots en lång tradition av sam-

verkan vet vi nordbor inte alltid så mycket om varandra. I breda globala sammanhang diskuteras de nordiska länderna ofta som en grupp och skillnaderna försvinner. Alltför sällan överskrider komparativiteten nations-, språk- och kulturgränserna. Många transnationella forskningsinsatser – vilket även gäller för antologier Nordicom har givit ut – bygger på att länderna granskas var för sig. Djupgående jämförande forskning förutsätter tidskrävande insatser för att systematiskt samla in och bearbeta information för att den ska bli jämförbar. Mät- och insamlingsinstrument har inte alltid standardiserats mellan länderna.

Detta bör också tolkas som en inspirerande utmaning för medieforskare, analytiker och alla som är intresserade av medieforskning. Komparativ forskning och forskningsbaserade jämförande inblickar behövs, och vi är långt ifrån färdiga med det arbetet. Vi hoppas att vi kan stödja detta jämförande arbete i fortsättningen, i nya moderna former.

Vi tackar våra läsare och vänner och hoppas på livlig samverkan på andra plattformar.

Göteborg i november 2018

Maarit Jaakkola

Johan Strang

Mer än mellanmjölk?

Min vision för det nordiska samarbetet

Få företeelser är föremål för lika många rapporter och utredningar som det nordiska samarbetet. Det är som att Nordiska rådet och Nordiska ministerrådet aldrig kan leva upp till de förväntningar nordborna har till dem. Medan vissa menar att de är långsamma och byråkratiska organisationer som är dyra i drift och levererar få konkreta resultat, så tycker de mera inbitna skandinavisterna att de är dåliga substitut för den samnordiska regering och riksdag man egentligen önskar. Men alla verkar överens om att det nordiska samarbetet kunde och borde vara något mera än det är: mera effektivt, mera förpliktande, mera dynamiskt, och framför allt mera synligt. Den stora majoriteten av nordborna har knappt hört talas om något annat än Nordiska rådets litteraturpris.

Jag har själv bidragit till denna långa räckta av rapporter genom boken *Nordiska Gemenskaper – en vision för samarbetet* (2012).¹ Bakgrunden var att Föreningarna Norden hade pressat på Nordiska rådet att bygga vidare på Gunnar Wetterbergs idé om en nordisk förbundsstat. Wetterberg hade först i en insändare i Dagens Nyheter 2009 och senare i en bok publicerad av Nordiska ministerrådet 2010 väckt en hel del uppmärksamhet genom att föreslå att de nordiska länderna borde gå samman i en förbundsstat.²

Enligt Wetterberg skulle de nordiska ländernas ekonomier ha mycket att vinna på ett gemensamt regelverk och gemensam hemmamarknad, det skulle också finnas många synergier att hämta inom exempelvis forskningen, men framför allt skulle förbundsstaten öka de nordiska ländernas inflytande internationellt, inom EU och genom att knipa en plats i det allt viktigare G20.

Problemet med förbundsstatstanken var att den alltför lätt kunde avvisas som en orealistisk önskedröm, så strax före sommaren 2011 gav Nordiska rådet oss på Centrum för Norden-studier (CENS) vid Helsingfors universitet uppdraget att spinna vidare på Wetterbergs förslag, men försöka ge det en mera realistisk och praktisk utformning, som skulle kunna förverkligas med utgångspunkt i de existerande nordiska samarbetsformerna. Rapporten skulle publiceras som Nordiska rådets 60 års- jubileumsbok i samband med sessionerna i Helsingfors i oktober 2012. Vi samlade en liten referensgrupp på CENS som träffades några gånger för att diskutera upplägget och de centrala teserna, men det var min uppgift att ordna alla seminarier, göra alla intervjuer och framför allt skriva samman det hela.³

Vår grundidé var att om det framstod som orealistiskt med en nordisk förbundsstat, så kunde man istället skapa Nordiska Gemenskaper inom några få utvalda politikområden där det fanns särskilt goda förutsättningar för, eller ett speciellt behov av, ett starkare och mera förpliktande nordiskt samarbete. Vi pekade på utrikes- och försvarspolitikern, på energi och miljöområdet, och på den sociala sektorn med de stora omställningar och strukturre-

Johan Strang, biträdande professor vid Centrum för Norden-studier, Helsingfors universitet. Förutom rapporten *Nordiska Gemenskaper – en vision för samarbetet* (2012) ligger han också bakom volymen *Nordic Cooperation: A European Region in Transition* (Routledge 2016).

former som alla nordiska länder stod inför. Tanken var att dessa Nordiska Gemenskaper kunde utvecklas till förbundsstatsaktiga konstruktioner som leddes av ett ministerråd med myndighet att utforma en gemensam politik inom sitt område.

Stoltenbergmodellen

Vid sidan av Wetterberg så var den nyligen bortgångne norske utrikesministern Thorvald Stoltenberg en central inspiration. I februari 2009 hade Stoltenberg kommit ut med rapporten *Nordisk samarbeid om utenriks- og sikkerhetspolitikk* som hade fått ett enormt genomslag och som länge fungerade som något av en manual för de nordiska försvarsministrarna.⁴ De flesta av Stoltenbergs förslag förverkligades inom ett par år, och redan i slutet av 2009 skapade försvarsministrarna en egen slimmad organisation NORDEFECO för att koordinera sitt samarbete. NORDEFECO stod utanför Nordiska ministerrådet och betungades därför inte av gamla strukturer och konsensuskrav.

Problemet med Stoltenbergmodellen var att den saknade en samlande vision och en diskussion av vad det fördjupade säkerhetspolitiska samarbetet skulle innebära för samarbetet inom andra sektorer. Och framför allt saknade den en reflexion kring det demokratiska fundamentet för det nordiska samarbetet.

Vid den här tiden var finanskrisen var högst aktuell och många röster gjorde gällande att det alltmer komplexa och fördjupade internationella samarbetet som vuxit fram sedan kalla krigets slut skapade ett demokratiskt underskott. Medborgarna kände sig inte längre delaktiga i beslutsfattandet och de nationella parlamenten fann sig bundna av olika överenskommelser som medborgarna varken kunde påverka eller rösta bort. Om Stoltenbergrapporten saknade en diskussion av dessa frågor, så var det inte mycket bättre ställt med Wetterbergs vision som riskerade repetera samma misstag som EU där samarbetet mer eller mindre monopoliserades av regeringarna och en liten byråkratiskt elit.

Vi tänkte därför att man skulle försöka ta tillvara det nordiska samarbetets goda erfarenheter då det gäller att inkludera parlamenten, olika sakkunniga, specialister, intresseorganisationer och folkrörelser i samarbetet. Folkrörelserna har haft en viktig roll i den nordiska demokratin, och det nordiska samarbetet hade genom åren skapat en ovärderlig undervegetation av institutioner och institut som fungerade som pulserande arenor för samnordisk diskussion och maktkamp – fundamentala aspekter av en fungerande demokrati.

Därför föreslog vi att de Nordiska Gemenskaperna skulle kompletteras med en ordentlig satsning på den samnordiska debatten, att man inom de utvalda politikområdena skulle arrangera årliga mässor eller forum som skulle skapa uppmärksamhet och nå över nyhetströsklarna i de olika nordiska länderna. Ett Nordiskt försvarsforum, ett Nordiskt energi- och miljöforum, ett Nordiskt välfärdforum, och så vidare. Som vi såg det fordrade de Nordiska Gemenskaperna en gemensam nordisk debatt om de frågor man skulle samarbeta om, och det var inget man kunde förvänta sig att skulle uppstå av sig själv.

”Lika visionär som mellanmjölk”

Så här med några års efterklokhet tror jag att det största problemet med rapporten var att det här med Nordiska Gemenskaper förblev en aningen luddig idé som hade svårt att få friktion i både den politiska och samhälleliga debatten. Där hade Wetterberg ett ointagligt försprång. Inom forskarvärlden var receptionen god och jag fick en del positiv respons för att ha lyckats forcera fram en medelväg mellan Stoltenberg och Wetterberg. Men alla var inte lika övertygade. Seniorerna på *Nordisk tidskrift* tyckte rapporten verkade aningen yrvaken och att författaren borde ha engagerat sig mera med den tillgängliga litteraturen på området.⁵

Nordisterna inom Föreningarna Norden kunde heller inte dölja sin besvikelse över att min rapport innebar ett steg tillbaka från Wetterberg. De hade önskat en storstilad och omfattande förstudie till en förbundsstat i stil

med det Wetterberg själv hade förordat i sin bok, men det var ju inte den beställning jag hade fått. Den hårdaste kritiken fick jag faktiskt från Wetterberg själv vid ett seminarium i förstakammarsalen i den svenska riksdagen där han på sin breda skånska förklarade att "Om jag får kvittera Strangs kommentarer om min bok som rigid och artonhundratals, så skulle jag säga att hans bok är lika visionär som mellanmjölk".

När jag ser tillbaka på boken idag så får jag väl erkänna att det knappast är den övergripande visionen som är dess främsta förtjänst. Snarare är det hur pedagogiskt den går igenom det officiella nordiska samarbetets struktur och analyserar de olika delarnas styrkor och svagheter. *Nordiska Gemenskaper* kunde fungera som en lärobok för envar som ska börja jobba inom det nordiska, och mycket i analysen håller fortfarande streck.

Det politiska genomslaget uppfattade jag själv i början som något av en besvikelse. Nordiska rådet försökte visserligen göra verklighet av vissa konkreta förslag, som exempelvis den om årliga nationella parlamentsdebatter om det nordiska samarbetet, eller den om att försöka få in ett demokratiskt inslag i försvarssamarbetet, vilket man gjorde i form av rundabordssamtal till vilka man bjöd in försvarsministrar, kommendörer, medlemmar från försvarsutskotten och några forskare. Det var väl ett steg på vägen, men det var fortfarande en bra bit ifrån de nordiska försvarsforum jag hade föreslagit.

På CENS förde vi faktiskt diskussioner med det finska försvarsministeriet om att ordna ett sådant forum inom ramen för deras NORDEFECO-ordförandeskap 2013, men planen stöp på att det inte fanns några pengar för det inom det nordiska försvarssamarbetet. Detta bekräftade vår analys om att Stoltenbergmodellen kanske var effektiv, men att den kom till korta då det gällde institutionell och demokratisk förankring. Något intresse för att åtgärda detta finns inte på försvarsministerierna. Då Thorvald Stoltenberg själv 2014 föreslog att man skulle skapa "en nordisk försvars- och säkerhetskommission" för att ta nästa steg i samarbetet föll det för döva öron.⁶

Om Nordiska rådet som beställare förhöll sig positivt till rapporten var Nordiska ministerrådet till en början mycket mera skeptiskt. Jag hade nämligen kritiserat den hårdare styrningen av institutionerna (och nedläggningen av vissa av dem) eftersom jag tyckte att detta underminerade förutsättningarna för en samnordisk demokratisk dialog. Och jag hade också pekat på den oklara roll sekretariatet i Köpenhamn hade som å ena sidan mötesarrangör för ministerråd och ämbetsmannakommittéer, och å andra sidan som pådrivare och idéspruta. Som jag såg det var den senare uppgiften essentiell och mitt förslag var att man skulle ha ett litet sekretariat för de administrativa uppgifterna och skapa en separat samnordisk tankesmedja för den substantiella. Under sessionerna i Helsingfors 2012 fick jag därför ofta höra "jaså, det är du som vill lägga ned ministerrådet".

Men bland personalen på sekretariatet i Köpenhamn var det många som tyckte diagnosen var riktig och ministerrådets inställning till min rapport ändrades också snabbt då Dagfinn Høybråten tillträdde som generalsekreterare 2013. Han gjorde mycket för att accentuera ministerrådets roll som pådrivare och tankesmedja, exempelvis genom att grunda en liten analysenhet och genom att genomföra flera sektorsvisa Stoltenbergrapporter på exempelvis hälsosektorn, arbetsmarknadsområdet och energifrågan.⁷ Hur stor roll min rapport spelade för detta tänkande vet jag inte, men den pekade i varje fall i samma riktning.

Det nordiska klistermärket

En fråga som rapporten behandlade aningen styvmoderligt var den om det nordiska varumärket. Sedan 2012 då *Nordiska Gemenskaper* kom ut har omvärldens intresse för Norden formligen exploderat. Nordiska tv-serier, skådespelare och deckarförfattare har nått en global publik och de nordiska ländernas framgångar i olika rankinglistor har väckt en internationell nyfikenhet som effektivt utnyttjas, inte bara av våra ledande företag, utan också av påpassliga författare till böcker

som *The Nordic Theory of Everything, The Art of Hygge: How to Bring Danish Cosiness into your Life, Lagom: The Swedish Art of Balanced Living* eller *Päntsdrunk: The Finnish Path to Relaxation*.⁸

Också Nordiska ministerrådet har velat surfa på denna våg och man har därför lanserat olika brandingprogram och brandingstrategier för att bidra till de nordiska ländernas synlighet runt om i världen. I min rapport ville jag närmast betona att Norden är intressant av olika anledningar i olika delar av världen, och att det inte är någon god idé att från Köpenhamn försöka planera hur regionen ska marknadsföras i Buenos Aires, Sydney eller Hong Kong. I sitt senaste brandingprogram har Nordiska ministerrådet rört sig åt detta håll genom att utlysa medel för samarbetsprojekt mellan nordiska ambassader och lokala aktörer runt om i världen.⁹

Branding är numera en essentiell del av hur man gör utrikespolitik, och det är säkert en god idé att de nordiska länderna samarbetar om detta när man vill sälja bacon, papper, olja eller (obeväpnade) pansarfordon, eller när man vill få en plats i FN:s säkerhetsråd. Men jag tror att det börjar vara på sin plats att höja ett varningens finger för att man håller på att *reducera* Norden till ett varumärke.

Idag verkar Norden intressera främst som ett attribut eller en namnslapp som man kan klistra på saker för att de ska verka coolare, medan intresset för de andra nordiska länderna eller för det nordiska samarbetet är mera begränsat. Vi utgår gärna ifrån att det är vår egen version av Norden som är den viktiga och intressanta, och blir lätt förvirrade då det visar sig att den nordiska modellen inte alltid innebär gratis skolluncher eller stora satsningar på vindkraft eller elbilar. Och om

det visar sig att grannlandet valt att handskas med centrala utmaningar som populismen eller flyktingfrågan på ett annat sätt övergår förvirringen i förakt.

Jag tror att det kunde vara skäl att försöka vara känslig inför de olika betydelser Norden har i olika kontexter och inte bara blint lita på att allt som får stämpeln ”nordisk” automatiskt blir demokratiskt, moraliskt, ekovänligt, fredligt, eller coolt. Sina värsta uttryck tar detta sig i den infantila retoriken om ”nordiska värderingar” som tutas ut som en självklarhet även om den politiska debatten i varje nordiskt land ger hur många skäl som helst till en kritisk självreflektion kring vilka värderingar vi verkligen representerar.

Framför allt skulle jag önska att våra politiker i allmänhet – och Nordiska ministerrådet i synnerhet – skulle intressera sig lite mindre för det nordiska varumärket och lite mera för det nordiska samarbetet. För om vi inte samarbetar så kommer vi inte att ha något gemensamt nordiskt varumärke att utnyttja i framtiden.

Den nordiska modellen bygger inte på några medfödda ”nordiska värderingar” och den vilar inte på någon gemensam nordisk genetisk disposition. Snarare är den ett resultat av nordiskt samarbete, av att vi fört en likadan och ofta gemensam politik på en lång rad områden. I långt över 100 år har aktörer i de nordiska länderna systematiskt jämfört med varandra, haft gemensamma möten, skapat gemensamma institutioner, och på så sätt har våra samhällen formats i konstant samspel med varandra.

Faran är att vi håller på att bli så upptagna med att förklara för världen att vi är bäst, att vi glömmer de jämförande praktiker som hjälpt oss nå toppen av dessa rankinglistor.

Noter

1. Strang (2012).
2. Wetterberg (2010).
3. I gruppen ingick Henrik Stenius, Larserik Häggman, Pauli Kettunen, Pia Letto-Vanamo och Bo Stråth.
4. Stoltenberg (2009).
5. Sundelius & Wiklund (2012).
6. Nordisk råd (2014).
7. Könberg (2014); Nielson (2016); Ollila (2017); Årnason (2018).
8. Partanen (2016); Jackson & Larsen (2016); Dunne (2017); Rantanen (2018).
9. Se www.thenordics.com.

Referenser

- Árnason, Árni Páll (2018). *Viden som virker i praksis: Styrket nordisk samarbejde på socialområdet*. København: Nordiska ministerrådet.
- Dunne, Linnea (2017). *Lagom – The Swedish Art of Balanced Living*. London: Gaia.
- Jackson, Jonny & Larsen, Elias (2016). *The Art of Hygge: How to Bring Danish Cosiness into your Life*. Chichester: Summersdale Publishers
- Könberg, Bo (2014). *Det framtida nordiska hälsosamarbetet*. Köpenhamn: Nordiska ministerrådet.
- Nielson, Poul (2016). *Arbeidsliv i Norden: Udfordringer og forslag*. Köpenhamn: Nordiska ministerrådet.
- Nordisk råd (2014). *Thorvald Stoltenbergs gjestetale på sesjonen. "Den forsvarspolitiske og sikkerhetspolitiske situasjon i Norden"*. Nordisk råd, Stockholm, 30. oktober 2014.
- Ollila, Jorma (2017). *Nordic Energy Co-operation: Strong today – stronger tomorrow*. Köpenhamn: Nordiska ministerrådet.
- Partanen, Anu (2016). *The Nordic Theory of Everything: In Search of a Better Life*. New York: Harper Collins.
- Rantanen, Miska (2018). *Päntsdrunk (Kalsarikänni): The Finnish Path to Relaxation (Drinking at Home, Alone, in Your Underwear)*. New York: Harper Collins.
- Stoltenberg, Thorvald (2009). *Nordisk samarbeid om utenriks- og sikkerhetspolitikk*. [Online.] Tillgänglig på <<https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/ud/vedlegg/nordiskrapport.pdf>>. [Hämtad den 21 november 2018.]
- Strang, Johan (2012). *Nordiska Gemenskaper – en vision för samarbetet*. Köpenhamn: Nordiska rådet.
- Strang, Johan (2016) *Nordic Cooperation: A European Region in Transition*. Abingdon: Routledge.
- Sundelius, Bengt & Wiklund, Claes (2012). Bokessä: Dags för en tredje nordisk guldålder. Djärva tankar för framtiden. *Nordisk tidskrift*, 4(1), 447-452.
- Wetterberg, Gunnar (2010). *Förbundsstaten Norden*. Köpenhamn: Nordiska ministerrådet.

Katarina Lundin

Att tänka om kring den internordiska språkförståelsen

Den språkliga arenan i Norden och Skandinavien idag

I denna artikel presenterar jag inslag i den språkliga arenan i Skandinavien och Norden idag. Fokus ligger på språkförståelse i Skandinavien, men utblickar görs även till övriga länder i Norden. I artikeln problematiserar jag resultaten från tidigare undersökningar av interskandinavisk och internordisk språkförståelse, med utgångspunkt i att den minsta gemensamma nämnaren för dessa undersökningar är att begreppet ”språkförståelse” definieras på skilda sätt. Därför kan resultaten av undersökningarna inte riktigt användas för att ge en rättvisande bild för hur språkförståelsesituationen i Skandinavien och Norden ser ut idag. Målet med denna artikel är därför att försöka teckna en mer rättvisande bild av vad språkförståelse egentligen kan innebära. Denna bild ligger sedan till grund för en diskussion om vad som rimligen är det mest intressanta att fokusera på i talet om den interskandinaviska och internordiska språkförståelsen samt vad det i sin tur innebär i en reell kommunikationssituation.

I diskussioner om språkförståelsesituationen i Skandinavien och Norden idag lyfter man ofta fram de olika förväntningar som finns på språkbrukarna i språksamfundet. Exempelvis förväntas personer från Sverige, Danmark och Norge ömsesidigt förstå varandra i en kommunikationssituation: skandinaver i samtal med andra skandinaver ska kunna använda sitt eget språk vid *produktion* (tala och skriva) och förstå de övriga språken vid *perception* (höra och läsa).¹ Svenskar, danskar och norrmän anses alltså traditionellt ha en passiv förståelse av grannspråken, och bakgrunden till denna påstådda, ömsesidiga språkförståelse är att de tre länderna utgör ett så kallat *primärt språksamfund*.

Det finns både inre och yttre orsaker skäl för att räkna svenska, danska och norska som ett primärt språksamfund. De inre skälen hit-

tar man inom själva språken eftersom språken: de tre skandinaviska språken liknar helt enkelt varandra när det gäller såväl ordförråd, böjningsmönster och ljudsystem som grammatik. Men förhållandet mellan de tre språken är inte symmetriskt² då danska och norska har stora delar av ordförrådet gemensamt, medan norska och svenska har stora delar av ordförrådet gemensamt. Det asymmetriska förhållandet gör att svenskar, danskar och norrmän redan på ett teoretiskt plan har olika uppgifter när det gäller att förstå sina båda grannspråk.³ De yttre skälen för att räkna de skandinaviska språken som ett primärt språksamfund är exempelvis interaktionen mellan och den symboliska integrationen av de tre fastlandsskandinaviska länderna, som i sin tur är en följd av att länderna är geografiskt och mer eller mindre politiskt nära varandra.

I det *sekundära språksamfundet* ingår Island, Färöarna, Finland och Grönland. Språkbrukare från dessa fyra respektive länder har olika förväntningar på sig när det gäl-

Katarina Lundin, docent i nordiska språk och lektor i svenska vid Språk- och litteraturcentrum vid Lunds universitet.

ler språkförståelse, och förväntningarna har olika utgångspunkter och förklaringsgrunder. Isländska och färöiska är i och för sig nordiska språk, men det har ett betydligt mer omfattande böjningssystem än de skandinaviska språken, liksom färre internationella och lågtyska lånord. Men eftersom isländska och färöiska ändå uppvisar en del tydliga språkliga likheter med de skandinaviska språken är det rimligt att påstå att det finns *inre* skäl till förväntningen att språkbrukare från Island och Färöarna ska förstå de skandinaviska språken (perception), men de förväntas inte i första hand tala eller skriva något av dem (produktion). Att islänningar och färingar förväntas förstå danska bäst av de skandinaviska språken har däremot yttre orsaker.⁴

Situationen är annorlunda för språkbrukare från Finland och Grönland. De förväntas förstå svenska respektive danska av uteslutande yttre orsaker: finska och grönländska tillhör inte samma språkfamilj som de skandinaviska språken och liknar över huvud taget inte dessa. Alltså förväntas personer från Finland förstå svenska eftersom svenska är officiellt språk i Finland, och personer från Grönland förväntas förstå danska eftersom landet av historiska skäl har starka band till Danmark. Förståelsen av svenska i Finland ser därtill mycket olika ut beroende på vilka delar av Finland man avser.⁵ Här finns också en skillnad mellan produktion och perception: språkbrukare från Finland och Grönland förväntas i viss utsträckning förstå något av de respektive skandinaviska språken, men för många språkbrukare i de båda länderna är det avlägset att använda något av de skandinaviska språken i tal eller skrift.

Språkförståelsen i teorin och i praktiken

Det har genomförts många undersökningar om språkförståelsen i Skandinavien och Norden.⁶ Undersökningarna kan något förenklat delas in i attitydundersökningar, kvantitativa undersökningar och kvalitativa undersökningar, och resultaten från undersökningarna pekar i olika riktning. Attitydundersökningar

har genomförts av bland andra Haugen,⁷ Bø,⁸ Delsing och Lundin⁹ samt Bacquin och Zola Christensen.¹⁰ För det första uppskattas danska vara svårast att förstå av de skandinaviska språken om man avser talspråk. För det andra förväntas skriftspråk vara betydligt enklare att förstå än talspråk. För det tredje uppskattar språkbrukare från Norge sin förståelse av de övriga skandinaviska språken som betydligt högre än svenskar och danskar. För det fjärde uppskattar svenskar och danskar (men inte norrmän) att de förstår engelska betydligt bättre än de skandinaviska grannspråken, oavsett om mediet är tal eller skrift.

Resultaten från attitydundersökningarna kan jämföras med resultat från kvantitativa undersökningar av bland andra Maurud,¹¹ Jørgensen och Kärrlander,¹² Lundin och Zola Christensen,¹³ Delsing och Lundin¹⁴ samt Bacquin och Zola Christensen.¹⁵ För det första framgår att det i realiteten finns stora skillnader i språkförståelsen i Skandinavien och Norden. Svenskar har mycket stora svårigheter att förstå danska, liksom danskar har stora svårigheter att förstå svenska. Norrmän har däremot god förståelse av både danska och svenska. Språkbrukare i Finland har stora svårigheter att förstå de skandinaviska språken – även svenska – medan färingar och islänningar förstår danska betydligt bättre än svenska och norska. Färingar och islänningar förstår dessutom danska väl (och betydligt bättre än svenskarna gör). Språkbrukare på Grönland har däremot stora svårigheter att förstå de skandinaviska språken, inklusive danska. Att talad danska är svårast att förstå av de skandinaviska språken är ganska väntat. I danska är nämligen avståndet mellan ljudbild och skriftbild betydligt större än i svenska och norska: något förenklat kan man säga att skriftbilen inte hjälper till alls när man ska lyssna på danska.

För det andra är det tydligt att skrift är betydligt enklare att förstå än tal. Detta resultat är statistiskt signifikant och framträder i samtliga undersökningar. Resultatet är förstaeligt eftersom texter skrivna på de skandinaviska språken ser ungefär likadana ut. Även om svenskar har svårt att avgöra om en text är skriven danska eller norska – och både dans-

kar och svenskar har svårt att skilja texter på bokmål från texter på nynorska – är skriftspråket i vilket fall som helst enklare att förstå. Resultatet är inte förvånansvärt. Inte minst i en testsituation är det rimligt att mediet är avgörande, eftersom en språkbrukare (testperson) kan reglera tempot på ett helt annat sätt vid skriftspråk än talspråk.

För det tredje har språkbrukare i Norge inte särskilt stora svårigheter att förstå vare sig svenska eller danska, oavsett om mediet är tal eller skrift. Tidigare har de inomspråkliga förklaringarna lyfts fram som mest relevanta, nämligen det faktum att norskan – något förenklat – delar ljudsystem med svenskan och ordförråd med danskan och därmed får en viss särställning. En annan trolig förklaring är troligen att norskans två varianter bokmål och nynorska gör språkbrukare i Norge mer vana vid tydlig en språklig variation även inom det egna språket. Resultaten från de kvantitativa undersökningarna kan alltså sägas bekräfta resultaten i attitydundersökningarna. Men samtidigt måste man ta hänsyn till att kvantitativa undersökningar med nödvändighet ger ett *utifrånperspektiv*. Undersökningarna är empiriskt omfattande, men alla undersökningar har genomförts i tillrättalagda sammanhang och undersöker direkt perception och därmed icke-kommunikation.

Kvalitativa undersökningar, av bland andra Börestam Uhlmann,¹⁶ Zeevaert,¹⁷ Lundin och Zola Christensen,¹⁸ Ridell¹⁹ och Theilgard Brink,²⁰ visar andra resultat än attitydundersökningarna och de kvantitativa undersökningarna. Medan kvantitativa undersökningar ger ett *utifrånperspektiv* ger de kvalitativa undersökningarna ett *inifrånperspektiv*. Kvalitativa undersökningar inte på samma sätt utgör en testsituation för informanterna, utan i stället ligger fokus på kommunikation liksom överförande och mottagande av budskap. Också i de kvalitativa undersökningarna kan man framför allt lyfta fram tre resultat. För det första är tröskeln i realiteten låg för att skandinaver ska kunna tala med varandra på sitt eget språk.²¹ Man skulle alltså kunna säga att en ömsesidig språkförståelse – med produktion på det egna språket och perception

på något av de övriga skandinaviska språken – ligger inom nära räckhåll i en *faktisk* kommunikationssituation där språkbrukarna får möjlighet att be om förtydliganden och ställa återkopplande frågor.

För det andra är skandinaverna kreativa och hittar gångbara strategier i sin kommunikation på det egna språket med andra skandinaver. Detta bidrar till att tröskeln för ömsesidig språkförståelse är låg i en reell kommunikationssituation, och där verkar engelska inte vara ett förstahandsval. Men samtidigt som tröskeln för ömsesidig språkförståelse mellan svenskar, danskar och norrmän är låg beskrivs – för det tredje – danska som ett främmande språk för svenskar.²² En sådan beskrivning ligger i och för sig i linje med svenskarnas uppskattade och *kvantitativt* visade faktiska svårighet att förstå danska, men då måste man samtidigt föra diskussionen ett steg längre och se även till resultaten i de kvalitativa undersökningarna: när en språkbrukare väl har kommit över den första språkliga barriären finns det inga likheter mellan förståelse av ett grannspråk och ett främmande språk som motiverar att danska skulle kategoriseras som främmande språk för svenskar. Även om det danska talspråk som en svensk hör inledningsvis verkar svårt att förstå framträder efter hand ett i stora delar gemensamt ordförråd och en i stora delar gemensam språklig struktur.

Om man ska försöka sammanfatta hur språkförståelsen ser ut i teorin och i praktiken blir kontentan att det beror på vem som definierar innebörden i begreppet språkförståelse och vilken definitionen blir. Språkförståelse kan betyda allt från att man kan klara av en testsituation till att man kan delta i ett samtal med andra skandinaver – eller andra nordbor – och det är helt olika saker. Man skulle till och med kunna påstå att språkforskningen verkar ha en typ av definition och språkbrukarna en annan och att dessa bara delvis överlappar varandra.

Den språkliga arenan i Skandinavien och Norden

Nu är det dags att fokusera på vad som är mest intressant att undersöka och diskutera

när det gäller interskandinavisk och internordisk språkförståelse. Om man är mest intresserad av hur språkförståelsen fungerar i *praktiken* landar man rimligen i att talspråk är mer intressant att undersöka än skriftspråk: talspråket är det som man i en riktig och autentisk skandinavisk kommunikationssituation behöver förstå. Om det är det talade språket i en reell kommunikationssituation som man vill fokusera på blir resultaten från de kvantitativa undersökningarna ointressanta eftersom de endast testat direkt hörförståelse, utan möjlighet för språkbrukarna att förhandla om ett budskap. Att testa hörförståelse ligger helt enkelt långt ifrån att testa samtalskompetens. Och därmed bidrar de kvalitativa undersökningarna med mer intressanta rön.

Ett annat sätt att formulera det mest intressanta och samtidigt problematisera resultaten av de olika undersökningarna är att det verkar vara avgörande att *skapa en kontext* där ett skandinaviskt språk blir det naturliga språkvalet. Skandinaviska språkbrukare i samtal med varandra tenderar nämligen att göra ett *bekvämlighetsval* när det gäller språk i kommunikationssituationen och därför fastna för engelska som gemensamt språk. Det verkar krävas att kontexten tydligt signalerar att det är skandinaviska som gäller. Man

kan vända lite på resonemanget och påstå att skandinaverna behöver en väntad kontext att samtala i eftersom de helt enkelt behöver ”vänja sina öron” vid att lyssna på ett skandinaviskt grannspråk för att kunna förstå detta (grann)språk. På motsvarande sätt behöver språkbrukare från Finland ofta vänja sina öron vid svenska, liksom islänningar och färingar behöver vänja sig vid något vid något skandinaviskt språk och språkbrukare från Grönland behöver vänja sig vid danska.

Om man ser kontexten för ett samtal som central skulle det förklara att ungdomar i Skandinavien och Norden över lag i princip säger sig föredra engelska och faktiskt förstår engelska bättre än de skandinaviska språken. Men detta gäller när det blir tillfrågade i en testsituation, där de inte exponeras för det språk de hör under längre tid än några minuter. Detta ligger ifrån en skapad, skandinavisk samtalskontext. På samma sätt kan man därför säga att testsituationen över lag är ett dåligt mått på någons språkförståelse. I stället behövs ett längre möte. Med utgångspunkten att det är kontexten och samtalet som är avgörande för en ”lyckad” språkförståelse kan man också förklara den uppenbart låga tröskel som finns i åtminstone interskandinaviska kommunikationssituationer när kontexten är skapad, de skandinaviska språken valda som samtalsspråk och samtalet inlett.

Noter

1. Ridell (2008) påpekar att denna term ibland både har definierats och tillämpats så otydligt att den har kommit att få en negativ snarare än en positiv innebörd. Av den anledningen avstår jag från att använda termen.
2. Se exempelvis Haugen (1966), Bø (1978), Braunmüller (2002), Delsing och Lundin (2005).
3. Se exempelvis Braunmüller (2002), Teleman (2001), Gergersen (2003).
4. Jfr. Delsing och Lundin (2005).
5. Delsing och Lundin (2005).
6. Se Lundin (2018).
7. Haugen (1953).
8. Bø (1976).
9. Delsing och Lundin (2005).
10. Bacquin och Zola Christensen (2013).
11. Maurud (1976).
12. Jørgensen och Kärrlander (2001).

13. Lundin och Zola Christensen (2001).
14. Delsing och Lundin (2005).
15. Bacquin och Zola Christensen (2013).
16. Børestam Uhlmann (1994).
17. Zeevaert (2004).
18. Lundin och Zola Christensen (2007).
19. Ridell (2008).
20. Theilgard Brink (2016).
21. Theilgard Brink (2016).
22. Bacquin och Zola Christensen (2013).

Referenser

- Bacquin, Mari & Zola Christensen, Robert (2013). Dansk og svensk – fra nabosprog till fremmedsprog? *Språk i Norden* 43(1), 67–82.
- Braunmüller, Kurt (2002). Semikommunikation and Accomodation: Observations from the Linguistic

- Situation in Scandinavia. *International Journal of Applied Linguistics* 12(1), 1–23.
- Bø, Inge (1978). *Ungdom og naboland. En undersøkelse av skolens og fjernsynets betydning for nabospråksforståelsen*. Stavanger: Rogalandsforskningen.
- Börestam Uhlmann, Ulla (1994). *Skandinaver samtalar: språkliga och interaktionella strategier i samtal mellan danskar, norrmän och svenskar*. Uppsala: Institutionen för nordiska språk, Uppsala universitet.
- Delsing, Lars-Olof & Lundin, Katarina (2005). *Håller språket ihop Norden? En forskningsrapport om ungdomars förståelse av danska, svenska och norska*. TemaNord 2005:573. Köpenhamn: Nordiska ministerrådet.
- Gregersen, Frans (2003). Factors Influencing the Linguistic Development in the Øresund Region. *International Journal of the Sociology of Language* (159), 139–152.
- Haugen, Einar (1953). Nordiske språkproblemer – en opinionsundersøkelse. *Nordisk tidskrift för vetenskap, konst och industri* 29(4), 225–249.
- Haugen, Einar (1966). Semicommunication: The Language Gap in Scandinavia. *Sociological Inquiry* 36(2), 280–297.
- Jørgensen, Nils & Kärrlander, Eva (2001). *Grannspråksförståelse i Öresundsregionen år 2000. Gymnasisters hörförståelse*. Nordlund 22:1. Lund: Institutionen för nordiska språk, Lunds universitet.
- Lundin, Katarina & Zola Christensen, Robert (2001). *Grannspråksförståelse i Öresundsregionen år 2000. Gymnasisters läsförståelse*. Nordlund 22:1. Lund: Institutionen för nordiska språk, Lunds universitet.
- Lundin, Katarina & Zola Christensen, Robert (2007). Kommunikationsstrategier i svensk-danska samtalsrum – några inledande iakttagelser. *Språk i Norden* 37(1), 93–104.
- Lundin, Katarina (2018). Några tankar om språkförståelsen i Norden och Skandinavien idag. I: *Rethinking Scandinavia – CSS Publications Web Quarterly* 1(2).
- Maurud, Øivind (1976). *Nabospråksforståelse i Skandina- via: en undersøkelse om gjensidig forståelse av tale- og skriftspråk i Danmark, Norge og Sverige*. Nordisk utredningsserie 13. Stockholm: Nordiska rådet.
- Prins, Wendy S. (2006). Grannspråksförståelsen i Sverige och Sverigefinland. Sverigesvenska och finlandssvenska gymnasieelevers förståelse av talad danska och talad norska. *Språkbruk* 2:2006. [Online.] Tillgänglig på <<https://www.sprakbruk.fi/-/grannspraksforstaelse-i-sverige-och-svenskfinland>>. [Hämtad den 12 november 2018.]
- Ridell, Karin (2008). *Dansk-svenska samtal i praktiken. Språklig interaktion och ackommodation mellan äldre och vårdpersonal i Öresundsregionen*. Skrifter utgivna av Institutionen för nordiska språk 76. Uppsala: Uppsala universitet.
- Skolverket (2017). *Läroplan för grundskolan*. [Online.] Tillgänglig på <www.skolverket.se>. [Hämtad den 13 september 2018.]
- Teleman, Ulf (1979). *Språkrätt. Om skolans språknor- mer och samhällets*. Malmö: Liber Läromedel.
- Teleman, Ulf (2001). *Öresundsspråk. I: Jarvad, Pia (red.) Sprogliche åbninger. Festskrift til Erik Hansen*. Köpenhamn: Reitzels, 23–33.
- Theilgard Brink, Eva (2016). *Man skal bare kaste sig ud i det. En interviewundersøgelse af unge i Nordens nabosprogsforståelse i praksis*. Köpenhamn: Nordisk Sprogkoordination.
- Zeevaert, Ludger (2004). *Interskandinavische Kommunikation. Strategien zur Etablierung von Verständigung zwischen Skandinavien im Diskurs*. Philologia. Sprachwissenschaftliche Forschungsergebnisse 64. Hamburg: Verlag Dr Kovac.

Tarmo Malmberg

Media Studies in the Nordic Countries

Notes for a Comparative History of Cognitive Styles

Research on the history of media and communication studies was long dominated by what is called methodological nationalism – a focus on a single country. Examples include Otto Groth's history of German press studies (1948), the history of American communication studies by Everett M. Rogers (1994) and that of French communication studies by Stefanie Averbeck-Lietz (2010). In the past two decades, however, a more international and comparative approach has caught the attention of scholars, as can be inferred from recent collective works such as *The International History of Communication Study* (2016) and *Kommunikationswissenschaft im internationalen Vergleich* (2017).¹ These works strive to explore the evolution of media studies by analysing both international connections and national varieties, which have been typically ignored by the research approach that uses the American paradigm of communication research as the starting point. In this article,² I attempt to advance this intellectual movement by shedding light on the Nordic trajectory.

Any comparative survey of the history of Nordic media studies has to acknowledge the paucity of secondary sources on the subject. No national histories of the discipline are available, barring scattered works that unevenly cover the development of the field. What is more, in the last two decades hardly any analyses can be found. This is why I have the least to say about the Norwegian media and nothing about the Icelandic one.³ To counter the effects of the lack of first-hand and other information on the subject, I have deliberately run the risk of adopting an approach with highly idealised and hypothetical presuppositions. Briefly, I use a broad overview of cognitive styles dominant at a collective level and, both to illustrate and check my generalisations, use some textbooks for closer scrutiny.⁴

Tarmo Malmberg, Docent at the Faculty of Communication Sciences at the University of Tampere.

The Approach: Collective History and Cognitive Styles⁵

It is useful to distinguish between two kinds of science history: (1) personal or with proper names and (2) non-personal, anonymous or collective.⁶ With physics, for example, one may take an interest in what Isaac Newton did when he discovered the theory of gravitation, or one may focus on the theoretical requirements and mathematical tools, such as differential calculus, needed for the formulation of the theory. In the former, the main characters in the history of science are scholars, and in the latter one, they are ideas or cognitive entities. It is predominantly the latter type that I have in mind here. This type of science history implies the following three factors.

(1) Speaking in science of cognitive styles suggests that there are different ways of conducting research⁷. To use an analogy from

art, one can paint a portrait by using many methods and techniques, and the same is true for science. It is the function of the theory of science to clarify and define the nature and logic of the styles employed in research. It is enough here to stress that the styles are both collective and controversial. One cannot advance science alone, without referring to the collectively established standards of inquiry, which are, however, constantly challenged.

Scientific cognitive styles are ways of accomplishing what science is about: making observations, forming concepts, drawing inferences, pinpointing regularities and, last but not the least, forming theories with explanatory and systematic power. All of these elements, and more, allow different, competing and even contradictory interpretations. To illustrate some major points of difference between scholarly styles, I draw briefly on four well-known dichotomies from the philosophy of human science.

First, one may be interested in statics or dynamics – that is, in the coexistence of things in space or in their succession in time. Second, one can strive for knowledge of things in general or of some particular instances – in other words, digging up nomothetical or idiographic information. Third, the means used in research may be empirical or rational: strategies of observations or focusing on the conceptual instruments employed. Fourth, one may want to examine the role of values and norms in the conduct of research. The dichotomy between value-free and value-laden notions of human science has had a non-insignificant impact on the manner of exploring things.

2) The idea of scientific cognitive styles implies that we can, like in art history, speak of stylistic periods. Although many styles are available in principle, at a given time only a few or even one may dominate in practice. In other words, compared to others, one style may be up-to-date, *au courant* and progressive. The German word '*zeitgeist*' is used to denote the same function: one cognitive style may be said to express or be closer to the spirit of the time in some cultural and social context.

3) The reasons for the change of cognitive styles are many and varied. They may be technical: new better ways of using existing techniques and methods are invented. They may also be normative in the sense that the concept of science (i.e. the standards on which the use of techniques is based) changes. Further, cognitive styles may change as a consequence of the change in the type of knowledge that various social institutions, the state and the corporate sector primarily, demand and are ready to pay for. Only a detailed historical analysis can reveal the combination of prime and auxiliary causes in play in any particular context.

To sum up, in trying to see the dominant collective patterns in the history of Nordic media research, I will consider the following four defining aspects of cognitive styles: the extent to which research, in order to make propositions, is based on historical evidence; makes generalising inferences or analyses non-recurring cases; relies on empirical procedures or on theoretical measures; and assumes that media studies can be advanced only by value-free knowledge or assumes that it is capable of taking sides in normative questions.⁸

The Prelude: Historical Hermeneutics (the Early to Mid-1900s)

Media studies as a branch of inquiry was established when three conditions were satisfied: the development of mass media had reached a sufficiently advanced stage; the system of human sciences had elaborated the conceptual tools for dealing with different sectors of culture and society; and there was not only an intellectual but also a social need for knowledge of the mass media. These three parallel, and somewhat overlapping, conditions converged from the 1880s on, especially in Germany and in the United States (US), and after the Second World War, their influence was more apparent. The launch of media research in the Nordic countries can be understood better by using this as the starting point.

Sporadic descriptions of early Nordic media studies refer only generally to what kind of

research preceded the advent of US mass communication studies in the post-war decades. More detailed analyses, however, are usually absent.⁹ It is useful, then, to have a closer look at one specific case: that of the Finnish Eino Suova (1895–1960).

In 1956–1960, Suova held the first Nordic professorship dedicated to the study of mass media, more particularly of the press, at what would later become the University of Tampere. A late entrant into academia, he worked earlier as a journalist and as a lexicographer, which explains his limited scholarly output, consisting mainly of short pieces on various content-types of newspapers. He wrote his dissertation on the first Finnish newspaper in 1952. Drawing conclusions about his cognitive style from this work and his inaugural lecture for professorship, one can infer what may loosely be called the historicist, humanistic or hermeneutical approach of the early 20th century.¹⁰

This type of outlook on culture and society had been developed in German scholarship during the 19th century, and it took the shape of an explicit philosophy of human science in the writings of authors like Wilhelm Dilthey, Heinrich Rickert and Wilhelm Windelband. This tradition influenced the beginnings of media studies in Germany and informed its conception of the cognitive style. As the Nordic countries, because of their geographical proximity and shared religious beliefs of Protestantism, among other things, had close ties with Germany, Nordic scholars, Suova included, were aware of the German press studies. In his work, Suova cites household names of German *Zeitungswissenschaft* and *Publizistikwissenschaft* such as Emil Dovifat and Otto Groth. Still, it is difficult to identify a direct influence, at least in the strong sense. Rather, for a Finnish scholar who was studying in the first decades of the 20th century, it was natural to lend one's ear to German erudition. In addition, Suova was a *nordist*: he followed keenly what happened in other Nordic countries, especially in Sweden, and he frequently cites Swedish practical literature on journalism.

The cognitive style of the first phase of Nordic media research, as exemplified by Suova, is historical, idiographic-nomothetical, empirical and non-normative. It is historical because the main evidence about mass media comes from an intense study of press archives. It is only by means of historical research that one can gather solid knowledge about the nature of newspapers, and, logically, about the other mass media. This knowledge is both of the ideographic and nomothetic type. It is idiographic because Suova was mainly interested in case studies, viz., descriptions of single newspapers in specific contexts. But, like his German colleagues, he thought that a historical study can reveal universal regularities, invariances or laws pertaining to the functioning of newspapers. His enthusiasm for archival work indicates that Suova was a keen empiricist and that theoretical speculation and theory construction were not favoured by him. Lately, under the influence of positivist philosophies of science, empirical research is far too often equated with non-historical inquiry, that is, the study of phenomena that are contemporaneous with the inquirer.¹¹ There is no theoretical basis for this, as Suova well demonstrates. His dissertation is full of empirical data about *Tidningar utgifne af et Sällskap i Åbo*, the first Finnish newspaper, which was published in 1771–1778 in Turku (Åbo in Swedish). Another detail distancing Suova from his German predecessors is that, unlike a vehement defender of normative media research like Emil Dovifat, Suova thought that media studies is predominantly of a non-normative or descriptive nature. It did not call for prescriptions even though it could be of practical use.¹²

The Consolidation: New or Non-Historical Positivism (the Post-War Decades)

The formation of Nordic media studies, during the first two post-war decades, was a reaction to this loose historicist tradition. To understand this, it is advisable to put the neo-

positivist reaction in historical perspective. Scholars have usually ignored the fact that in the 19th century, the so-called positivist philosophy of human science, exemplified by Auguste Comte and John Stuart Mill and to a lesser degree by Émile Durkheim, was historicist and in this sense close to hermeneutics.¹³ It was the new positivism of the 20th century that moved away from the past and resisted the use of historical data in inferences. This change of cognitive styles made a decisive impact on the way media studies was understood in the Nordic countries during the formative post-war decades. This is how the US mass communication research became the first truly dominant style in the field.

Both cognitive and non-cognitive reasons were responsible for the change. Early 20th-century advances in mathematical logic and statistics, like in probability theory and survey analysis, exerted a deep influence on the kind of philosophy of science that stressed the positivity and objectivity of scientific knowledge. At the same time the social need for persuasive mass communication, either in politics or in economics, made it imperative that both states and private corporations had reliable information at their disposal, with which they could control public opinion and affect consumer behaviour. These factors strongly motivated the birth of the US version of media studies, the school of the so-called mass communication research, between the 1930s and 1950s. Subsequently, association with this line of social inquiry radically changed the cognitive landscape of Nordic media research.

The new cognitive style was, first, made possible by ideas borrowed from the radical philosophy of science promoted by the Vienna School of Logical Empiricism. Its programme was positivist in the sense that what counted as knowledge had to be positively and objectively demonstrated. In social science, this could be accomplished in two main ways: through controlled empirical observations by means of objective measures and by using mathematical tools for interpreting the data so acquired. The direct link between the Vienna School and Nordic media research is

most evident in two cases: those of Finland and Norway. Eino Kaila (1890–1958) in Finland and Arne Næss (1912–2009) in Norway had active contacts with the Vienna Circle, and they also influenced the incipient media research in their countries.¹⁴ Næss was also an important link in what later led to the establishment of media research at the University of Oslo, whereas Kaila's main work on neo-positivist views targeted at the Finnish public, *Inhimillinen tieto* ('Human Knowledge', 1939), had great impact on post-war Finnish social scientists involved in the study of media, including Erik Allardt.¹⁵

The second, more practical contact with the American academic scene, which embedded the neo-positivist ethos more firmly in Nordic research, occurred in two ways. First, US scholars were invited to introduce their new way of conducting social science. Paul F. Lazarsfeld, an exile from Vienna and an expert in statistical reasoning, who gained prominence in the US mass communication research community, visited Norway for six weeks in 1948 and delivered lectures in Stockholm.¹⁶ Second, young Nordic social scientists, potentially interested in communication and mass media, were awarded grants by the Rockefeller Foundation and other similar institutions to pursue studies in the United States. All the main figures associated with the new social-scientific cognitive style in Finland (Erik Allardt, Yrjö Littunen), Norway (Johan Galtung, Stein Rokkan, Henry Valen) and Sweden (Kjell Nowak, Karl-Erik Wärneryd) spent short or long periods of time on American campuses.¹⁷ Wärneryd even wrote a memorandum on the study trip where he discussed in great detail the US media studies scene.¹⁸

In contrast to historicism, the new social-scientific style was, firstly, static. It was characterised by a presentist view: to investigate the functioning of the media system, it was not necessary to account for its place in history. Secondly, it was nomothetical in the way that it tried to accumulate knowledge that could have a general nature. This was necessary for the predictive function of media inquiries to be fulfilled. If we know how things generally

stand, we can in a premeditated way intervene in the course of future action. Thirdly, it was empirical. It is not surprising that this style of scholarship is still, especially in the German-speaking countries, called empirical social research (*empirische Sozialforschung*). In order to be fully scientific, it is empirical knowledge alone on which media research has to be based. The concept of empirical knowledge was, however, limited to information that could be reliably gathered and analysed with the methods of statistical mathematics. Thus, lastly, one could not gain normative knowledge, so the new cognitive style had no place for value propositions that could be backed by means of rational reasoning. In summary, media research, by providing knowledge with predictive power, can help ameliorate the state of society and humankind. It cannot, however, provide rational reasons for privileging one value system over another.

One can see the impact of this idea of media study in the first Nordic textbook: Gunnar Boalt's *Masskommunikation*, published in 1965.¹⁹ It is based on the commented bibliography of Swedish mass communication research that Kjell Nowak had produced a couple of years earlier and from which, significantly, he had excluded practically all media studies not in line with the neo-positivist ideal of empirical social research (he calls it behavioural science).²⁰ Boalt, on his part, corrected Nowak and broadened the scope of relevant work. Still, and even though Boalt addressed primarily the general public, not the scholarly one, his book, with its numerous statistical tables correlating variables considered important in explaining media behaviour, gives the reader a good sense of what the mainstream conception of media studies as science looked like in the Nordic countries during the two post-war decades.

The Interlude: Historical Materialism (the Late 1960s and the 1970s)

In the course of the 1960s, things began to change. Social science in the US no longer

looked as promising as it had during the immediate post-war years. Instead, critical voices from Continental Europe began to exert an influence on Northern media scholars. The change in the *zeitgeist* was abrupt. Within a few years, researchers who had been familiar with the positivist way dropped empirical social research in favour of theoretical work inspired by Marxism. This was most conspicuous in Finland, as seen in the case of Pertti Hemánus (1934–2012), a leading figure in the field who was active in Nordic cooperation.²¹

Hemánus had studied under Eino Suova in the 1950s, when writing his master's thesis on an early 20th-century Finnish newspaper, which was in line with Suova's precedent. Hemánus' dissertation, published some ten years later, was, however, completely different. His master's voice emanated from his counterparts across the Atlantic: the treatise dealing with crime news was a clean-cut quantitative content analysis. Then, Hemánus, like his colleagues Kaarle Nordenstreng and Veikko Pietilä (1941–2009), suddenly gravitated towards Marxist media research, penning his best work during the 1970s. Among their fellows engaged in Marxist and critical media research in the Nordic countries, the Finns were the most successful at exporting their ideas. For a short while, the so-called Tampere school of media study attracted international attention, even in socialist countries.²² The Finnish case helps me to focus on the pan-Nordic situation.

In general, two major trends helped make sense of, if not justify, the antipositivist turn against mass communication research. First, the non-historicist, nomothetical, empirical and anti-normative tenor typical of the of the latter was shown to support the status quo, that is, a media system based on capitalist economic imperatives and bourgeois ideas of culture and politics. This popularised ideology critique, which was first presented in pamphlets like Göran Palm's *Indoktrineringen i Sverige* in 1968.²³ Second, with the growing importance of television, the upsurge of which occurred in the Nordic countries in the 1960s, it became paramount that com-

munication scholars deal with audio-visual media. This was not the case with Nordic mass communication research, which was strongly biased towards the print media. Moreover, the methods of empirical social research were not of much help for a sophisticated analysis of moving pictures.

Accordingly, during the brief interval between the late 1960s and the turn of the 1980s, these two trends gave rise to two types of critical, and markedly Marxist, media studies in the Nordic countries: one predominantly social scientific and the other humanistic. The type that dominated a particular Nordic country was determined by two tests: (1) whether critical scholars took advantage of what had happened in newer film study, and (2) whether they had in their theoretical models preserved a central place for the public-sphere theory of Jürgen Habermas. The Finns failed the test,²⁴ whereas the Danes passed it without qualifications.²⁵ The Swedish case was more complex: film study as an academic subject was established in 1969, but, like in Finland, in relation to the study of other media, the study of audiovisual media was marginalised.²⁶ This was also possibly the case in Norway.

Like Marxism, or historical materialism, in general, both social-scientific and humanistic media research of the Marxist type were dynamically oriented. The frame of reference was the development of media and communication, not just a snapshot of its present state. The difference between the two Marxist schools centred on the extent of validity of the law-like nature of historical events. For the social-scientific faction, these laws had universal-historical application, while for the humanistic one, the focus was the on the invariances typical of the bourgeois society and its public sphere. Both camps, but especially the social-scientific one, heavily emphasised theoretical research. In the context of mass communication research, the relation between empirical and theoretical work was reversed. In conformity with theoretical disciplines, it was the function of Marxist media study to explicate frames of reference rather than to corroborate them with minute empirical in-

vestigations.²⁷ And both groups believed that the normative task of media studies was to specify the criteria by which the developmental status of mass media could be assessed. The groups inherited an Enlightenment belief that both cognitive and expressive cultures help individuals become more aware of themselves and their society.

To support my general narrative of two Marxist cognitive styles in Nordic media research, I present the case of two textbooks, one Finnish and the other Danish.

Kaarle Nordenstreng's *Tiedotusoppi* (1975), which was translated into an abridged Swedish version in 1977, belongs to the orthodox camp.²⁸ The author starts by presenting the philosophy of dialectical materialism as the most adequate available, and then goes on to criticise not only mass communication research for its positivism, but also Western or Cultural Marxism for its idealism. The Danish collective work *Massekommunikation* (1976), edited by Peter Olivarius, Ole Rasmussen and Peter Ruholm, for its part, covers what is missing in Nordenstreng's work.²⁹ The longest contribution in the anthology is a piece on Habermas' public-sphere theory, specifically the notion of literary or cultural public sphere. In addition, it includes several writings on pictorial communication, and particularly television. Even if the books are not wholly comparable, given that the Danish one had an explicit pedagogical purpose and was targeted at school teachers,³⁰ one can infer from them the crucial distinction referred to above.

First, the German discussion about and around Habermas can be seen in the Danish textbook, whereas Nordenstreng, though it cites the Frankfurt School and Habermas, has no constitutive place for public-sphere theory in his general scheme of Marxist media study.³¹ Second, the analysis of films and visual communication, influenced by the French semiology and structuralism of Roland Barthes, Claude Lévi-Strauss, Christian Metz and others, was popular in Denmark but not in Finland. Denmark's closer connections with Berlin, Frankfurt and Paris, combined obviously with the legacy of Louis Hjelmslev

(1899–1965), who influenced French structuralists, caused the difference.³²

The New Mainstream: Non-Historical Social Hermeneu- tics (the 1980s and 1990s)

The 1980s were characterised by neoliberalism and postmodernism – the two schools of thought whose pull the Marxist media scholars could not withstand. Deregulation meant that capitalism was transforming itself, and postmodernism implied that the cultural system was also witnessing changes.³³ These megatrends had inevitable effects on what was considered the up-to-date thing to do in Nordic media studies. The name of the new style was cultural studies, a scholarly movement that transferred the centre of attention from France and West Germany first to Britain and then to the United States. Cultural studies was a product of various scholarly trends gaining prominence after the 1970s: linguistic pragmatism, post-structuralism and social hermeneutics. As a result, the use of such concepts as text, discourse, meaning and interpretation became the hallmark of cutting-edge research on media and communication. Further, the concept of culture was redefined as the opposite of what the *Bildungsbürgertum* tradition had claimed. In consequence, culture no longer pertained to the higher things in life, but to the mundane. It was not the province giving expression to man's striving for transcendence, but merely the everyday life as it is. In short, culture was now a social fact, not a human ideal.

Within the Anglo-American hemisphere of media study in the 1980s and 1990s, the impact of these sweeping changes on cognitive style was considerable. First of all, media studies returned to the positivist credo of non-normativity. From the point of view of science, there is, according to this interpretation, no objective value difference between high and low culture. People, like scholars themselves, may subjectively have media preferences, but there is no way of legitimating them with cognitively binding arguments. Hence, the second

feature of the new style was a tendency towards empiricism. One could study what people regard as good, but not goodness itself. So media studies was again defined as an empirical and not a theoretical project. The post-war US mass communication research had also been empirically grounded, but only in order to produce, on the basis of a unified conceptual framework, theories with explanatory and predictive power. With cultural studies, the theoretical ambition waned and paved the way for the proliferation of descriptive studies. Third, the postmodernist idea of contingency, or the absence of causal laws in culture and society, lent support to the idiographic nature of these descriptive explorations. The active receiver, as it was often repeated, could decode media messages in any number of ways. Confronted with this unpredictable plurality, the cultural media scientist could just provide contextual knowledge of the here and now. Last but not the least, cultural studies as it was institutionalised in Great Britain in the 1960s was concerned predominantly with contemporary culture. To use the terminology of this study, it presented a static or presentist, not a dynamic or historical view on culture.

Although Nordic media and communication study took an 'Anglo-American turn' in the 1980s – as a consequence of which one could no longer find references to research published in German or French – one could perceive a specific Nordic tradition, so to speak, in the way cultural studies was received here. This has been underscored by Ib Bondebjerg in the Danish case, and I will explain this further in the conclusion, but it seems that the same could be said, to some extent at least, also in other instances. This is, anyway, what two Norwegian textbooks, *Mediekultur, mediesamfunn* by Jostein Gripsrud and *Hva er medievitenskap* by Espen Ytreberg, provide support for.³⁴

Despite some differences in emphasis, and the fact that Ytreberg's book is less than half as long as Gripsrud's, there are a couple of interesting commonalities between the two volumes. First, both authors frame their subject in terms of social theory, putting mass

media in the context of modernisation. Both explain the functioning of media with the help of some causal principles that can be generalised from one context to another. In this sense, there is no voluntarism, underlying the contingency thesis of postmodernists, in the way they describe the functioning of the media system. Second, both, though in different ways, give prominence to the normative role of media studies. In his defence of aesthetic standards Gripsrud, among other authorities, leans on Kant's *Critique of Judgement*.³⁵ But even Ytreberg, whose attack on high culture in the name of popular culture is unmistakable, sees media research as a discipline with an important educational and normative purpose. He believes that it is paramount that media scholars respect everyday life and its actors, and not just describe and explain them.³⁶

The Making of the Present: Some Thoughts on the Latest Developments

The closer we get to the present, the more difficult it becomes to distinguish between the general and the particular. The sheer volume of Nordic research literature, which is artificially inflated by the science policy bent towards quantifiable criteria of academic performance, is practically *unübersichtlich* or something whose contents cannot be clearly or distinctly perceived. As a result, the generalisations and idealisations I make become even more tentative and hypothetical in this case than in the preceding ones. I will, then, offer only a few thoughts coupled with an analysis of a recent textbook.

By the mid-2010s at the latest, it had become plain that the determining factors of the development of media studies – that is, the mass media system, conceptions about the nature and function of human sciences and the demands made on both by social actors – had undergone a change not unlike earlier breaks. By comparing the new problem situation that media research is faced with to the one that prevailed in the 1990s and at the turn of the millennium, one may note two

important shifts of emphasis: the turn, first, from culture to technology and, second, from self-determination to manipulation. Let me try briefly to make the suggestions plausible.

It was first the so-called media philosophy of Germans like Friedrich Kittler and Norbert Bolz that during the 1980s and 90s argued for the far-reaching theoretical significance of media technology as the new centre of media research. The idea was not new, dating back not only to Marshall McLuhan's media ecology but to a much longer tradition in Western thought. The way digital technology revolutionised the media landscape renewed, however, the credibility of this line of argument. As a result, the problem of the so-called mediatisation attracted widespread attention in the field. This implies that some of the major premises of cultural media studies, such as the idea of active reception and everyday life as the locus of research, have been replaced by ones stressing causal processes not reducible to self-determination either by individuals or by interpretative communities.

The digitalisation of mass communication has also resurrected another older research topic: that of persuasive communication, i.e. of manipulation either in the form of propaganda or indoctrination. The issue of manipulation was widely debated in the field in the early 20th century and during the Marxist interlude of the late 1960s and the 1970s. Then it was excluded from the research agenda, only to return with a vengeance, one might say, in the heated political climate of the 2010s, especially after the epochal events of 2015 and 2016.³⁷ What made all these developments pivotal was that the new medium of the internet, heralded as the panacea for democracy by media scholars only a few years earlier, turned out to be the perfect means by which hate speech, xenophobic messages and other forms of socially and politically disruptive communication could be easily distributed. If one is to add the power of gigantic corporations like Facebook and Google to the mix, who through their algorithms gather data about their users and to try to influence them, we are back to the age of manipulation theo-

ries. Espen Ytreberg, for one, could not have anticipated the sudden return of past worries, when he in his textbook of 2008 stated that media use no longer was a topic with heavy moral overtones.³⁸ It took just a few years for propaganda theories from the early 20th century to move from the margins to the centre.

This turn of the *zeitgeist* of media research, expressing itself in its new cognitive style on the rise, seems to involve two things.

First of all, it is likely that we see a return of nomothetical reasoning, backed by a new interest in mathematical techniques, eager to find general law-like regularities in the way the digital media influence their users. This is, second, coupled with a new interest in media ethics and in developing standards of decent behaviour; in the same vein, media education, instead of celebrating youths as subversive media decoders or technological virtuosos, will likely take up older issues of child welfare and protection. There are, furthermore, signs indicating that the overdose of empirical research so characteristic of media studies will, once again, be, at least partly, balanced by more theoretical types of investigations. Even philosophical research, in line with the work of media philosophers, may have a second chance. As to the choice between statics and dynamics, also historical consciousness, the need for gathering evidence for one's arguments by digging historical sources, will in all likelihood make itself felt more strongly than during the previous stylistic period.

It is far too early to prophesise that this is the form that a new avant-garde cognitive style in media studies, Nordic and other, will take. A look at *Medielandskap och mediekultur*, to my knowledge the most recent Nordic textbook published by Stina Bengtsson and others in 2017, provides an opportunity to assess the extent to which this generalisation can be defended.

Media studies as a more or less independent branch of scholarship was established in all Nordic countries by the late 1960s and 1970s. The term 'mass communication research' was used to describe the field in the first collective manifestation, *Current Theories in Scandina-*

vian Mass Communication Research edited by Mie Berg and others in 1977.³⁹ During the 1980s, the term 'media', first employed by media artists to denote artworks based on video technology, became popular, and in the 1990s 'media and communication studies' replaced 'mass communication research' as the name of the game. In Swedish, it is abbreviated as MKV (*medie- och kommunikationsvetenskap*). It is an introduction to MKV that Bengtsson and her colleagues offer in their textbook. Compared with the textbooks so far cursorily described, the following aspects in Bengtsson's textbook catch the eye of one who is trying to diagnose the stylistic state of the field in the Nordic countries today.

First, the authors criticise the field for short-sightedness, which leads scholars to lay focus too strongly on the latest media developments. Instead, in order to be able to distinguish what is genuinely new from what is only 'an updated version of something old', we need to 'historicise our own present'.⁴⁰ This means that media researchers, while driving home their arguments, have to see things dynamically and resort to historical facts. Second, as evinced by the repeated use of Jürgen Habermas' social theory, underlying the book there is, like in the case of Gripsrud and Ytreberg, a frame of reference that considers the media phenomenon from the point of view of modernisation theory. It is a historical theory that tries to flesh out the causal factors that explain the regularities and similarities in the evolution of modern societies, mass media included. Third, the authors say nothing specific about the tradition of effects studies typical of the US mass communication research. It is not this kind of empirical inquiry, using experimental and statistical logic, that they favour. In contrast, in addition to the softer type of empirical knowledge, it is a more rational mode of reasoning, stressing conceptual analysis and comparative theoretical approach, that they keep in mind. Fourth, in line with their critical tone, leaning, among other things, on Marxist social analysis, there is an unmistakable normative tenor in their work.

Conclusion

The panoramic view of the history of Nordic media studies that I have presented above lends support to a stronger proposition about the development of the field more generally. Considering the cases of British, French, German and US media studies, one can see how academic tendencies in these intellectually influential countries have had parallels in the Nordic countries. This is to be expected of a modern scientific discipline that has two audiences, one at home and the other abroad. As a consequence, one can see in many places the rise and fall of the same cognitive styles. But one can also see that there is no perfect match between different countries. The French, for instance, have been much more immune to Anglo-Saxon influences than the Germans, though importing British-American cultural studies to Germany took much longer than was the case in the Nordic countries.⁴¹ Taking cognizance of these different national scenes, which reflect how cognitive styles cross borders, one might, in conclusion, briefly touch upon the question of the place of Nordic media research on this map. Drawing on a line of thought dating back to German Idealism that stresses cultural heterogeneity, I will do this by using an idea presented in Johan Galtung's penetrating analysis of cognitive, or intellectual, styles and their determinants.⁴²

Galtung proposes the sociological thesis that intellectual styles are determined by the social structure. He boldly asserts that countries with imperial ancestry and ambitions are likely to generate styles that differ from those developed in such small countries as the Nordic ones (his example is Norway). In other words, there might be virtue in living on the periphery, at a discreet distance away from the dominating intellectual centres. This suggestion is good to remember, especially now that, for a couple of decades, the Nordic university system has undergone a major transformation towards streamlining in conformity with the so-called international, or mainly Anglo-American standards, scholarly practices, including the publishing, assessing and financing of research. Is there a fear that what we end up with is more

of the same? The Nordic case supports the conclusion that fostering national varieties, even those of small countries in the hinterland, if one may say so, assists in countering international homogenising tendencies. To round off my notes, let me take up once more the case of Marxism and that of cultural studies.

The Marxist media research of the late 1960s and the 1970s was an offspring of the student movement and social upheavals symbolised by the year 1968. It had its centres in the German-speaking world, mainly West Germany, and in the Romanic countries, especially France and Italy, from which its impulses travelled to Britain and the United States. From this mix, different Nordic countries filtered different things. Finnish media studies was heavily biased both for the orthodox variety well established in the socialist countries, including the German Democratic Republic, and for the so-called capital logic school.⁴³ However, in Denmark, Norway and Sweden, the unorthodox combination of the Frankfurt School, Freudo-Lacanian psychoanalysis and Saussurian semiology had a much stronger impact on the *soixant-huitards* or the 68ers.

Cultural studies, as it was institutionalised in Britain in the 1960s and 1970s, had close links with Marxist media study, as illustrated by the case of Stuart Hall, whose most famous work, the paper on encoding and decoding, is an application of Marx's method to media research.⁴⁴ The postmodern ethos of the 1980s, however, changed the face of cultural studies. From a theoretical project, it transformed into a heavily empirical approach, the hallmarks of which were reception studies and a philosophy of contingency. As both Bo Bondebjerg and Heikki Hellman have convincingly argued, this was not, however, the way cultural studies was received and developed in the North.⁴⁵ The traditions of cultural and political sociology, stressing the endurance of social structures and the normative function of the public sphere, enabled media and cultural studies in the Nordic countries to avoid some of the extreme forms of idiographic and non-normative methodology that commanded attention in the more metropolitan centres.

Noter

1. Simonson & Park (2016), Averbeck-Lietz (2017).
2. This overview is a considerably expanded version of an idea developed in my talk at the opening day welcome reception of the 23rd Nordic Conference on Media and Communication, Tampere, 19–21 August 2017.
3. I am grateful to Ingela Wadbring for sharing with me the bibliography of secondary literature on Nordic media study that she has compiled. I thank Maarit Jaakkola and Karin Hellingwerf-Björkqvist for helping me, at such short notice, to get material included in this bibliography.
4. Koenen (2009, 43–44), on the basis of an analysis of surveys of Nordic media studies published in *Nordicom Review* between 1980–2007, expresses an outsider's marvel at the plurality of viewpoints to be seen. Because of the focus and of programmatic nature of my examination I will, however, focus on the similarities rather than the differences.
5. To keep the essay short, I have to ignore the conceptual problem of defining 'media and communication studies' or, for short, 'media studies'. I simply take it as a name for a discipline that investigates mass communication and mass media, disregarding the fact that the definition of the field varies from country to country and even within one country or language area. (For instance, in the German-speaking media studies the difference between *Kommunikationswissenschaft* and *Medienwissenschaft* has been institutionalised since the 1990s.) The concept of science is used in the sense common in German (*Wissenschaft*) but also in the Nordic languages (*tiede*; *vetenskap*; *videnskab*; *vitenskap*), which do not have a bias for the natural sciences.
6. In art history, the idea of history without names is advanced by Wölfflin (1976 [1915]), which has been one of my early sources of inspiration in conceiving a structural theory of the history of media studies.
7. The term 'cognitive style' (*Denkstil*) comes from Fleck (1994 [1935]). One could alternatively speak of an intellectual style.
8. Casetti (1990), a superb work on postwar film theory, is an example of the kind of methodological or meta-methodological analysis that I try to pursue here, though by somewhat different means.
9. One exception is Bondebjerg (2000, 6–7), which refers to *Dagspressen i Danmark, dens Vilkaar og Personer indtil Midten af det attende Aarhundrede*, a four-volume monograph by P. M. Stolpe published in 1878–1882.
10. Suova (1952; 1956). Särämä (1992) is the best single source on Suova.
11. For instance, in her comparative study of journalism research in Denmark, Norway and Sweden in 1995–2009, Lisbeth Morlandstø (2012, 296) resorts to this conception of empirical knowledge.
12. Salokangas & Tommila (1982) is a detailed description of Finnish press history until the turn of the 1980s; I take it up here because it seems to have escaped the notice of many, even though it is in English and easily available. The first systematic study of the origins and development of Finnish media research is Himanen (1975), the results of which have been used in many later works such as Hemánus & Nordenstreng (1977), Malmberg (1977) and Koenen (2009).
13. Davy (1949) is a good source on this.
14. Slaatta (2016) is my authority on the Norwegian case.
15. Cf. Allardt (1973, 240–253), which includes a brief but dense description of Kaila's œuvre, summarising its main philosophical principles that combine positivism with ideas closer to Hegelian philosophy of nature.
16. The visit to Norway is documented in Slaatta (2016, 177–180). Allwood (1952, 4) notes in passing Lazarsfeld's lecture tour to Stockholm.
17. The sources I have consulted offer no information about Danish-American contacts. This may indicate the relative *Sonderweg* of Danish media scholarship in the Nordic context.
18. Wärneryd (1963). Nordenstreng (1968) is the best-known of these travelogues, though already put down in a sceptical mode.
19. Boalt (1965).
20. Nowak (1963).
21. Malmberg (2012) summarises the evolution of Hemánus' work.
22. The Finns shared a formal cooperation with Soviet media scholars. As a sign of the international visibility of Tampere at the time, see, e.g., Moragas Spa (1981, 126–131).
23. Palm (1968). To give a personal testimony, back then Palm's pamphlet had a strong impact on me. It was one of the models of media analysis I cherished when enrolling in the University of Tampere to pursue undergraduate media studies in 1969. Reading Palm prompted also Hemánus to write his best single work, *Joukkotiedotus piilovaikuttajana* ('Mass Communication as Indoctrination', 1973). Weibull (2017, 15) points out how Palm's pamphlet was one of the signs from which one could, towards the end of the 1960s, read about the change of the *zeitgeist* in Sweden.
24. For a contemporary analysis of Finnish Marxist media research, see Malmberg (1977, 71–75; 1981; 1982). A stress on a more pluralist interpretation of the 1970s is provided both by Pietilä et al. (1990, 168–178) and by Wiio (1982, 364–368).
25. The Danish media research of the late 1960s and the 1970s is described in Bondebjerg (2000, esp. 7–12), Frandsen & Kolstrup (1994, 124–126) and Mortensen (1977; 1994). Ingwersen (2000, 45), on the basis of citation analysis, acknowledges the

- specificity of Danish social scientific scholarship, and Hjarvard & Søndergaard (1998, 271) regard 'the strong interest and professional expertise in analysis of media texts', already well represented in the 1970s, to be the 'hallmark' of Danish media research.
26. Hyvönen et al. (2018, 95–97) arrives with emphasis at this point. Furhammar (2015) tells the personal story of how film study as an academic subject was established in Sweden, while Waldekranz (1982) and Forsman & Bolin (1997) scan the larger history and Soila (1988) sheds Nordic light on it.
27. Curiously, Mortensen (1977, 347) points out the theoretical nature of 1970s Marxist media research in Denmark, whereas Mortensen (2000, 28) plays it down. One explanation for the contradiction may be the suggestion advanced by Frandsen & Kolstrup (1994, 126), namely, that, in the case of Habermas' public-sphere theory, the 1970s theoretical work was more receptive than innovative, functioning as a given framework for historical inquiries.
28. Nordenstreng (1978). Nordenstreng's book was the most cited single Nordic scholarly work in Swedish media studies between 1977 and 1987 (Carlsson 1988, 34), and the translation is still in use (see. Bengtsson et al. 2017, e.g., 30–31 and 51).
29. Olivarius et al. (1976).
30. Cf. also Bondebjerg (2000, 12).
31. The reception history of Habermas' book in Finland is told in Malmberg (2017).
32. Bondebjerg (2000) confirms that these two lines of research were characteristic of Danish media research in the late 1960s and in the 1970s.
33. Mortensen (1994) is a somewhat elegiac reflection of a '68er' on these developments.
34. Gripsrud (2000), Ytreberg (2008). I have used the Swedish translation of Gripsrud's book, which is available also in English (Gripsrud 2002).
35. Gripsrud (2000, 103–112).
36. To this effect Ytreberg (2008, 81) cites approvingly Anders Johansen who uses the term *dannelsefag*, which, I figure, translates into German as *Bildungsfach*, with the value-laden connotation of a discipline based on certain norms guiding the conduct of research.
37. Meaning the German decision to welcome refugees in 2015 and both the British vote on EU membership and the US presidential elections in 2016.
38. Ytreberg (2008, 24) uses the work 'undramatic' to characterise the use of media in the contemporary world. Now this statement sounds like a voice from a distant past if one is to believe the new literature on the threat to an individual's identity and to the social fabric posed by latest innovations in computer technology (see, e.g. Couldry & Hepp 2017, 213–224).
39. Berg et al. (1977).
40. Bengtsson et al. (2017, 24).
41. The differences between British, French, German and US varieties of media study are analysed in some detail in Malmberg (2005).
42. Galtung (1981).
43. Kärki (1987, 107–108), a citation analysis of the sources Finnish media scholars used at the time, bears this German connection out.
44. Hall (1980).
45. Hellman (1994), Bondebjerg (2000).

References

- Allardt, Erik (1973). Naturalismi ja positivismi, pp. 226–268 in Alapuro, Risto, Alestalo, Matti & Haavio-Mannila, Elina (eds.) *Suomalaisen sosiologian juuret*. Porvoo: WSOY.
- Allwood, Martin S. (with the assistance of Charles M. Q. McEaddy) (1952). *Masskommunikationsforskning i USA: åsikts- och faktameddelelsens sociologi*. Stockholm: Affärssekonomi.
- Averbeck-Lietz, Stefanie (2010). *Kommunikationstheorien in Frankreich: Der epistemologische Diskurs der Sciences de l'information et de la communication (SIC) 1975–2005*. Berlin: Avinus.
- Averbeck-Lietz, Stefanie (ed.) (2017). *Kommunikationswissenschaft im internationalen Vergleich: Transnationale Perspektiven*. Wiesbaden: Springer VS.
- Bengtsson, Stina; Bolin, Göran; Forsman, Michael; Jakobsson, Peter; Johansson, Sofia & Ståhlberg, Per (2017). *Medielandskap och mediekultur – en introduktion till medie- och kommunikationsvetenskap*. Stockholm: Liber.
- Berg, Mie; Hemánus, Pertti; Ekecrantz, Jan; Mortensen Frands & Sepstrup, Preben (eds.) (1977). *Current Theories in Scandinavian Mass Communication Research*. Grena: GMT.
- Boalt, Gunnar (1965). *Masskommunikation: forskningsmetoder och resultat*. Stockholm: Aldus/Bonnier.
- Bondebjerg, Ib (2000). Hovedstrømninger i dansk film- og medieforskning. *Mediekultur*, 31(1): 6–20.
- Carlsson, Ulla (1988). Masskommunikationsforskning i Sverige 1977–1988: en översikt. *Nordicom-Nytt/Sverige*, Nr. 1–2, 13–36.
- Casetti, Franceso (1990). Coupures épistemologiques dans les théories du cinéma après-guerre. (Trad.). *Iris*, 6(1): 145–157.
- Couldry, Nick & Hepp, Andreas (2017). *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge: Polity.
- Davy, Georges (1949). L'explication sociologique et le recours à l'histoire d'après Comte, Mill et Durkheim. *Revue de métaphysique et de morale*, 58(3–4): 330–362.
- Fleck, Ludwik (1994 [1935]). *Entstehung und Entwicklung einer wissenschaftlichen Tatsache: Einführung in die Lehre vom Denkstil und Denkkollektiv*. 3rd ed. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Frandsen, Finn & Kolstrup, Søren (1994). "Espace public", "public sphere": l'histoire d'un concept haber-

- masien, pp. 121–132 in SIC (1994). *Les sciences de l'information et de la communication depuis 20 ans: approches, acteurs, pratiques*. 9ème Congrès national des sciences de l'information et de la communication, Toulouse 26-27-28 mai 1994.
- Forsman, Michael & Bolin, Göran (1997). Ett kritiskt tillstånd: det svenska filmvetandets framväxt och formationer. *Filmhäftet* 24(3–4): 193–206.
- Furhammar, Leif (2015). Egocentrisk betraktelse över tillkomsten av ett universitetsämne, pp. 215–224 in Hyvönen, Mats; Snickars, Pelle & Vesterlund, Per (eds.) *Massmediaproblem: mediestudiets formering*. Lund: Mediehistoria, Lunds universitet.
- Galtung, Johan (1981). Structure, Culture, and Intellectual Style: An Essay Comparing Saxon, Teutonic, Gallic and Nipponic Approaches. *Social Science Information*, 20(6): 817–856.
- Gripsrud, Jostein (2000). *Mediekultur – mediesamhälle*. (Trans.) Göteborg: Daidalos.
- Gripsrud, Jostein (2002). *Understanding Media Culture*. London: Arnold.
- Groth, Otto (1948). *Die Geschichte der deutschen Zeitungswissenschaft: Probleme und Methoden*. München: Konrad Weinmayer.
- Hall, Stuart (1980). Encoding/Decoding, pp. 128–138 in Hall, Stuart; Hobson, Dorothy; Lowe, Andrew & Willis, Paul (eds.) *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972–79*. London: Hutchinson; in association with the Centre for Contemporary Cultural Studies.
- Hellman, Heikki (1994). Postmodernistisk teori och nordisk mediaforskning. *Nordicom-Information*, 16(1–2): 33–38.
- Hemánus, Pertti (1973). *Joukkotiedostus piilovaikutajana*. Helsinki: Otava.
- Hemánus, Pertti & Nordenstreng, Kaarle (1977). Mass Communication Research in Finland, pp. 375–381 in Berg, Mie; Hemánus, Pertti; Ekecrantz, Jan; Mortensen, Frands & Sepstrup, Preben (eds.) *Current Theories in Scandinavian Mass Communication Research*. Grenaa: GMT.
- Himanen, Hannu (1975). *Suomalaisen tiedotustutkimuksen synty ja kehitys: aineistoa tiedotusopin tieteenanalyysiin*. Tampere: Tampereen yliopisto, tiedotusopin laitos (MA thesis).
- Hjarvard, Stig & Søndergaard, Henrik (1998). Media Research in Denmark. *Sekvens: Film- og Medievidenskabelig Årbog*, 265–274.
- Hyvönen, Mats; Snickars, Pelle & Vesterlund, Per (2018). The Formation of Swedish Media Studies, 1960–1980. *Media History*, 24(1): 86–98.
- Ingwersen, Peter (2000). The International Visibility and Citation Impact of Scandinavian Research Articles in Selected Social Science Fields: The Decay of a Myth. *Scientometrics*, 49(1): 39–61.
- Kaila, Eino (1939). *Inhimillinen tieto: mitä se on ja mitä se ei ole*. Helsinki: Otava.
- Koenen, Erik (2009). Transnationale Einflüsse in der Entwicklung der skandinavischen Kommunikationswissenschaften – ein Werkstattbericht, pp. 35–49 in Schulz, Peter, Hartung, Uwe & Keller, Simone (eds.) *Identität und Vielfalt der Kommunikationswissenschaft*. Konstanz: UVK.
- Kärki, Riitta (1987). *Formaali tieteilinen kommunikaatio suomalaisessa tiedotustutkimuksessa: analyysi tiedotusopillisten artikkeleiden lähteistä 1970–1984*. Tampere: Tampereen yliopisto, tiedotusopin laitos.
- Malmberg, Tarmo (1977). Den finska masskommunikationsforskningen – en historisk kartläggning och värdering av nuläget. *Nordisk Forum*, 12(2): 67–78.
- Malmberg, Tarmo (1981). Marxismi suomalaisessa tiedotusopissa. *Tiede & edistys*, 6(3): 24–38.
- Malmberg, Tarmo (1982). From Information Theory to the Study of Culture: Trends in Finnish Communication Theory and Research. *Nordicom-Information*, 4(2–3): 1–6.
- Malmberg, Tarmo (2005). Nationalism and Internationalism in Media Studies – Europe and America, 1945–2005. Paper presented at the First European Communication Research Conference, Amsterdam, 25–26 November 2005. [Online.] Available at <http://urn.fi/URN:NBN:fi:uta-201608312200>. [Accessed 22 November 2018.]
- Malmberg, Tarmo (2012). Pertti Hemánus ja suomalaisen tiedotusopin käänneet 1950-luvulta lähtien. *Media & viestintä*, 36(3–4): 97–108.
- Malmberg, Tarmo (2017). Studying the Career of Ideas as Reception History: Habermas' *Strukturwandel* and Finnish Media Studies, 1970s to 2010s, pp. 211–237 in Averbek-Lietz, Stefanie (ed.) *Kommunikationswissenschaft im internationalen Vergleich: Transnationale Perspektiven*. Wiesbaden: Springer VS.
- Moragas Spa, Miquel de (1981). *Teorías de la comunicación*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Morlandstø, Lisbeth (2012). Tema med visse variasjoner – en studie av utviklingen i skandinavisk journalistikkforskning. *Norsk Medietidsskrift*, 19(4): 291–311.
- Mortensen, Frands (1977). The Bourgeois Public Sphere – A Danish Mass Communication Research Project. (Trans.), pp. 293–354 in Berg, Mie; Hemánus, Pertti; Ekecrantz, Jan; Mortensen, Frands & Sepstrup, Preben (eds.) *Current Theories in Scandinavian Mass Communication Research*. Grenaa: GMT.
- Mortensen, Frands (1994). Ideologikritik og marxisme: hvor er medieforskningens kritiske perspektiv fra 70'erne blevet af? *Nordicom-Information*, 16(1–2): 45–48.
- Mortensen, Frands (2000). Dansk medieforskning igennem de seneste 30 år: et kommentar til SHF's fagseminar om dansk film- og medievidenskab. *Mediekultur*, 31(1): 28–35.
- Nordenstreng, Kaarle (1968). Communication Research in the United States: A Critical Perspective. *Gazette*, 14(3): 207–216.

- Nordenstreng, Kaarle (1975). *Tiedotusoppi: johdatus yhteiskunnallisten viestintäprosessien tutkimukseen*. Helsinki: Otava.
- Nordenstreng, Kaarle (1977). *Kommunikationsteori: om massmedierna och kunskapsprocessen i samhället*. (Trans.) Stockholm: Almqvist & Wiksell.
- Nowak, Kjell (1963). *Masskommunikationsforskning i Sverige: en översikt samt en annoterad bibliografi*. Stockholm: Företagsekonomiska Forskningsinstitutet vid Handelshögskolan; P.A. Norstedt & Söner.
- Olivarius, Peter; Rasmussen, Ole & Rugholm, Peter (eds.) (1976). *Massekommunikation: introduktion til et undervisningsområde*. [S.l.]: Dansklærerforeningen/Det faglige udvalg for dansk.
- Palm, Göran (1968). *Indoktrineringen i Sverige*. Stockholm: PAN/Norstedt.
- Rogers, Everett M. (1994). *A History of Communication Study: A Biographical Approach*. New York: Free Press.
- Pietilä, Veikko; Nordenstreng, Kaarle & Malmberg, Tarmo (1990). Theoretical Convergences and Contrasts: A View from Finland. *European Journal of Communication*, 5(2): 165–185.
- Salokangas, Raimo & Tømmila, Päiviö (1982). Press History Studies in Finland: Past and Present. *Scandinavian Journal of History*, 7: 49–73.
- Simonson, Peter & Park, David W. (eds.) (2016). *The International History of Communication Study*. New York: Routledge.
- Slaatta, Tore (2016). Early Nordic Media Research and the Special Case of Norway (1930–1965), pp. 171–191 in Simonson, Peter & Park, David W. (eds.). *The International History of Communication Study*. New York: Routledge.
- Soila, Tytti (1988). Skandinavisk filmforskning – en översikt. *Filmhäftet*, 57: 58–64.
- Suova, Eino (1952). *Aurora-seuran sanomalehti 1771–78: sanomalehtiopillinen tutkimus*. Turku: Turun yliopisto.
- Suova, Eino (1956). Sanomalehtitiede valinkauhassa. [Inaugural lecture.] Helsinki.
- Särmä, Pentti (1992). Suovan myötä sanomalehtitiedosta sanomalehtitieteeseen, pp. 240–250 in Nordenstreng, Kaarle (ed.) *Tiedotusopin peruskursin lukemisto*. Tampere: Tampereen yliopisto, tiedotusopin laitoks.
- Waldekrantz, Rune (1982). Filmstudier och filmforskning: en orientering i internationell och svensk film litteratur, pp. 8–80 in in Werner, Gösta (ed.) *Svensk filmforskning*. Stockholm: P.A. Norstedt & Söner.
- Wärneryd, Karl-Erik (1963). Amerikansk masskommunikationsforskning: några intryck från en studieresa. Stockholm: Företagsekonomiska Forskningsinstitutet vid Handelshögskolan i Stockholm.
- Weibull, Lennart (2017). Mediebransch och medie forskning 1965–1980: några erfarenheter och perspektiv. *Nordicom-Information*, 39(1): 12–23.
- Wiio, Osmo A. (1982). Communication et médias: les orientations de la recherche en Europe –Finlande. (Trans.) *Cahiers de la communication*, 2(4–5): 362–368.
- Wölfflin, Heinrich (1976 [1915]). *Kunstgeschichtliche Grundbegriffe: Das Problem der Stilentwicklung in der neueren Kunst*. 15th ed. Basel & Stuttgart: Schwabe & Co.
- Ytreberg, Espen (2008). *Hva er medievitenskap*. Oslo: Universitetsforlaget.

David Crouch

From Fika to Fake News

What's Left of the Swedish Model?

Recent popular writing about Scandinavia in English has tended to hype up the positive aspects of these societies – Sweden and Denmark in particular – building on decades-old notions about the Nordics. This superficial image has made it easier for Donald Trump and his followers to attack the Swedish model, arguing that liberalism, social democracy and multiculturalism have led to social crisis. In this article we briefly review the Scandi publishing phenomenon and argue that, in order to respond effectively to fake news about Sweden, we need a clearer understanding of what the Swedish model means today.

Long before February 19, 2017, Sweden had a fake news problem. On that Saturday afternoon in Florida, Donald Trump implored his followers: “Look at what’s happening last night in Sweden! Sweden – who would believe this?” Speaking to a crowd inside an aircraft hangar, the US president exploited a persistent image of Swedish exceptionalism, as an oasis of placid and carefree prosperity – now, the president implied, brought low by immigration. Something awful had happened, he said. It hadn’t. But overnight, Sweden became a central focus for the international Alt Right, eager to find evidence, fake or otherwise, that liberalism, social democracy and multiculturalism were leading to a social collapse.¹

It is easier to attack a stereotype than the concrete, nuanced detail of a country’s development. The Alt Right narrative about Sweden has been all the more effective because of the dramatic contrast it presents with previous clichés about the country. If you believe that something is wonderful, how much more shocking it is to be told that the truth is very different.

The person most responsible for popularising the notion that Sweden is distinct from other countries was the North American journalist Marquis Childs. Childs came to Sweden in 1933 as a young man and wrote a number of books about the country, the best known of which was *Sweden: The Middle Way* (1936). He arrived in the country via Nazi Germany. To the east, Stalin’s forced collectivisation had generated mass starvation, while at home the US was in the depths of the Great Depression; the horrors of World War II were already visible on the horizon. So Child’s notion of a middle way between capitalism and socialism, “a spectacle of sanity and stability that other nations may study with profit”, found a ready audience.

Childs’ book was hugely successful. It created a resilient image that has since mingled with more popular notions of Sweden as blonde and blissful, a land of socialism and sexual freedom where they did things differently. During the Cold War, the idea that that society could be organised along alternative lines was usually associated with Russia. But after the Soviet monolith collapsed, the gap was partially filled with flimsy stereotypes about Sweden. The endurance of this quasi-religious faith in Scandinavia is remarkable.

David Crouch, D.Phil., Senior Lecturer, School of Journalism, Media and Communication, Gothenburg University.

It has survived the turbulent 1970s and 80s, when Childs himself felt obliged to point out that the middle way was faltering,² and the full-blown financial crisis of the early 1990s, which seemed to echo in some way the events sweeping Eastern Europe at the time. Rudolf Meidner, a left-wing economist and one of the architects of Sweden's post-war economy, surveyed the wreckage, asking: "Why did the Swedish model fail?"³

The inquisitive traveller browsing in an airport bookshop, or the general reader searching Amazon for books on Scandinavia today, will be struck by the way in which recent popular writing about his part of the world is framed by the enduring image of the Nordics as a soft-focus paradise of welfare and well-being. David Christie's 2016 novel *Sweden* captures how this yearning after a better world is often connected to Scandinavia. The hero, who has ditched his principles for Thatcherism, is tempted to become a "seeker of Sweden", pursuing a vaguely distant, dreamlike utopia instead of the fast money he has come to worship. The focus of literature written for a popular audience tends to be on Sweden and Denmark – Norway's riches are too clearly connected to oil, while Iceland has been ravaged by its banks and Finland dragged down by the eurozone crisis. But the two remaining Nordic countries still provide plenty of fodder for Scandi dreamers.

Preparing the ground for fake news

"There was a point in early 2012 when it felt like you couldn't open a British newspaper or magazine without reading something about Denmark," wrote the award-winning Guardian journalist Patrick Kingsley. "Scandi fever – or perhaps more accurately, Danish delirium – gripped the UK." Kingsley spent a month (!) in the country and wrote a book about it – *How to be Danish: A Journey to the Cultural Heart of Denmark* (2012). The Danes were the happiest people in the world, Kingsley noted. They produced cult TV dramas, they had trendy cuisine, they wore nice jumpers, they

were pioneers on the environment and human rights, they elected women leaders and rode bicycles to work – observations that could just as well be applied to Sweden. Helen Russell, another journalist catering to the tastes of left-liberal Guardian readers, went one better than Kingsley by moving to Denmark for a year and writing *The Year of Living Danishly: Uncovering the Secrets of the World's Happiest Country* (2016). She wrote: "Living Danishly has given me a glimpse of a more meaningful way of being. An understanding of how life should be, or at least, how it could be. And I like it."⁴

But the wave of "Scandi fever" was only just getting started. Meik Wiking is head of the Happiness Research Institute in Copenhagen and author of a bestseller *The Little Book of Hygge: The Danish Way to Live Well* (2016). Hygge, which Wiking translates as "the pursuit of everyday pleasures", became a publishing sensation. To paraphrase Kingsley, there was a point in 2017 when it felt like you couldn't open a newspaper or magazine without reading something about hygge. As Wiking put it, journalists were touring Denmark searching for hygge, colleges were teaching about hygge, and hygge shops, bakeries and cafes were springing up all over the place. Wiking's book has so far been published in 31 countries. As if one unpronounceable Scandi word was not enough, Wiking followed this up with *The Little Book of Lykke: The Danish Search for the World's Happiest People* (2018).

The Swedes soon got in on this publishing phenomenon. *Lagom: The Swedish Art of Balanced Living* (2017), by Linnea Dunne, kicked open the door to an avalanche of books on lagom, "the new Scandi lifestyle trend taking the world by storm". Inevitably, we now have *The Little Book of Fika: The Uplifting Daily Ritual of the Swedish Coffee Break*, by Lynda Balslev (2018). An unexpected hit in the same vein is Margareta Magnusson's *The Gentle Art of Swedish Death Cleaning: How to Free Yourself and Your Family from a Lifetime of Clutter* (2017), which again has spawned several copy-cat books.

This Scandi hype has created a fertile ground in which fake news can grow – but

news very different from that spread by Donald Trump. In September 2015, to give just one example, the Guardian published a modest feature about some small-scale Swedish experiments in a six-hour working day.⁵ The story was quickly picked up by other media and distorted to fit the stereotype – according to these reports, a revolution in Swedish working practices was sweeping the country. Scottish columnist Robert McNeil encapsulated the hunger that exists for stories like this that confirm positive stereotypes about Sweden:

“What have these wacky Scandinavians been up to now? I will tell you what: experimenting with a six-hour working day, that’s what. A typical Britisher will think: ‘Six-hour working day? That’s immoral. First, it was pornography. Now this. The Scandinavians need reining in.’ ... We cannot believe everything they do in Scandinavia is good and everything we do is bad, despite all the evidence. But it’s nice to have a beacon of hope, however illusory. And the thought that somebody somewhere is trying to organise society on sane lines gives us courage to carry on in Barmy Britannia.”⁶

The fake news version of this story went viral almost exactly a year after the original Guardian article, when a Facebook video meme declared: “Sweden is officially moving to a six-hour working day.” That video has been viewed 43 million times.⁷

The hype has created space for other writers to point out that things are not what they might seem. The best-known example is by another British journalist, Michael, Booth. His 2014 book *The Almost Nearly Perfect People – The Truth About the Nordic Miracle*, leaped to the top of the non-fiction bestseller charts. “The whole world wants to know the secret of Nordic exceptionalism,” he wrote from his home in Denmark. “[But] once you begin to look more closely at the Nordic societies and their people, beyond the Western media’s current Scandinavian tropes ... a more complex, often darker, occasionally quite troubling picture begins to emerge.” Booth’s book is a eclectic assemblage of anecdotes and factoids, some which seem to have been garnered from

dinner party conversations rather than serious research. But he was kicking at an open goal – picking holes in Scandi fever was as easy as taking candy from a baby.

Other writers are now turning their attention to the obvious gap between fantasy and reality. Kajsa Norman’s *Sweden’s Dark Soul: The Unravelling of a Utopia*, due out in late 2018, promises to “shine a light into the hidden darkness lurking at the edges of Swedish society and the oppressive groupthink that threatens to eclipse its enduring brightness”. Away from these mainstream publications, the Alt Right is lining up some far more sensationalist books attacking Sweden. To understand the ferocity of the Alt Right onslaught, which uses a dark image of Sweden in its global culture war, Paul Rapacioli’s *Good Sweden, Bad Sweden: The Use and Abuse of Swedish Values in a Post-Truth World* (2018) is essential. Sweden has been complacent about its reputation, Rapacioli argues, offering his book as a wake-up call to those Swedes who believe there is still something worth defending.

What’s left of the Swedish model?

If books on Scandinavian life have tended to trivialise these societies, making them vulnerable to critique, what about the economy? It is the economy, after all, is what generates the prosperity underpinning notions of hygge, lykke and lagom. But here again, recent books fall into partisan camps – everything is either wonderful, or it’s all going to hell in a handcart.

In *Viking Economics: How The Scandinavians Got It Right – And How We Can Too* (2016), George Lakey cherry-picks facts and observations about the Nordics and tries to stitch them together into a narrative that ticks a lot of boxes for left-leaning Democrats in the USA. At the same time, however, he crowbars some diverse economic history into a superficial picture of the Nordics as bastions of historical progress achieved through “grassroots, non-violent revolution”. From the libertarian right, Nima Sanandaj’s *Debunking Utopia: Exposing the Myth of Nordic Socialism* (2016)

could almost be a direct rejoinder to Lakey, scoring easy points against what he calls “the Nordic Shangri-La”, that rose-tinted view of Scandinavia so prevalent on the left.

Amid the hype and polarisation, it is easy to fall into one of two errors: to defend a romanticised version of Sweden, in a knee-jerk reaction to the Alt Right’s fake news; or to reject any notion of Swedish exceptionalism, thereby throwing out the baby of the Swedish model together with the bathwater of romanticised versions of it. On the contrary, an effective response to fake news requires a clear conception of what makes Sweden different, and why. In 2017-18, I interviewed more than 70 leading figures in Swedish business and the trade unions.⁸ From these wide-ranging interviews, a picture emerged of the economy that may help to anchor discussions about the Swedish model and the challenges it faces today. The findings can be summarised as follows:

1. The role of trade unions is widely respected.

The trade unions in Sweden remain broadly attractive to large numbers of the population, regardless of their profession. TCO, the white-collar union federation, has gained a remarkable 400,000 new members in the past 10 years – an increase of 40 per cent, and evidence that unions can be essential to a modern workforce, even during the good times. The Swedish unions’ approach is to look after their members, rather than particular jobs, so they largely embrace the logic of free-market globalisation and the frequent economic upheaval it entails. Most employers say they actively want to negotiate with the trade unions – they are not forced to do so.⁹

2. A unique labour market. Swedish businesses pay a portion of their turnover into a unique system of “job security agencies” – *trygghetsfonder* – which help workers who are made redundant. This largely hidden welfare system lubricates the economy by taking the sting out of job losses, helping Swedish industry to restructure rapidly and relatively freely. These

agencies emerged out of centralised wage bargaining between unions and employers, the aim of which was to force Swedish industry to remain internationally competitive through constantly innovating and restructuring.¹⁰ This framework collapsed in the 1980s, and many believed this was the end of the Swedish model. But unions and employers managed to stick the system back together again, culminating in the 1997 *Industriavtalet*.

3. There is “active ownership” of companies.

Swedish capitalists have an unusual relationship with their companies. The bulk of the economy is controlled by large investment organisations with a track record of owning and managing companies for decades, so a long-term philosophy is hard-wired into their thinking. This is further encouraged by an unusual system of “dual class” share ownership, also known as A and B shares, which gives shareholders a bigger stake in the company if they commit for the longer term. This is the Swedish model of “active ownership”, where shareholders are expected to exercise their power over the long term, rather than just looking to bail out if they think management is likely to damage the share price. This approach is also associated with a sense of wider responsibility for society.

4. Generous family policies are integral to the economy.

The Swedish system of generous parental leave and subsidised childcare is no panacea, but it is outstanding compared to most other industrialised nations, and it is in the family sphere that the traditional, state-run Swedish welfare system is strongest today. The system has its political roots in a leftist government of the 1970s, but both liberal and conservative governments have pushed for its expansion. The system originated in a shortage of workers and the need for women to fill the gap, but today a political commitment to gender equality has become an integral aspect of the Swedish model. Business attitudes to lengthy parental leave tend to mirror the long-term outlook noted above.

Conclusion: the new Swedish model

It is no longer true that the Swedish model is a creature of the left – mainstream right-wing opinion also claims the model for its own. Since the economic crisis of the early 1990s, Sweden has been ruled by centre-left and centre-right coalitions for almost equal periods, with strong elements of continuity between governments. The problems that beset Sweden's economy in the 1980s were a watershed, after which the country modified important aspects of its model. The essence of this "new" Swedish model is a balance between fostering capitalism and taking responsibility for people who struggle to fit into it. In the words of Anders Borg, former finance minister:

"Fundamentally the Swedish model is a very pragmatic, down to earth way of dealing with the tension between social cohesion and growth ... a very modern

way of solving the eternal conflict between equality and expansion, cohesion versus dynamism – the Swedish model is potentially one very efficient answer."¹¹

With a clearer understanding of the features that make Sweden different from other economies, it is easier to see that the country is not the socialist utopia that the Alt Right loves to hate. At the same time, the economy has been remarkably successful, despite features that make it distinct from the Anglo-Saxon model of capitalism prevalent in the United States. The model faces many challenges, not least that of immigration. But its distinctive features also offer tools and structures that can shape a response to those issues. There are aspects of the Swedish approach to the economy that appear to be rationally worth defending – without needing to romanticise the country or play down the problems that it needs to resolve.

Notes

1. See Rapacioli (2018).
2. Childs (1980).
3. Meidner (1993, 211–228).
4. To someone with even a passing knowledge of what has happened to Danish politics since Russell's book was published, it is hard to read that phrase without raising an eyebrow.
5. I know, because I wrote this article; see Crouch (2015).
6. McNeil (2015).
7. Enjoy Science (2016).
8. Crouch (2018).
9. See also the opinion survey among Swedish CEOs, AER (2018).
10. Lars Walter at Gothenburg University is one of the few academics to have paid attention to the trygghetsfonder, see Walter (2015).
11. See Crouch (2018, 166).

References

- AER, Arbetsmarknadsekonomska rådet (2018). *Hur fungerar kollektivavtalen?* Stockholm: Arbetsmarknadsekonomska rådet, 13 February 2018. [Online.] Available at <<http://www.arbetsmarknadsekonomskaradet.se/rapporter/>>. [Accessed 16 November 2018.]
- Childs, Marquis (1980). *The Middle Way on Trial*. New Haven: Yale University Press.
- Crouch, David (2015). Efficiency Up, Turnover Down: Sweden Experiments With Six-Hour Working Day. *The Guardian*, September 17, 2015.
- Crouch, David (2018). *Bumblebee Nation: The Hidden Story of the New Swedish Model*. Stockholm: Karl Adam Bonniers Stiftelse.
- Enjoy Science (2016). Sweden Is Officially Moving to a 6-Hour Working Day. *Facebook* 7 September 2016. [Online.] Available at <www.facebook.com/enjoy.science/videos/329209404093610>. [Accessed 16 November 2018.]
- McNeil, Robert (2015). Robert McNeil on ... Swedish six-hour working day. *HeraldScotland.com*, September 21, 2015. [Online.] Available at <<https://www.heraldscotland.com/news/13772445.robert-mcneil-on-swedish-six-hour-working-day/>> [Accessed 16 November 2018.]
- Meidner, Rudolf (1993). Why Did the Swedish Model Fail? *Socialist Register* 29(1), 211–228.
- Rapacioli, Paul (2018). *Good Sweden, Bad Sweden: The Use and Abuse of Swedish Values in a Post-Truth World*. Stockholm: Volante.
- Walter, Lars (2015) (ed.) *Mellan jobb: omställningsavtal och stöd till uppsagda i Sverige*. Stockholm: SNS Förlag.

Maarit Jaakkola

Mission: Norden

Några exempel på att hitta den nordiska vinkeln och kommunicera dess relevans i dagens värld

Samtidigt som det finns glänsande visioner för det officiella nordiska samarbetet är intresset för nordisk samverkan under press. I en alltmer globaliserad värld söker sig många till bredare internationella sammanhang med engelska som lingua franca. Bland de aktörer som arbetar i och med det nordiska området på gräsrotsnivå finns det således ett stort behov av att påpeka relevansen av det nordiska idag. Hur hittar och skapar man den ”nordiska vinkeln”? Vi frågade några i olika sektorer relaterade till medier och kommunikation: ett utbildningscenter för yrkesverksamma journalister, den nationella svenska föreningen som ingår i Nordens förbund, en nybildad sammanslutning av unga medieprofessionella, Nordiska ministerrådets baltiska kontor i Lettland och det nordiska centret för forskning och utbildning i Shanghai.

Aarhuskursen – journalistisk fortbildning för att åter sätta Norden på agendan

Nordisk Journalistcenter (NJC) är en organisation för fortbildning av yrkesverksamma journalister, finansierad av Nordiska ministerrådet. NJC arbetar genom att anordna kurser, seminarier och andra kompetensfrämjande aktiviteter. Målet är att skapa och upprätthålla intresse för medier och journalistik. Centret är kanske mest känt för den årliga journalistkursen som kallas för ”Aarhuskursen”.

John Frølich, Nordisk Journalistcenter (NJC):

Vilka är ni på Nordisk Journalistcenter? Historiskt sett, hur har ni blivit till och vuxit fram till dagens organisation?

Det vi i dag kender som Nordisk Journalistcenter eller NJC så dagens lys i 1957. Under navnet Nordisk Journalistkursus var det en nordisk pendant till det efterhånden ti år gamle og velfungerende Journalistkursus ved Aarhus Universitet. Forud var gået en beslutning i Nordisk Råd den sidste dag i januar 1956.

Ideen om en fælles nordisk journalistuddannelse var lanceret to år forinden af en svensk rigsdagsmand. Allerede her var Aarhus

på tale som hjemsted for det nye initiativ – for som rigsdagsmanden, Sven Emanuel Ohlson, sagde: ”Den utvidgede samnordiske journalistutbildningen skulle förläggas till Aarhus Universitet. Aarhus är nämligen pionjär på området i Norden”.

Pressens organisationer og interessenter i Sverige, Norge, Finland og Island blev inddraget fra den spæde begyndelse. Indstillingen fra Nordisk Råds Kulturudvalg var, at den fælles nordiske journalistuddannelse skulle være en videreuddannelse – altså ikke en grunduddannelse – og den skulle være af mindst tre måneders varighed. Praktisk erfaring med journalistik skulle være adgangskrav.

Første undervisningsdag var 1. februar

1958. Hovedaktiviteten var et årligt, tre måneders langt efterårskursus for journalister. Heraf navnet. Nordisk Journalistkursus blev hurtigt i folkemunde til Aarhuskurset. Målet var, at styrke journalistikken, at styrke nordisk samhørighed og knytte bånd mellem de nordiske lande.

Nordisk Journalistkursus havde fra begyndelsen til huse i nyopførte bygninger i Vennelystparken i Aarhus. Her boede kursisterne på Journalistkollegiet, her blev de undervist og her delte de to institutioner ikke blot dørmåtte og møbler, men også ledelse.

Mange år senere, i 2010, da Nordisk Journalistkursus for længst var blevet til Nordisk Journalistcenter, besluttede pressens organisationer at sælge bygningerne i Vennelystparken. NJC rykkede op til Danmarks Medie- og Journalisthøjskole (DMJX) på Olof Palmes Allé, hvor centeret i dag nyder godt af et frugtbart samarbejde med DMJX.

Der går en lige linje fra 1957 og til i dag, hvor Aarhuskurset stadig eksisterer som en nøgleaktivitet. Men det er kortere nu, og det har fået selskab af mange andre aktiviteter – seminarer, workshops, master classes, konferencer fra Nuuk til Murmansk. NJC har nu aktiviteter i såvel Norden som Nordvestrusland og Baltikum.

Men det har altid handlet om det samme: Mødet og de vigtige, faglige diskussioner mellem journalistkolleger og redaktører i Norden. NJC har stået for netværk og videndeling fra før disse ord blev en del af vores sprog. Det er netværk, som holdes i hævd og beviser deres værdi selv mange år efter.

Vilken betydelse har det nordiska samarbejet för er?

Nordisk samarbejde er altafgørende for os og kernen i alle aktiviteter. De fælles nordiske kulturgrundlag og værdier, for eksempel det, at alle de nordiske lande har en stærk public service sektor, udgør platformen for arbejdet. Det gælder også NJC's aktiviteter i Nordvestrusland og i Baltikum. Her handler det om, at vi gennem disse aktiviteter formidler samarbejde mellem Norden og Rusland, eller mellem Norden og Baltikum. For eksempel

bidrager vi med best practice fra Norden til mediehuse og journalister i Baltikum.

Når Aarhuskurset tilbringer en uge i Bruxelles, så handler det også om nordisk samarbejde. Vi besøger det nye fællesnordiske kontor i Bruxelles. Vi udfordrer de tre nordiske kommissærer, møder nordiske medlemmer af Europa Parlamentet og diskuterer dækningen af EU med nordiske korrespondenter.

Kan du nämna några konkreta exempel på de nordiska samarbeten?

Et eksempel er journalistiske netværk i Norden. Aarhuskurset har skabt snevejs af værdifulde nordiske netværksgrupper, der stadig mødes til årlige træf og som ved, at der er hjælp at hente fra journalistkolleger i nabolandet, når historien kræver det. Cirka 20 grupper holder kontakt, diskuterer journalistiske udfordringer og samles til reunion i forskellige byer i Norden.

Et andet eksempel er samarbejdet med Barrons Press International, et netværk af journalister i Sverige, Norge, Rusland og Finland. Samarbejdet indebærer kurser, konferencer og master classes.

Desuden findes der et nordisk projekt "Russia in the News Media", som analyserer dækningen af Rusland i svenske, norske, finske og danske medier.

Vad bidrar det "nordiska" till journalisternas aktiviteter? Vad er, med andra ord, dess mervärde?

Det nordiske bidrager til en udvidelse af perspektivet og en videndeling, der kan sætte nationale historier i relief og dyrke den nordiske dimension i medie- og samfundsdebatten.

I en tid, hvor både det nordiske, journalistikken og naboskabet i regionen sættes under kritisk debat, er der et påtrængende behov for en perspektivudvidelse og en ny nordisk oplysningstid. Det er store ord, men en voksende antiintellektualisme og en voldsom mediekritik synes at skabe nye skillelinjer mellem landene, også internt i landene.

Her kan journalister få merværdi ved at hente viden, og samarbejde med nordiske kolleger om konkrete projekter. Det er ker-

nen i det, vi kalder ”Nordisk nytteværdi for journalister”.

Hur syns den nordiska vinkeln i dagens medier och journalistik?

Undersøgelser har vist, at de nordiske historier i medierne er svundet voldsomt ind. Ikke alene viser det sig i fraværet af gensidige korrespondenter i landene, det ses også i, at det nordiske perspektiv eller den nordiske vinkel stort set er forvundet fra dækningen.

Tidligere så vi, at de nordiske svar på fælles problemer var en helt normal perspektivering ved dækningen af ny lovgivning. Nu er Norden forsvundet, bortset fra når det gælder skandaler og immigrationshistorier.

Sigende er det måske, at de to største nordiske historier de sidste 10 år var Anders Behring Breivik i Norge og Peter Madsen-sagen i Danmark.

NJC vil arbejde for, at Norden kommer tilbage i medierne. NJC vil hjælpe journalister med nordisk ”crossborder journalism”. Et godt eksempel er hvordan to deltagere fra Aarhus-kurset 2017 fortsatte deres samarbejde. Finske Ann-Charlotte Åkerholm fra Yle’s samfundsredaktion og svenske Peter Nässén, program-

leder på SVT, besluttede efter kurset at indlede et journalistisk crossborder-samarbejde, der resulterede i stribevis af artikler, TV- og radioindslag om problemerne for togtrafikken i de nordlige regioner i Sverige og Finland (se <https://njc.dk/nordisk-journalistsamarbejde-fik-svensk-regering-til-at-rette-ind/>).

Et andet godt eksempel var Panama Papers-historien, der i 2016 fældede den islandske statsminister Sigmundur Davíð Gunnlaugsson. En historie, der ikke var blevet til uden et tæt samarbejdet mellem SVT’s *Uppdrag granskning* og den islandske journalist Jóhannes Kr. Kristjánsson.

At interessen for det nordiske er til stede, så vi for nylig, hvor det svenske valg var genstand for en helt usædvanlig interesse i danske medier. Gennem flere uger var valgkampen et tema i flere af de store landsaviser, dækningen var bredere end normalt, og antallet af danske journalister, der tog til Sverige på valgdagen, var rekordstort.

På valgdagen ryddede DR2 og TV 2 News fladerne, og Radio24syv sendte mandag hele morgenholdet til Malmø for at rapportere om det svenske valg.

Der er lys forude.

Nordiska föreningar främjar möten mellan olika nordiska språkgrupper

I varje nordiskt land finns en ideell förening som arbetar för att öka kunskap om Norden. I Sverige heter den Föreningen Norden, i Danmark och Norge Foreningen Norden, i Finland Pohjola-Norden och på Island Norræna félagið. Alla dessa ingår i paraplyorganisationen Nordens Förbund. I Sverige arbetar Föreningen Norden för demokratiutveckling och delaktighet genom att rikta sig mot grupper som har svårt att etablera sig i det svenska eller nordiska samhället.

Bo Andersson, general-sekreterare för Föreningen Norden i Sverige:

Vilka är ni? Varför har föreningen grundats och hur har ni vuxit fram till dagens organisation?

Föreningen Norden är en partipolitiskt och religiöst obunden ideell förening med många

medlemsorganisationer och partners. På alla nivåer och i flera olika sektorer. Vi har flera typer av medlemskap. I lokala nordenavdelningar finns personliga medlemmar. Även juridiska personer som skolor, bibliotek, förbund och företag är medlemmar.

Föreningen Norden bildades 1919 i tre länder samtidigt: Sverige, Norge och Danmark. Det fanns flera skäl, varav två starka var dels

ambitionen att verka för ett öppet, samarbete och enigt Norden, dels ett mer praktiskt, att stödja det ekonomiska utbytet, utvecklingen och det regionala försörjningsarbete som växt fram under kriget.

Redan från början var arbetet inriktat på stödja samarbetet inåt och utåt Norden. Grundare kom från riksdagspartierna, ämbetsmän, kommuner, universitet, näringsliv och föreningsliv.

Föreningen började arbeta med samhällsfrågor, särskilt ekonomi, arbetsmarknad, utbildning och socialpolitik. Men också klassisk upplysning, folkbildning, föreningsutveckling och att få in Norden som ämne i den offentliga utbildningen, i läromedel med mera.

Föreningen gick från en liten aktiv krets 1919 till att i Sverige, på mitten av 1990-talet, omfatta 36 000 personliga medlemmar, i cirka 180 lokala nordenavdelningar och 125 nationella samverkande medlemmar. Skolor var ungefär 700 och bibliotek 250. Efter EU-inträdet och en profilering att fokusera på kultur, skolor, bibliotek och klassiskt vänortsutbyte förlorade föreningen snabbt medlemmar.

Från år 2010 har föreningen ett nytt principprogram, och från 2012 arbetar föreningen med den ursprungliga uppgiften att öka samarbetet inåt och utåt Norden. Fokus ligger på samhällsutveckling som helhet, på alla nivåer.

Digitalisering är en väsentlig del i arbetet. Kultur och språkförståelse är fortsatt en mycket viktig del, men arbetet omfattar också sådant som ekonomi, goda sociala relationer över gränserna, arbetsmarknad, utbildning, rörlighet, teknisk-ekonomisk utveckling som nordisk infrastruktur samt innovationer för att möta dagens utmaning om bland annat demokrati, integration och hållbar utveckling.

Det har medfört att antalet nationella medlemmar och partners, och även medlemsantalet lokalt, har stabiliserats och till och med ökar på många håll.

Världsläget, den europeiska situationen, oro för demokratins utveckling och för utvecklingen av internationellt tillika nordiskt samarbete gör att fler ser Norden som en mötesplats och plattform för sina intressen och aktiviteter. Det är därför föreningen finns.

Hur många medlemmar har ni i nuläget?

Hur kan ni beskriva er medlemsprofil?

Föreningen har 9200 enskilda medlemmar samt totalt 450 skolor, bibliotek och organisationer.

Föreningen Norden i Sverige har medlemmar från alla de nordiska länderna, mest från Finland som en följd av dels kriget och dels arbetskraftsinvandringen. Fler utomnordiskt födda blir medlemmar, från olika länder. Det följer ungefär hur det sett ut sedan 1950-talet. Men flest nordiska medlemmar är de med släkt eller födelseland i någon av de nordiska länderna. Föreningen är öppen för alla som delar föreningens ändamål och syfte.

Föreningen fyller 100 år nästa år, och då riktar vi in oss på framtidsfrågor, särskilt hållbar utveckling. Vad är mer naturligt än att i samband med det rikta in sig mot barn och ungdom, skolor och familjer och engagera far- och morföräldrar i det arbetet.

Hållbar utveckling omfattar samhällsutvecklingen som helhet och det passar föreningen bra med tanke på att 100-årsfirandet samtidigt är en kick-off i framtidsarbetet. I frågor om hela samhällsutvecklingen eller inom ett särskilt område satsar föreningen på att stärka utveckla demokratin och få till stånd flera demokratiska mötesplatser. Det är på dem olika sakfrågor kan studeras, samtalas om och lösningar utvecklas. En metod för lokal och regional utveckling är alldeles ny och lanserad under hösten 2018.

Det är viktigt med det folkliga deltagandet i den representativa demokratin och självstyrelsen i kommuner och föreningar. Det är också viktigt med förmågan att lyssna, kommunicera och förhandla samt komma överens också i frågor där oenighet finns. Det är en av traditionerna sett till hela världen som bidragit till att fred varit faktum mellan de nordiska länderna i över 200 år.

Vilket förhållande har ni till Nordiska ministerrådet och det officiella nordiska samarbetet?

Föreningen Norden i Sverige samarbetar med andra systerorganisationer i föreningarna Nordens Förbund. Styrelse för den verk-

samheten är ordförande i respektive land. De har ett samnordiskt kansli till sitt förfogande. Föreningarna Nordens förbund har ett bra samarbete med det officiella nordiska samarbetet. Exempel på det är Norden i skolan som omfattar läromedel och tips, vänklasser och lärarkontakter, Nordjobb som omfattar sommarjobb, bostad och fritid, samt lite språkförståelse samt Nordiska nätverk som är en service att kunna finna andra organisationer men också kunna sända in kritik eller förslag till det officiella nordiska samarbetet. Mer information om dessa verksamheter finns på www.nordiskanatverk.org.

Inom respektive land bedrivs samarbete med olika departement och myndigheter, samt kommuner och regioner eller landsting. Vänortsarbetet är en del av det, och nu sker en utveckling av det klassiska vänortsarbetet mot att också arbeta med sakfrågor över gränserna – alla nivåer, alla sektorer. I det arbetet är föreningen Norden praktiska ansvariga för vissa utvecklingsstöd i både Norden och Östersjöregionen.

Berätta om er verksamhet.

Föreningen publicerar tidskriften *Nordens tidning* och böcker. På vår hemsida samlar vi informationsmaterial. Vi tar hand om event och arrangemang – allt från regeringsuppdrag som Nordkallottenkonferensen till kampanjer, resor, seminarier och medlemsmöten.

Vi har skickat även ut ett nyhetsbrev för skolor och bibliotek. Nyhetsbrevet kommer ut fyra gånger per år och vänder sig till alla som intresserar sig för frågor som rör utbildning, skol- och biblioteksverksamhet.

Inom verksamheterna byggs olika intressentnätverk, som inom utbildning och inom demokratiutveckling. Föreningen stödjer medlemmar och intressenter att precisera krav och önskemål. Föreningen hjälper till att bilda föreningar, nätverk, grupper och projekt.

Hur ser denna verksamhet ut konkret? Till exempel, vilka projekt har ni igång för tillfället?

Föreningen Norden är öppen för alla som delar ändamål och syfte, föreningen samverkar med alla som vill denna sak. Föreningen ska främja samarbete, inåt och utåt Norden.

Några exempel där föreningen medverkar i lite mer konkreta projekt är: I arbetet med NEET:s (inte i arbete, utbildning, praktik; från det engelska uttrycket "not in employment, education or training") möter vi många frågor om delaktighet eller brist på delaktighet. I arbetet med "Vägen in" (med Borlänge kommun, Rädda Barnen och Individuell Människohjälp) möter vi stora behov av att känna sig som en del av samhället och att etablera sig i det svenska, men likadant också i andra nordiska länder.

I möten med olika språkgrupper vill vi använda Nordisk språkdeklaration som grund, all tillgänglig teknik och alla nya metoder som visat sig fungera för att skapa ökad samhörighet "mellan folk i Norden" – som man sa förr – vilket idag omfattar så många fler. Det finns ca. 300 språkgrupper i Norden i vår tid. Vilken tillgång!

Nordisk språkdeklaration

Nordisk språkdeklaration, *Deklaration om nordisk språkpolitik* (2006), är ett språkpolitiskt program utarbetat av Nordiska språkrådet, en språkpolitisk lednings- och expertgrupp inom Nordiska ministerrådet. Deklarationen har godkänts av samtliga nordiska undervisningsministrar. Den är inte juridiskt bindande men ministrarna har förbundit sig till de långsiktiga mål som presenteras. Målen tillhör frågor om språkförståelse och -kunskap samt parallel-, fler- och mångspråkighet. Länderna rapporterar om uppföljningen av deklarationen vartannat år under Nordiska rådets session. Ladda rapporten ner här:

<http://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:700895/FULLTEXT01.pdf>



Young journalists, overcome your fear and join the Nordic community!

In 2016, a group of young Nordic journalists wanted to take the future of young media professionals to their own hands. It was then the Nordic Press Association (NPA) was founded. The goal of the NPA is to help people under 30 years of age to gain knowledge and experience of the Nordic region in order to make better media content.

Anna Takala, co-founder of the Nordic Press Association (NPA):

Why did young journalists – or “media makers”, as you call them – feel such a need to get together within the Nordic context?

There were little to no opportunities for young media makers from the Nordic countries to come together for training, intercultural dialogue with their peers from other Nordic countries or for publishing their stories as part of a wider Nordic discussion community. That was one of the main reasons why young media makers from Finland, Denmark and Sweden wanted to establish the Nordic Press Association, NPA. Simply put, it was to give young media makers the opportunity to gain the crucial experience they need in their work by giving them an international media platform that strives to create the best circumstances for young aspiring journalists and to empower them to advocate for their rights.

We also realized that we didn't know that much about each other. It seems in all the countries there are news about Sweden but that's all. Neither had we personal contacts to people in the other Nordic countries. So we wanted to change that and create something that didn't exist before.

In the journalistic work, it's good if you have connections to the neighbouring countries and you can follow what's going on in your neighbourhood. That gives perspective that is crucial to all journalists, not only to journalists covering foreign affairs. Globalization often craves for localization and then it is important to know how the same situation is handled somewhere else. The Nordic wel-

fare state is in the changing process, and when Finland discusses the health care system or employment, the answers are often looked for in the other Nordic countries. If a journalist doesn't know what is going on in the neighbouring countries, it makes it hard to cover even domestic news.

Nordic cooperation is also good for learning languages. Even if there has been a common preference for the official language of NPA being English, some of the unofficial talks are held in Swedish. Many of us have learned a couple of words from another Nordic or Scandinavian language. And, of course, taught his or her own native language to one's international colleagues! This learning and teaching exchange helps the passive understanding of each other's languages, which is, again, important in doing background research for the journalistic stories.

How do you engage young colleagues? What kind of events do you organize?

In 2018, the Nordic Press Association's annual seminar Nordic Youth Media Days was held in Helsinki.

The organizing team, which consisted of about ten young Finnish young journalists, felt that there is a special need for events and training sessions with a Nordic perspective in Finland. In summer 2018 they established the Nordic Press Association Finland. The goal for the Nordic Press Association Finland is to create opportunities for Nordic cooperation especially in Finland.

It's important to have a broad international network but we felt that we need small-scale national events, too. For that purpose the NPA Finland felt like a proper solution.

Based on your experiences, how relevant is the Nordic cooperation to today's young journalists and journalism students? Are they more oriented towards the "international" or "European" cooperation?

Unfortunately, it seems like the orientation is more towards wider international cooperation than Nordic. Still, we have had nice number of applicants to our annual seminars Nordic Youth Media Days and during the seminars many of the participants have come to realize that there are nice people and interesting things happening also closer by. It is also easy to participate in our seminars because they are close.

To put it briefly, it seems that young media makers are not as interested in the Nordics as we think they should be and that is the thing we are trying to change.

Have you experienced any language barriers in the interaction and cooperation? If yes, how are these overcome?

As said, the official language of the Nordic Press Association is English. And that is not only because Finns wanted it that way, but also Swedes, Danes and Norwegians found it difficult to understand each other and wanted English to be the official language.

Most of the Finnish participants and active members know some Swedish but are still afraid to use it. That is why the Nordic Press Association Finland's first event – organized in October – was an evening workshop called "Övervinn din rädsla – gör en intervju på svenska" (Overcome your fear – make an interview in Swedish). During the workshop the participants learned how to do a basic interview in Swedish. Our sparring partners were two Swedish-speaking Members of Parliament, a tv journalist and the director of Amnesty Finland.

How are you planning to tighten the Nordic community and develop the feeling of togetherness in future?

We think the answer is nothing less than co-operation. Being a Nordic citizen and having an interest in Nordic cooperation must become part of one's identity. And the younger you start the better!

For some people it's good to have an existing network they can join when others like to create their opportunities themselves. That is why we in the Nordic Press Association want to offer the both ways: we have a network one can join, but at the same time every young Nordic media maker has the change to make the network look like him- or herself.

Från informationsspridning till ömsesidigt erfarenhetsutbyte i Baltikum

Nordiska ministerrådets sekretariat ligger i Köpenhamn, men ministerrådet har representation även i Baltikum. De tre baltiska länderna Estland, Lettland och Litauen inhyser var sitt kontor. Tidigare handlade verksamheten mycket om att sprida kunskap om Norden efter att många generationer hade befunnit sig bakom järnridån. I takt med att de baltiska länderna har utvecklats ekonomiskt har samarbetet blivit jämbördigt och det handlar mera om erfarenhetsutbyte.

Stefan Eriksson, direktör på Nordiska ministerrådets kontor i Riga:

Nordiska ministerrådet är väl presenterat i de nordiska länderna, men vad gör det i

Baltikum? När startades arbetet där och vad är bakgrunden till verksamheten?

Nordiska ministerrådet öppnade sina kontor i Tallinn, Riga och Vilnius 1991, direkt efter dessa länders återupprättade självständighet. Kontorens roll har sedan dess varit att tillsam-

mans med de nordiska ambassaderna verka för att stärka den regionala nordisk-baltiska gemenskapen genom att främja och stödja olika former av samarbete mellan de nordiska och baltiska länderna inom i stort sett alla samhällssektorer.

Vår uppgift är inte att ersätta de enskilda nordiska ländernas verksamhet i Baltikum, utan att komplettera genom att framhäva den regionala nordiska dimensionen, och i förlängningen bidra till att stärka en nordisk-baltisk samhörighet.

Vilka är fördelarna och finns det några utmaningar med nordiskt samarbete i er organisation?

Kontoren i Baltikum är en del av Nordiska ministerrådets sekretariat i Köpenhamn, och nordiskt samarbete är därför en naturlig ledstjärna i allt vårt arbete. Att företräda de nordiska länderna i utlandet är på många sätt en tacksam uppgift, eftersom Norden av många betraktas som en region med lång tradition av nära samarbete och gemensamma värderingar på många områden. Kunskapen om de nordiska samarbetsinstitutionerna är ofta begränsad, och vi är vana att förklara hur det nordiska samarbetet är uppbyggt.

Samverkan mellan vårt kontor och de nordiska ambassaderna i Riga fungerar utmärkt, och vi försöker på olika sätt lyfta fram det gemensamt nordiska, till exempel genom att gemensamt fira de nordiska nationaldagarna och regelbundet arrangera nordiska dagar i någon av Lettlands regioner. Samtidigt förstår vi naturligtvis att det finns sammanhang där de nordiska länderna är konkurrenter och har ett intresse av att själva profilera sig, vilket inte hindrar att den nordiska identiteten kan bidra till att stärka de enskilda nordiska ländernas attraktionskraft.

Hur uppfattar du att nordiskt samarbete betraktas utifrån?

Även om detaljkunskapen om hur det nordiska samarbetet är uppbyggt ofta är begränsad, så vill jag hävda att den allmänna bilden av nordiskt samarbete i Lettland är positiv. Vi genomförde förra året en opinionsundersökning

om hur man i Baltikum ser på samarbete med Norden, vilket gav ett huvudsakligen uppmuntrande resultat (se <https://www.norden.lv/en/news/110418-strong-support-for-co-operation-with-the-nordic-region-in-the-baltic-countries/>).

I alla tre länderna ser en majoritet av invånarna samarbete med Norden som något positivt, och ett flertal vill även att samarbetet ska utökas. Givetvis finns i svaren en stor variation vad gäller vilka konkreta områden som anses viktiga i samarbetet med Norden. Samtidigt tror jag att det är viktigt att vara ödmjuk och inte tro att "nordiska lösningar" med automatik uppfattas som positiva på alla områden. Detta bekräftas delvis av undersökningen, som även innehöll frågor om vad som man inte uppskattade i Norden, och i svaren kan man se att nordbor ibland kan uppfattas som arroganta och överlägsna.

Samtidigt kan man konstatera att kunskapen om de nordiska länderna är förhållandevis god: de flesta letter kunde namnge framstående nordbor från olika områden – även om fiktiva personligheter som vikingar, troll och Karlsson på taket var vanligast förekommande! Sannolikt skulle en motsvarande undersökning i Norden ge ett sämre resultat, vilket betyder att det ännu finns mycket att göra i de nordiska länderna för att öka kunskapen om Baltikum, som alltför ofta i media tenderar att nämnas i olika negativa sammanhang (människohandel, pengatvätt, lönedumpning, stöldlighör etc.).

Den ökade nordiska turistströmmen till Baltikum inger trots allt förhoppning om att nordbornas kunskap och intresse för sina baltiska grannar ökar och att stereotyper och vanföreställningar ersätts av egna erfarenheter från besök i Baltikum.

Hur har Nordens relevans i ert sammanhang förändrats genom åren?

Verksamheten på de nordiska kontoren i Baltikum var under 1990-talet till stor del inriktad på spridning av information och kunskap om Norden – under en tid benämndes till och med kontoren som "informationskontor". Detta hade till stor del att göra med ett stort uppdämt behov av kunskap efter att un-

der flera generationer ha befunnit sig bakom järnridån utan möjlighet att ha kontakter med utlandet. Kontoren bedrev även viss språkundervisning på denna tid.

Idag har kunskapsnivån om Norden ökat till en helt annan nivå, och informationsteknologins genombrott har dessutom bidragit till att mycket information finns lätt tillgänglig på annat sätt. I takt med att de baltiska länderna har utvecklats ekonomiskt har också samarbetet blivit mer jämbördigt. Om det under de första åren efter frigörelsen ofta handlade om biståndsprojekt med en tydlig givar- och mottagarsida så kan man säga att idag Norden och Baltikum huvudsakligen samarbetar som partners. Det finns givetvis fortfarande en skillnad i ekonomiska möjligheter, men sedan Baltikums EU-medlemsskap så har de baltiska ekonomierna utvecklats positivt och sakta men säkert närmat sig de nordiska länderna.

Man bör också komma ihåg att de baltiska länderna på flera områden anses ligga före de nordiska länderna, till exempel vad gäller e-governance och hantering av rysk informationskrigföring, vilket betyder att det numera i allt större utsträckning handlar om erfarenhetsutbyte i bägge riktningar inom det nordisk-baltiska samarbetet.

Anser du att Norden är mer eller mindre aktuellt nu än för 5–10 år sedan?

Jag arbetade inte själv med nordiska frågor för 5–10 år sedan, men mitt allmänna intryck är att nordiskt samarbete idag upplevs som mer relevant än tidigare.

Det fanns en tid då många trodde att globala och europeiska strukturer skulle innebära lösningar på alla problem, och kanske till och med nordiskt samarbete av vissa upplevdes som en överflödigt nivå. Utan att förminska betydelsen av globalt och europeiskt samarbete, så tror jag att många idag ser regionalt samarbete i Norden som i högsta grad aktuellt och som ett viktigt komplement till andra former av bilateralt och internationellt samarbete.

Den säkerhetspolitiska situationen har förändrats i norra Europa, vilket också bidragit till att stärka det nordiska samarbetet. Denna faktor har givetvis även relevans för det nordisk-baltiska samarbetet. Lite grand av en paradox är förstås att försvars- och säkerhetspolitiska frågor inte är en institutionaliserad del av varken det nordiska eller nordisk-baltiska samarbetet. Men aktualiteten i samarbetet gäller också många andra frågor, inte minst vad gäller miljö- och klimatfrågor, hållbar utveckling, kultur och sociala frågor.

The growing academic importance of China and the Sino-Nordic research collaboration since the 1990s

During the recent years, China has rapidly grown in importance in the academic world. Parallel to this, the Chinese growth and transformation will continue to be of tremendous importance to the development of the world as a whole. Therefore, understanding China, through whatever lens – cultural, societal, environmental – is crucial to any number of fields, including for scholars who haven't focused on the country before. Nordic Centre in Shanghai has facilitated collaboration since the mid-1990s.

Cheng Liang, senior research fellow:

What is Nordic Centre in Shanghai? How did it come into being and why? What are your main activities?

Founded in 1995, Nordic Centre is a collabora-

tion between 26 institutions in Denmark, Finland, Iceland, Norway, and Sweden, located at Fudan University in Shanghai, China.

The centre was founded mainly due to the increasingly arising influence of Chinese academic research. China's various societal transformations have brought about a new

generation of minds that are engaging with the outside world in ways that previous generations didn't. Meanwhile, massive investments in research over the past few decades have made Chinese scientists leaders in a number of fields. It has never been more important or rewarding to work with China on the research challenges we face together, whether in the social or natural sciences.

Nordic Centre serves as: 1) a platform for initiating and developing research and educational programmes, conferences, and workshops of mutual interest to Nordic and Chinese scholars; 2) a teaching institution for Chinese students and scholars who study the Nordic countries, and for Nordic students and scholars pursuing the study of China; and 3) an organiser of programmes and courses for the Nordic business community in Shanghai.

Nordic Centre also organises cultural events such as national holiday celebrations, concerts, movie nights, and book launches, in order to promote not only the member institutions but the Nordic region and its culture more broadly.

Specifically, Nordic Centre can financially support academic research visits between China and Nordic countries through its research platform. Also, academic events such as research seminars, workshops, or conferences are sponsored.

In addition, every other year Nordic Centre hosts a conference, the theme of which is decided at the previous year's autumn council meeting. Organizers at one but preferably several member universities work in close collaboration with Nordic Centre to organize the conference, putting the programme together, spreading information and the call for papers, and identifying and attracting participants.

Nordic Center regularly offers education packs for students, researchers, and other staff members. The education includes tailored courses, summer courses and special courses on Nordic studies, as well as in Swedish and Danish language learning. The centre puts together course programmes for member universities, in close collaboration with academic staff from those institutions.

To put things into a broader cultural context, what kind of cultural influences have there been from the Nordic countries in China?

Nordic culture and literature have had a very special role in Chinese cultural development. For example, it is the introduction of Ibsenism in the May Fourth Movement in 1918 that has launched China's cultural modernization. Nora has been greatly adored as a cultural figure in women's liberation and in later cultural and social liberation in China. Yet, as for the Nordic cultural promotion in China, there is much to be done. For example, as for Nordic literature, there is only one academic book, *Nordic Literary History* by the Chinese scholar Shi Qinge, published in 2005, and there has been no renewed research in this field till now. Also, except for several traditional writers of Ibsen and Andersen familiar among Chinese, there has been little introduction of the contemporary Nordic writers and poets in China now.

What impresses Chinese people the most, according to my personal observation, is the artistic design of the Nordic furniture, which respects nature and has strong humanistic concern. The emphasis on harmony between human beings and nature, which is in line with traditional Chinese Taoism, and the humanistic details in furniture design is much appreciated by Chinese people. There are much efforts made to enhance the cultural communication between the two countries now. During the EXPO held in Shanghai in 2010, the exhibition of Nordic culture has attracted many Chinese and has refreshed their knowledge of the Nordic culture.

To move on to the media and communication research – how do you see the role of the Nordic countries in the media and media research field in China?

The Nordic feature in media research, according to me, is characterized by its humanistic concern and emphasis on equality. For example, the feminism and female liberation movement in Nordic countries have a long history, which has greatly promoted the advancement

of social science and humanity studies as well as research on media and communication. Consequently, the feminist research in the media is quite innovative and systematic. I was impressed by Swedish scholar Irma Halonen, who put forth the standard of feminine news in 1991, highlighting the female experience and perspective in news reporting and news writing. The feminist research in the media covers a wide range, including the influence of mass communication on women and female images in the news report and nonfiction. I am quite interested in the feminist research on the film, which has been done by many scholars, for example, Eva Liestl (Norway), Kathrine Skretting (Norway) and Vibeke Pedersen (Denmark).

The feminist research in the media in Nordic countries is not only pioneering in scope but also in theory. It has a broader vision of interrelationship between gender and media development by Swedish scholar Kirsten Drontner, who investigates the different impact of mass communication on the male and female modernization respectively from a historical perspective.

The vitality of feminist research in mass communication is a good example of Nordic academic research in media, which highlights interdisciplinary cooperation and humanistic vision on the subjects.

Are there specific theories that are specifically Nordic and have influenced the way media is studied? Or, do you see some distinct characteristics that label the Nordic media researchers?

According to my personal understanding, the Nordic media is characterized by its high demand on journalistic code of ethics such as its emphasis on the differentiation between facts and reviews in the news report, which is helpful in building up professional standards and code of behavior for journalists.

The construction of journalistic code of ethics is accompanied by supportive legal systems. For example, Danish press has been working on the press self-regulatory system construction in the past years. Since January

1992, the Danish press has replaced the tradition of self-regulation with law adjustment. A specific demand about "sound press ethics" in article 34 in the Media Liability Act is now a part of the Danish legislation, which have indeed protected the Danish citizen's personal rights and emphasized the moral codes of journalism. The case is the same for Icelandic Modern Media Initiative in Iceland and the Media Ownership Act and Broadcasting Act in Norway.

I am also impressed by the public discourse space built in Nordic mass media. In Finland, the press has been very active in constructing the public sphere by inviting the reader's active participation into the effort. The traditional and network media in Finland both encourage the participation of common readers into the news writing in which the journalists regard citizens as the performers in the public space who may decide the theme of the news, which has greatly updated the media's role and influence in today's digital context.

This is like the reader-response theory in literary studies in which the meaning of the text can be activated and renewed in continuous readings by different readers. It is very helpful in creating a dynamic, even critical, public discourse space where different voices can be heard and a certain kind of neutrality can be achieved, which is also in line with the essential spirit of journalism, for example the pursuit of objectivity. What enriches this open mechanism is the construction of community media as the extension of public discourse space, which focuses on the grassroots' news. In this way, the public, including the minorities and immigrants, may have free choices of airing their opinions. The perspective of community news may be quite peculiar and unique. It helps to create more public space for certain group of readers. Although there is much hindrance caused by commercialization during the creation of free and active public discourse space, this mechanism exhibits the high sense of social responsibility and eager pursuit of democracy of the Finland media institutions in giving voice to the voiceless.

As for Finland, the press has been very ac-

tive in constructing the public sphere by inviting the reader's active participation into the effort, which has greatly updated the media's role and influence in today's digital context.

This is quite enlightening for Chinese media. First, comprehensive legal system safeguarding the freedom of speech should be set up and the media's rights should be respected, especially in lawsuit procedure. Through the construction of sound legal environment protecting the media's right of supervision, the abuse of power in legal and administrative

systems can be effectively put under control.

Similarly, the management system of media in China should be reformed to make the media run more independently and the property right of knowledge should be under stronger legal protection.

Second, institutional construction is of equal importance for the media. For example, the Press Council in Denmark is also an inspiring innovation for Chinese media to guarantee its fulfillment of both social responsibility and the public interest.

Cecilie Ravik & Maarit Jaakkola

Hvordan skal man finde rundt i det nordiske politiske landskab?

Nordisk samarbejde – en oversigt

Når man taler om nordisk samarbejde, hvad taler man så om? Der findes mange organer og niveauer i det officielle nordiske samarbejde, og det kan være svært at skabe sig et overblik over den politiske struktur. I denne oversigtsartikel forsøger vi at belyse det såkaldte officielle nordiske samarbejde som er en kompleks størrelse. Samarbejdet består af Nordisk Råd, som er det parlamentariske samarbejdsorgan, og Nordisk Ministerråd, som er samarbejdsorgan for regeringerne. Mange blander rundt på Nordisk Ministerråd og Nordisk Råd, og under disse organer findes der et hav af underorganisationer og projekter. For overskuelighedens skyld har vi ikke medtaget alle underorganisationer, da der findes flere end 100 underorganisationer knyttede til samarbejdet.

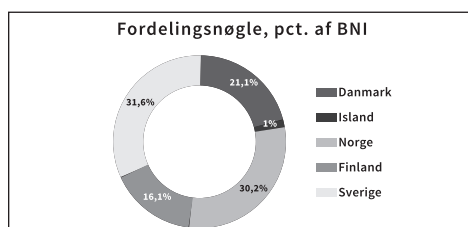
Nordisk samarbejde er en af de ældste og mest omfattende regionale og politiske kollaborationer i verden.¹ De nordiske lande udgør den tolvte største økonomier i verden. Samarbejder i sin nuværende form etablerede efter anden verdenskrig da landene ønskede et tættere samarbejde med hinanden.

Det officielle nordiske samarbejde omfatter landene Danmark, Finland, Island, Norge og Sverige samt Færøerne, Grønland og Åland. De nordiske lande finansierer samarbejdet i henhold til en fordelingsnøgle baseret på landenes andel af den totale bruttonationalindkomst.

De centrale organ i det nordiske samarbejde er Nordisk Råd og Nordisk Ministerråd. Udgangspunktet for al nordisk virksomhed skal opfylde et eller flere af nedenstående kriterier:²

- Den skal omfatte virksomhed, som ellers skulle ske i nationalt regi, men hvor der kan opnås tydelige positive effekter via fælles nordiske løsninger.

Cecilie Ravik, kommunikatør på Nordicom.
Maarit Jaakkola, redaktør för Nordicom-Information.



Kilde: Nordisk Ministerråd (2018, 35)

- Den skal manifestere og udvikle den nordiske samhörighed.
- Den skal øge den nordiske kompetence og konkurrenceevne.
- Den skal styrke den nordiske indflydelse internationalt.

Budgettet for nordisk for det nordiske samarbejde vedtages af Nordisk Ministerråd, men skal godkendes af Nordisk Råd. Alle nordiske lande bidrager til finansieringen ud fra en aftalt fordelingsnøgle (se figur ovenfor).

I en undersøgelse foretaget af Nordisk Ministerråds analyseenhed kom de frem til at over 90 procent af den nordiske befolkning synes at det nordiske samarbejde er vigtigt.³ Dog har mange svært ved at skelne mellem Nordisk Ministerråd og Nordisk Råd.⁴

1 NORDISK RÅD



1.2 Politiske organer

Plenarforsamling/session

87 medlemmer fra de nordiske lande

Præsidiet

- Præsident
- Vicepræsident
- 13 medlemmer

Udvalg

- Udvalget for Kundskab og Kultur i Norden
- Udvalget for Velfærd i Norden
- Udvalget for et Holdbart Norden
- Udvalget for Vækst og Udvikling i Norden
- *Kontrolkomitéen*
- *Valgkomitéen*

Partigrupper

- Den Socialdemokratiske Gruppe
- Midtergruppen
- Den Konservative Gruppe
- Den Venstresocialistiske Grønne Gruppe
- Nordisk Frihed
- Uden for partigruppe

1.3 Administrative organer

- Rådssekretariatet
- Delegationssekretariaterne
- Partigruppesekretariaterne
- Sekretariatskollegiet

1.4 Observatørstatus

- Sametinget
- Ungdommens Nordisk Råd

1.5

Nordisk Råds priser



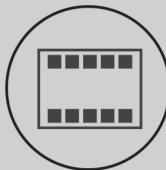
Litteratur-
prisen



Børne- og
ungdoms-
litteraturprisen



Musikprisen



Filmprisen



Miljøprisen

2 De nordiske statsministre



2.1 NORDISK MINISTERRÅD

Nordisk Ministerråd består af samarbejdsministrene og 10 fagministerråd, som hver især støttes af 16 embedsmandskomitéer.

 Samarbejdsministrene	 Arbejdsliv	 Bæredygtig Vækst
 Fiskeri, Havbrug, Jordbrug, Levnesmidler og Skovbrug	 Kultur	 Ligestilling
 Lov	 Miljø og Klima	 Social- og Helsepolitik
 Uddannelse og Forskning	 Økonomi- og Finanspolitik	 Digitalisering (2017-2020)

2.2

- 16 Embedsmandskomitéer
- Arbejdsgrupper og udvalg
- Projekter og programmer

2.3

Generalsekretæren og Nordisk Ministerråds sekretariat

12 samnordiske institutioner og 3 baltiske kontorer

- Nordisk Institution for Videreuddannelse inden for Arbejds miljøområdet (NIVA)
- Nordisk Innovation
- Nordisk Energiforskning
- Nordregio
- NordGen
- Nordisk Kulturkontakt
- Nordens Hus i Reykjavik (NOREY)
- Nordens Hus på Færøerne (NHL)
- Nordens Institut på Åland (NIPÅ)
- Nordens Institut i Grønland (NAPA)
- Nordens Velfærdscenter (NVC)
- NordForsk
- Nordisk Ministerråds kontor i Estland
- Nordisk Ministerråds kontor i Letland
- Nordisk Ministerråds kontor i Lithauen

Eksempler på samarbejdsorganer

- Miljømærket Svanen
- Nordisk Atlantsamarbejde (NORA)
- Nordicom
- Nordisk Film & TV Fond
- Nordisk Journalistcenter (NJC)
- Nordisk Kulturfond (NKF)

Eksempler på Nordisk Ministerråds fællesaktiviteter

- Foreningerne Nordens Forbund
- Grænsehindringsarbejdet
- Hallo Norden
- Norden i Fokus
- Nordisk tjenestemandsudveksling

Nordisk og internationalt samarbejde

Nordisk Råds roller er at påvirke Nordisk Ministerråd og landenes regeringer ved at komme med forslag og stille spørgsmål til dem.³ Nordisk Råd og Nordisk Ministerråd arbejder ikke kun med internordiske anliggender.

De baltiske lande er også en del af det nordiske samarbejde, hvorfor Nordisk Ministerråd har kontorer i Baltikum (se punkt 2.3 i oversigtsfiguren). Nordisk Råd og Nordisk Ministerråd samarbejder også med lande som Canada, USA, Storbritannien og Irland. Arktis og Østersøområdet er vigtige arbejdsområder for samarbejdet. Nordisk Ministerråd giver også støtte til projekter og programmer i både Rusland og Hviderusland.

Nordisk Råd

1. Nordisk Råd blev dannet i 1952. Arbejdet i Nordisk Råd reguleres af Helsingforsaftalen fra 1962 og af Nordisk Råds forretningsorden.⁵ Rådets medlemmer sidder i landenes parlamenter og udvælges af parlamenterne efter forslag fra partigrupperne. Der afholdes ikke direkte valg til Nordisk Råd.⁶

1.1 Nordisk Råds politiske organer

Det politiske arbejde sker i plenarforsamlingen, præsidiet, udvalgene og partigrupperne.

Plenarforsamling/session

Plenarforsamlingen er det øverste organ i Nordisk Råd og består af 87 medlemmer fra de nordiske lande. Plenarforsamlingen vedtager en række beslutninger på de årlige sessioner som afholdes i uge 44 i formandskabslandet.⁷ Under sessionen har Nordisk Råd mulighed for at være i direkte dialog med ministrene og stille forslag og spørgsmål samt fremsætte udtalelser til Nordisk Ministerråd eller de nordiske landes regeringer.⁸ Under sessionen udvælges præsidenten og vicepræsidenten for det kommende formandskabsår.

Præsidium

Præsidiet har ansvaret for de overordnede politiske spørgsmål, planlægning og budgetter samt det udenrigs- og sikkerhedspolitiske parlamentariske samarbejde. Præsidiet er det højeste besluttende organ mellem sessionerne.⁹ Præsidiet består af en præsident og en vicepræsident samt 13 medlemmer.

Udvalg

Det politiske samarbejde omkring konkrete spørgsmål sker primært i Nordisk Råds fagudvalg og i Præsidiet som er ledelsesorganet.¹⁰ Der findes fire udvalg: Udvalget for Kundskab og Kultur i Norden, Udvalget for Velfærd i Norden, Udvalget for et Holdbart Norden og Udvalget for Vækst og Udvikling i Norden.

Derudover findes der en kontrolkomité, hvis opgave er udføre kontrol og følge op på aktiviteter som finansieres med fælles nordiske midler. Der er også en valgkomité, hvis opgave er at forberede og fremlægge forslag til de valg som plenarforsamlingen afholder.

Partigrupperne

Nordisk Råds valgte medlemmer har mulighed for at danne partigrupper. En partigruppe skal bestå af mindst fire medlemmer og have repræsentanter fra mindst to lande.¹¹

Partigrupperne har bl.a. til opgave at udarbejde spørgsmål og medlemsforslag, samordne og udarbejde politisk stillingtagen i gruppen, samt være i dialog med borgere og relevante organisationer i Norden.¹²

Nordisk Råd har fem partigrupper: den Socialdemokratiske Gruppe, Midtergruppen, den Konservative Gruppe, den Venstresocialistiske Grønne Gruppe og Nordisk Frihed.

1.2 Nordisk Råds administrative organer

Nordisk Råds administrative organer består af rådsekretariatet, de nationale delegationssekretariaterne, partigruppesekretariaterne og sekretariatskollegiet.

Rådssekretariatet

Rådssekretariatet deler hus med Nordisk Ministerråds sekretariat og Nordisk kulturfond i København. Arbejdet ledes af en rådsdirektør, som også er referent i Præsidiets. Sekretariatets opgave er at forberede spørgsmål og sager som skal behandles i præsidiets og udvalgene.

De nationale delegationer

Hvert nordisk land har en delegation i Nordisk Råd. Delegationerne skal kontrollere at beslutninger i Nordisk Råd og Nordisk Ministerråd gennemføres nationalt.¹³

Partigruppesekretariaterne

Deres opgave er bistå partigrupperne med at udarbejde medlemsforlag, og generelt briefe og rådgive dem.

Sekretariatskollegiet

Sekretariatskollegiet består af rådsdirektøren, medarbejdere fra sekretariaterne, delegationerne og partigrupperne. Sekretariatskollegiet forbereder Præsidiets møder samt drøfter andre sager af fælles interesse.

1.3 Observatørstatus

Det er sametingene i Finland, Norge og Sverige samt Ungdommens Nordiske Råd som har observatørstatus i Nordisk Råd. Førstnævnte har et til at udtale sig i generaldebatten og i øvrigt i henhold til Præsidiets beslutning, og sidstnævnte har ret til at deltage i Præsidiets møder, men ikke i deres beslutninger.

1.4 Nordisk Råds priser

Nordisk Råd uddeler hvert år fem priser: litteraturprisen, børne- og ungdomslitteraturprisen, musikprisen, filmprisen og miljøprisen. Litteraturprisen er den ældste af de fem priser. Den blev uddelt første gang i 1962.

Nordisk Råds priser regnes blandt de mest anerkendende priser i Norden. Priserne bliver uddelt hvert år til Nordisk Råds session og vinderne får 350.000 DKK hver.¹⁴

2. Nordisk Ministerråd

Nordisk Ministerråd blev dannet i 1971 og er det officielle nordiske regerings-samarbejdsorgan. Nordisk Ministerråd kendetegnes af konsensusprincip; det vil sige at Nordisk Ministerråd arbejder med sager som alle fem lande er enige om.¹⁵ Det er statsministrene som har det overordnede ansvar for Nordisk Ministerråd, men det praktiske ansvar ligger hos samarbejdsministrene som er udpegede af statsministrene.

2.1 Flere ministerråd

Nordisk Ministerråd er trods navnet ikke ét ministerråd, men flere. Samarbejdsministrene mødes i det som kaldes Nordisk Ministerråd for Samarbejdsministrene (MR-SAM). Derudover findes der et ad hoc ministerråd for digitalisering og ti fagministerråd, hvor de andre nordiske ministrene mødes.

2.2 Embedsmandskomitéer og arbejdsgrupper

Under hvert ministerråd er der tilknyttet embedsmandskomitéer som har til opgave at følge op på sager der behandles i deres ministerråd. Der findes i alt 16 embedsmandskomitéer.

Der findes mange arbejdsgrupper og udvalg som er nedsat af ministerråd eller embedsmandskomitéer, og hvis opgave er at arbejde med ministerrådet målsætninger.

2.3 Sekretariat og generalsekretæren

Nordisk Ministerråd sekretariat og generalsekretæren har ansvaret for den daglige drift af regeringssamarbejdet og skal realisere samarbejdsministrenes vision "Sammen er vi stærkere".¹⁶ Sekretariatet ledes af en generalsekretær som er udpeget af de nordiske regeringer.

Institutioner og samarbejdsorganer

En stor del af det nordiske samarbejde foregår via Nordisk Ministerråds institutioner og sam-

arbejdsorganer. Godt en tredjedel af minister-rådets samlede budget går netop til disse.¹⁷

De nordiske institutioner har en tæt tilknytning til det politiske arbejde og sekretariatet, mens et samarbejdsorgan har en mere løs tilknytning og er hel eller delvis finansieret af Nordisk Ministerråd. Nordicom falder under sidstnævnte kategori.

Fællesaktiviteter

Nordisk Ministerråd bidrager til en masse fællesaktiviteter. Fællesaktiviteter er aktiviteter som skal være med til at styrke nordisk nytte. Eksempel er:

- Foreningerne Nordens Forbund (FNF) – et forbund som arbejder for at styrke det folkelige nordiske samarbejde.
- Grænsehindringsarbejdet – statsministrenes projekt om at gøre Norden til verdens mest integrerede region.
- Hallo Norden – informationskontor for personer som flytter, arbejder eller studere i Norden.
- Norden i Fokus – arrangerer debatmøder og seminarier om aktuelle emner inden for politik, kultur og miljø.
- Nordisk tjenestemandsudveksling (TJUT) – udvekslingsstøtte for nordiske statsansatte.

Noter

1. Grunfelder et al. (2018).
2. Nordisk Ministerråd (2018c, 19).
3. Andreasson & Stende (2017, 8).
4. Nordisk Ministerråd (2018c, 11); Andreasson & Stende (2017, 20).
5. Nordisk Råd (2017).
6. Nordisk Råd & Nordisk Ministerråd (2018d).
7. Nordisk Råd & Nordisk Ministerråd (2018b).
8. Nordisk Ministerråd (2017, 9-15).
9. Nordisk Råd & Nordisk Ministerråd (2018a).
10. Nordisk Råd & Nordisk Ministerråd (2018c).
11. Nordisk Ministerråd (2017, 24).
12. Nordisk Ministerråd (2017, 25).
13. Nordisk Ministerråd (2017, 23).
14. Nordisk Råd & Nordisk Ministerråd (2018e).
15. Nordisk Ministerråd (2018c, 11).
16. Nordisk Ministerråd (2018c, 27).
17. Nordisk Ministerråd (2018c, 29).

Referencer

- Andreasson, Ulf & Stende, Truls (2017). *Ett värdefullt samarbete: Den nordiska befolkningens syn på Norden*. Köpenhamn: Nordiska Ministerrådet.
- Grunfelder, Julien; Rispling, Linus & Norlén, Gustaf (eds.): *State of the Nordic Region 2018*. Copenhagen: Nordic Council of Ministers.
- Nordisk Ministerråd (2017). *Velkommen til Nordisk Råd: arbejdet og arbejdsformer i Nordisk Råd*. København: Nordisk Ministerråd.
- Nordisk Ministerråd (2018a). *Helsingsforståelsen: Samarbejdsoverenskomst mellem Danmark, Finland, Island,*

- Norge og Sverige*. København: Nordisk Ministerråd.
- Nordisk Ministerråd (2018b). *Nordiska ministerrådet – budgetförslag: planer och budget 2019 framlagt av generalsekreteraren*. Köpenhamn: Nordisk Ministerråd.
- Nordisk Ministerråd (2018c). *Velkommen til Nordisk Ministerråd: arbejdet og arbejdsformer*. København: Nordisk Ministerråd.
- Nordisk Råd (2017). *Forretningsorden for Nordisk Råd*. København: Nordisk Råd.
- Nordisk Råd & Nordisk Ministerråd (2018a). Information om Nordisk Råds præsidium. [Online.] Tillgänglig på <<https://www.norden.org/da/information/om-nordisk-rads-praesidium>>. [Hämtad den 15 september 2018.]
- Nordisk Råd & Nordisk Ministerråd (2018b). Information om Nordisk Råds sessioner. [Online.] Tillgänglig på <<https://www.norden.org/da/information/om-nordisk-rads-sessioner>>. [Hämtad den 15 september 2018.]
- Nordisk Råd & Nordisk Ministerråd (2018c). Information om Nordisk Råds udvalg. [Online.] Tillgänglig på <<https://www.norden.org/da/information/om-nordisk-rads-udvalg>>. [Hämtad den 15 september 2018.]
- Nordisk Råd & Nordisk Ministerråd (2018d). Om Nordisk Råd. [Online.] Tillgänglig på <<https://www.norden.org/da/information/om-nordisk-rad>>. [Hämtad den 15 september 2018.]
- Nordisk Råd & Nordisk Ministerråd (2018e). Om Nordisk Råds Priser. [Online.] Tillgänglig på <<https://www.norden.org/da/information/om-nordisk-rads-priser>>. [Hämtad den 15 september 2018.]

Ingång till den nordiska gemenskapen

Söker du ingång till det nordiska? Här har vi valt ut några rapporter som hjälper till att komma in i aktuella diskussioner om Norden. Alla ligger öppet på webben. Mer rapporter, politiska program och diskussionsunderlag hittar du på NordPub, Nordiska ministerrådets publikationsdatabas på <http://norden.diva-portal.org>.



Arvidsson, Karin:
Talar Norden med kliven tunga? Drottningen, ministern och alla vi andra om den nordiska språkgemenskapen
Nordiska ministerrådet och Nordiska rådet,
Nord 2012:003, 121 s.

Denna bok består av 13 kapitel som levererar personliga reflektioner och historier med Nordens olika språk i fokus. Koncernchefen i medieföretaget Schibsted Rolv Erik Ryssdahl stämplar idén om en samnordisk flerspråkig tidning, *Nordens Dagblad*, som en utopi som aldrig kan lyckas. "Man vet att människor idag vill ha en blandning av lokala, nationella och internationella nyheter i sina tidningar, men allt detta fortfarande på sitt eget språk." Den norske tv-programledaren Fredrik Skavlan, värden på den populära talkshowen *Skavlan* som sänds både i Sverige och Norge, definierar sitt språk som "svorska", det vill säga "ett sorts praktiskt hopstuvat blandspråk" för den ömsesidiga språkförståelsens skull. "Det enda som betyder något för mig är förståelsen – själva språkhanteringen är meningslös." Erfarna talare och språkentusiaster vilken roll språket kan spela både privat och yrkesmässigt.

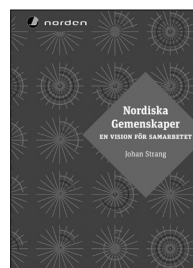
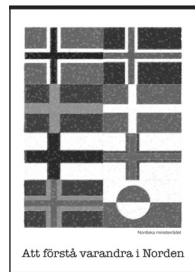
Ladda ner: <http://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:702611/FULLTEXT01.pdf>



Grünbaum, Catharina & Reuter, Mikael:
Att förstå varandra i Norden – språkråd till nordbor i nordiskt samarbete
Nordiska ministerrådet i samarbete med Nordens institut i Finland, 2013 (4:e reviderade upplaga), 63 s.

Denna publikation är som en praktisk lärobok i skandinaviska. Första versionen av skriften gavs ut redan 1987 och baserade sig på ett häfte från 1980. Den fjärde reviderade upplagan av skriften presenterar grunderna i varje nordiskt språk och ger råd för modersmalstalarare av varje nordisk språkgrupp. Den belyser till exempel vilka språkliga preferenser olika modersmalstalarare har, hur man ska anpassa sitt språk på den nordiska arenan inför olika nationella publikationer, när det går att använda engelska istället för skandinaviska och hur man kan underlätta tolkens arbete om man blir simultantolkad. Fokus är på möten och yrkesmässiga kontakter. Obligatorisk läsning för alla som engagerar sig i nordiskt samarbete!

Ladda ner:
https://www.nordiskkulturkontakt.org/wp-content/uploads/2017/12/ISBN-9789526794945.-Att_förstå_varandra_2013.pdf

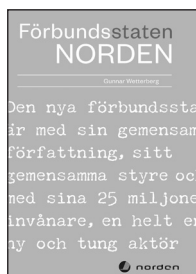


Strang, Johan:
Nordiska gemenskaper: en vision för samarbetet
2012, 97 s.

Utgiven som en jubileumsbok när Nordiska rådet fyllde 60 år, framlägger denna rapport en vision för det nordiska samarbetet. Strang föreslår till exempel att det ska grundas en ny nordisk tankesmedja. I in-

ledningsartikeln till detta nummer av *Nordicom-Information* blickar författaren Johan Strang tillbaka på hur rapporten blev mottagen.

Ladda ner:
<http://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:702589/FULLTEXT01.pdf>



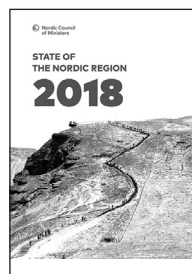
Wetterberg, Gunnar:
Förbundsstaten Norden
Nordiska ministerrådet och Nordiska rådet, 2010, TemaNord 2010:582, 79 s.

En pånyttfödelse av Kalmarunionen? I denna polemiska och uppseendeväckande bok som blåste liv i debatten kring Norden argumenterar den svenske samhällsdebattören och historikern Gunnar Wetterberg för en ny nordisk förbundsstat. Han presenterar tankar om hur utrikes- och försvarssamarbete, finanspolitik och kultursamarbete skulle kunna tas hand om på en gemensam bas. "Förbundsstaten skulle bli en stark och bred bas för en gemensam forskningspolitik, som skulle underlätta satsningar av internationell klass." I sökandet efter medieförbundsstaten drömmer Wetterberg om en gemensam nordisk offentlighet där debatterna överskrider gränserna. "Det är ledsamt att 1980-talets Nordsat aldrig blev av därför att länderna lät nationella TV2 gå före. I kabelkanalernas tid går det att göra misstaget gjort."

Ladda ner: <http://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:701078/FULLTEXT01.pdf>



Grunfelder, Julien; Rispling, Linus & Norlén, Gustaf (eds.):
State of the Nordic Region 2018
Nordic Council of Ministers, 2018, 201 p.



The Nordic Council of Ministers has contributed to the compilation of Nordic statistics for more than 50 years. This report, which is published every other year and produced by Nordregio, an international research center for regional development and planning with headquarters in Stockholm, presents a series of facts and figures covering Denmark, Finland, Iceland, Norway and Sweden, along with Greenland, the Faroe Islands and Åland. The topics include the current state within core socioeconomic sectors, including demography, economy, the labour force and education. In 2018, the report includes focus chapters on digitalisation and cultural co-operation. Co-producers of the statistics are the Nordic Welfare Center and the Nordic Agency for Cultural Policy Analysis in Sweden.

Download here:
<http://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:1180241/FULLTEXT01.pdf>



Mads Kæmsgaard Eberholst

Den transnationale offentlighed i Øresundsregionen

#Øresund og #greatercph på Twitter

Norden er ikke blot et geografisk område. Det er også en række lande, der har grænseregioner mod hverandre, og er der én ting vi ved omkring disse regioner, så er det at journalistik bestemt ikke flyder frit over grænsen. Nærmere gælder det modsatte som oftest. *Derfor er den transnationale offentlighed begrænset.* Men sagen kunne tænkes at være en anden, hvis man ser på det sociale medie Twitter, hvor både politikere og journalister er at finde i store tal. Dette studie undersøger Øresundsregionen på Twitter, og giver et bud på, hvilken horisontal europæisering, der foregår i en digital ad hoc offentlighed her.

Der mangler ikke studier af Twitter og politik i almindelighed. Et af de nyeste litteraturstudier¹ viser blandt andet, at Twitter-brugere ikke er repræsentative, men nærmere en elite bestående af politikere, journalister og politisk interesserede. Studiet finder også, at der er en overvægt af Twitter-studier fra USA og Storbritannien samt at der kun eksisterer få studier af Twitter i de nordiske lande. Blandt de skandinaviske politikere er Twitter mindre populært blandt danske politikere end deres svenske og norske kolleger. Danmark er det land, hvor Twitter bruges mindst af politikerne.²

Den digitale offentlighed

I takt med udbredelsen af sociale netværksmedier som Facebook og Twitter, har forskere påpeget, at netop denne type medier kunne være med til at sikre et mere inkluderende de-

mokrati. Men der findes kun begrænset forskningsmæssigt belæg for denne optimisme.³

Dette skyldes, at en digital offentlighed må tænkes anderledes end den, som kan udledes fra Habermas klassiske tanker.⁴ Et af de vigtigste argumenter her er nemlig, at grundstenen omkring offentlighedsbegrebet er, at deltagere skal have *adgang* for at være i stand til at deltage i offentligheden.⁵ Det er ofte kritiseret, at konceptet "adgang" på ingen måde kan overføres til tanken om at alle borgere har denne adgang.⁶ På nogle områder ændrer sociale medier de spilleregler, der gælder i de traditionelle medier, som Habermas klassiske tanker centrerer sig omkring. I traditionelle medier er der en bestemt medielogik,⁷ hvor bestemte elitære kilder og emner (og køn) ofte repræsenteres⁸ og ofte adskiller den dagsorden der er på de sociale medier sig fra den som man finder i de traditionelle medier.⁹ Men selvom sociale medier er lettere at trænge igennem på for de yngre, ukendte politikere,¹⁰ og sociale medier i princippet giver muligheder for at alle kan deltage i debat,¹¹ kan dette ikke nødvendigvis oversættes til at den brede adgang per definition fører til en mere oplyst, inkluderende

Mads Kæmsgaard Eberholst, ph.d.-studerende og journalistisk lektor på Institut for Kommunikation og Humanistisk videnskab på Roskilde Universitet. Han forsker i transnational journalistik, sociale medier og nyhedsproduktion. Han har tidligere arbejdet som tv-reporter.

og handlekraftig offentlighed. Ikke mindst fordi det er nødvendigt at adskille 'adgang' fra 'deltagelse' og 'interaktion'.¹² Adgangen til en digital offentlighed er ikke ensbetydende med, at flere deltager i offentligheden gennem en evt. øget grad af interaktion. I et studie af kommentarer på Facebook blev det konkluderet, at selvom Facebook-brugerne deltager i debatten er der ikke nogen indikation af en egentlig *fælles* offentlig diskussion med et egentligt mål; selvom der er meget debat er der få nye synspunkter og kun sporadisk kritik af medierne og magtelite.¹³

Disse forbehold omkring adgangen og indholdet på de sociale medier til trods, er det nødvendigt at slå fast, at i internetalderen er input-delen af den digitale offentlighed blevet særdeles mangfoldig og voluminøs. Der er *adgang* for borgere, organisationer, firmaer, politikere og interessenter, og der er *mulighed* for øget deltagelse og interaktion, og dette har konsekvenser, da der bag ved disse mekanismer ligger virksomheder, der profiterer på at give denne adgang. Dette manifesteres i særdeleshed ved, at de sociale medier personaliseres, således at den enkelte bruger oplever sin egen version af offentligheden.¹⁴

I forhold til personalisering er det dog også relevant at se på én af de andre teknologiske byggesten til den digitale offentlighed; nemlig hashtagget. Et hashtag kan ses som en kategoriseringsmekanisme,¹⁵ og gennem denne kategorisering indgår den enkelte bruger både ved at skabe og læse indhold i forskellige dele af den digitale offentlighed, som man kan kalde for ad hoc offentligheder.¹⁶

Skabelsen af disse ad hoc offentligheder gennem hashtags er selvfølgelig dynamisk, og brugerne kan indgå i mange ad hoc offentligheder på én og samme tid.¹⁷ Groft sagt kan man betragte hele indholdet af Twitter som én stor, global digital offentlighed, som indeles

i mange mindre bidder af offentligheder ved brugen af hashtags.

Øresundsregionen

Først og fremmest er Øresundsregionen en geografisk afgrænset del af Danmark og Syd-sverige. I regionen bor der ifølge Ørestat ca. 3,8 millioner mennesker i og omkring den danske hovedstad og Skåne-området. Den geografiske fordeling af beboerne er dog ikke ligelig. Omkring 2/3 af indbyggerne i regionen bor på den danske side af Øresund.

Øresundsregionen er *politisk* funderet i Øresunds-komiteen, der har været en politisk enhed siden 1964,¹⁹ hvilket gør den til den næstældste af de mange Euro-regioner, der findes i den Europæiske Union. Det var dog først i 1990'erne at den danske og svenske regering blev enige om at opføre Øresundsbroen, som formelt blev indviet i år 2000 og som siden har været hjørnesteinen i Øresundsregionen.²⁰ Siden indvielsen af Øresundsbroen har regionen set fremvæksten af et fælles arbejdsmarked og -arbejdsstyrke, hvor mange indbyggere vælger at leve på den ene side af broen og arbejde på den anden. Desværre har vi endnu til gode at se en fremvækst af egentlig fælles Øresundskultur eller -offentlighed.²¹ I det seneste studie på området konkluderes det, at der kun findes megen sporadisk mediedækning af Øresundsregionen i de traditionelle medier,²² og at den europæiseringstendens der kan findes i Øresundsregionen bedst kan beskrives som svag horisontal europæisering,²³ men også at interessen fra Sverige mod Danmark er større end vice versa.²⁴

Europæisering i medierne

Nyhedsmedierne spiller en vigtig rolle i opbygningen af transnationale regioner,²⁵ og i de

Greater Copenhagen eller Øresundsregionen?

I 2015 blev Øresunds-komiteen formelt omdøbt til Greater Copenhagen and Skåne Comité, og Øresundsregionen dermed også formelt omdøbt til Greater Copenhagen-area. I denne artikel anvendes kun begrebet Øresundsregionen. Spørgeskemaundersøgelser omkring tilhørsforholdet til regionen viser et fald i tilhør efter det nye navn.¹⁸

studier der findes af Øresundsregionen gives mediernes rolle da også en del opmærksomhed.²⁶

Ud fra idéen om nationalstaten som et forestillet fællesskab²⁷ og mediernes rolle i opbygningen og forståelsen heraf, er det vigtigt at supplere med det perspektiv, at mediedækning på nationalstatsniveau adskiller sig markant fra mediedækning på europæisk niveau²⁸ og dermed også fra transnationale Euro-regioner som Øresundsregionen.

Nyheder om den europæiske union klassificeres af journalister ofte som udlandsnyheder, hvilket er med til at skabe et billede på nyhedsredaktionerne af EU som noget, der er ”langt væk”. Dette er medvirkende til at der, især på tv, er meget lav frekvens af dækningen af EU-relateret stof.²⁹ Klassifikationen af EU som noget *udenfor* nationalstaten kan ses som *vertikal europæisering*. Her menes de kommunikative forbindelser, der findes mellem medlemslandene og Europa. Dette kunne f.eks. være en nyhed om forbindelsen fra nationalstaten til EU-parlamentet eller EU-kommissionen. Som tidligere nævnt er frekvensen af den vertikale EU-mediedækning lav, og følgende heraf er der også lav dækning af de transnationale Euro-regioner overalt i Europa. Denne mediedækning kan dog øges på flere forskellige måder. En af disse måder er at lave et transnationalt nyhedsagentur,³⁰ og et sådant findes faktisk i Øresundsregionen. Nyhedsbureauet hedder News Øresund. Alene det at der findes et transnationalt nyhedsbureau i regionen kan være en indikator på *horisontal europæisering*. Her menes forbindelser mellem de enkelte medlemslande. Ydermere kan denne horisontale europæisering inddeles i en stærk og svag variant. I den svage variant behandler medlemslandenes medier kun nabolande på et emne-niveau. I den stærke variant er der direkte forbindelser på policy- eller aktørniveau. I forhold til anvendelse af europæiserings-begreberne i en kontekst omkring studier af sociale medier, er dette gjort få gange før. Fx finder et studie³¹ at der er en højere grad af horisontal europæisering i printmedierne fremfor de sociale medier.

Følgende heraf kan de første undersøgelsesspørgsmål nu defineres.

RQ1: *Hvilken europæiseringstype findes der i den transnationale offentlighed på Twitter?*

RQ2: *Hvem tweeter i den transnationale offentlighed på Twitter?*

I en vis forstand må Twitter anses som et medie, hvortil mange aktører kan bidrage til en fælles offentlighed, der ikke optræder i en redigeret udgave, som i de traditionelle massemedier, men nærmere i en fragmenteret udgave på basis af forskellige ad hoc offentligheder defineret gennem brugen af fx hashtags. Dog må det antages, at der indenfor hver af disse ad hoc offentligheder, for ikke at tale om på Twitter som helhed, er en dominerende dagsorden af emner, der påkalder sig mere opmærksomhed end andre, og altså ligner den dagsordensættende funktion, man finder hos de traditionelle massemedier.³² Dette leder videre mod det sidste undersøgelsesspørgsmål.

RQ3: *Hvilke emner tweetes der om i den transnationale offentlighed i Øresundsregionen?*

Indsamling fra Twitter

Data til denne artikel er indsamlet fra Twitter over en periode på 17 måneder fra 17/1 2016 til 1/7 2017 ved at bruge programmet *Yourtwapperkeeper*.³³ Dette program er blevet brugt til adskillige undersøgelser og har trods begrænsninger vist sig at være en udmærket metode til at høste data fra Twitter.³⁴

Yourtwapperkeeper giver mulighed for at høste tweets enten fra specifikke hashtags eller ved brug af søgeord. Inspireret af tidligere undersøgelser fra området³⁵ blev følgende nøgleord og hashtags brugt for at foretage høsten af data fra Twitter: “øresund, lund, malmö, øresundsbron, øresundsbroen, #greatercopenhagen, greater Copenhagen, #øresundsregionen, #øresundsregionen, #greatercph”.

Da data er indsamlet som hashtags eller nøgleord, og selve det semantiske indhold i et tweet dermed er udgangspunktet for indsamlingen, er det her også relevant at nævne,

Et smart API

Twitters API er intelligent i forhold til sproglige korrektioner, og en søgning på "øresund" svarer til "øresund". Derfor er de svenske varianter af ö-ord ikke medtaget i søgningen eksplicit, men findes altså i søgningerne alligevel. At Twitters API er en intelligent blackbox, og intelligensen umulig at få dokumentation for, er tidligere blevet diskuteret,³⁶ men da intelligensen her arbejder for undersøgelsen undlades yderligere diskussion af dette.

at det ikke er muligt at lave en analyse af komplette "samtaler" (strengt af tweets) mellem aktører. Dette ville kræve, at man høstede med udgangspunkt i identificerbare aktører og disses komplette historik. En analyse af aktører-relationer eller andre analyser baseret på aktørniveau er ikke mulig i den indsamlede data.

Fra data til analyse

Den indsamlede data er blevet modelleret som foreslået i ORAN-modellen.³⁷ ORAN er tænkt som et strukturelt værktøj, der fordrer at data, inden analyse, konceptualiseres og struktureres i atomiske koncepter; et såkaldt konceptgitter der indikerer relationer mellem og grupperinger af data. Dette sikrer, at man i analysen ikke blot gør, hvad der er muligt i et givent analyse-program, hvilket ellers *kan* være tilfældet, når man skal analysere data fra sociale medier. Netop metodiske valg, transparens og konsistens i indsamlingen og behandlingen af data, inden analyse, er vigtigt, når man laver projekter, der indsamler data fra fx Twitter.³⁸ I sig selv giver ORAN ikke nogen analyseredskaber, men modellen giver en strukturel tilgang til at organisere data, inden denne skal analyseres. Herudover er der inden analyse udført et validitetstjek på data, således at der ikke optræder dubletter af tweets, og det er også blevet sikret, der ikke er tidsmæssige huller i data.

Grupperinger og konceptgitter

For at analysere 41.740 tweets kræves det, at konceptgitteret indrettes herefter. En datamængde på så mange tweets er på én gang mange og kan kun med stort besvær analyseres i hånden, men i en anden forstand også ret få set i forhold til lignende studier, hvor

der nogle gange analyseres adskillige millioner tweets. En indledende observation er dog, at 41.740 tweets i en relativt længere indsamlingsperiode ikke er ret mange. Som sammenligningsgrundlag kan det her siges, at programmet der blev brugt til indsamling i samme periode indsamlede knap 1,8 millioner tweets i hashtagget #dkpol³⁹ alene. Da datamængden er begrænset, er det oplagt at se på, hvem der skaber denne data. Da ORAN-modellen fordrer et konceptuelt gitter med roller og relationer, foretages den første beslutning: kun at medtage de brugere der tweeter *ofte* om Øresundsregionen. Da dataindsamlingen er foregået over 17 måneder, giver det mening at se på, hvem der *hyppigt* deltager fremfor alle, der nogensinde har deltaget med så meget som ét eneste tweet. Derfor medtages kun brugere, der har tweetet mere end 5 gange. Begrundelsen for at vælge 5 tweets som grænse findes i, at man ved denne grænse indgrænser knap halvdelen af de tweets, der findes i datamaterialet, hvor man med 6 eller flere tweets ville komme ned på ca. en tredjedel af materialet. De hyppige tweetere analyseres herefter for, hvilken rolle de har. Til brug herfor indhentes deres offentlige profilinformation fra Twitter. Denne profilinformation kodes herefter i en inddeling, som er anvendt i tidligere mediestudier.⁴⁰ Efter en prøvekodning var det nødvendigt at justere kategorierne, så de matchede Twitters brugerbase og terminologi bedre. Derfor er de endelige grupperinger justeret til at være: Offentligt ansatte og -organisationer, Erhvervspersoner og -organisationer, Borgere, Medier og medierepræsentanter, NA,⁴¹ Twitter-tjenester og bots, Andre, Politikere, Kunstnere og kulturpersoner, Ikke-offentlige organisationer, Forskere og -organisationer. Hvor aktørgrupperingen kan give et overblik over, hvilke grupper der tegner dagsordenen

i materialet, kan selve det semantiske indhold også undersøges. For at lave disse analyser blev teksten fra alle tweets analyseret i programmet Wordij,⁴² der kan lave semantisk analyse af data. Programmet Gephi er herefter blevet benyttet til at visualisere data.⁴³

Hvem tweeter i Øresundsregionen?

I alt indeholder materialet 41.740 tweets fordelt på 20.157 unikke Twitter-brugere. Gennemsnitligt har brugerne tweetet 2,07 gange. Går man dybere ind i materialet, og ser på de hyppige tweedere (≥ 5 i indsamlingsperioden) ændrer billedet sig en smule. De hyppige tweedere ($n=1082$) har totalt tweetet 17.798 gange. De hyppige tweedere udgør altså blot 18,6 pct. af den samlede masse af brugere, men har samlet genereret 42,6 pct. af den totale mængde af tweets. De hyppige brugere har gennemsnitligt tweetet 16,5 gange. Dermed står det klar, at det en mindre gruppe af brugere, der står for en stor del af den transnationale offentlighed, der findes i Øresundsregionen.

Tabel 1 viser flere interessante ting. I traditionelle medier er de fleste kilder politikere (14 pct.) eller kommer fra erhvervslivet (19 pct.). Herefter kommer kunstnere og kulturpersoner (15 pct.) fulgt af embedsmænd og

offentligt ansatte (13 pct.). Denne fordeling har været nogenlunde stabil i de traditionelle medier siden 1999.⁴⁴ Det står dog klart, at fordelingen blandt de hyppigt tweetende brugere ingenlunde er lig den traditionelle, når man ser på deltagelsesgraden i de forskellige grupperinger (Tabel 1). De mest aktive er de offentligt ansatte og -organisationer (15 pct.) tæt efterfulgt af erhvervslivet (15 pct.) og borgerne (14 pct.). Ikke overraskende fylder medier- og medierepræsentanter en del (12 pct.), men denne kategori kan både dække over journalister, der tweeter ”for egen regning” samt medier, der poster nyheder om fx Øresundsbroen, og er dermed i nærværende undersøgelse ikke så interessant. Men der hvor den største afvigelse fra et normalt mediebillede ses er ved fraværet af politikere i materialet. Blot 6 pct. af brugerne blandt de hyppige tweedere er politikere, og disse politikere står blot for 4 pct. af de samlede tweets. Politikerne er altså ikke en særlig aktiv gruppe af brugere.

Samtidigt er det interessant, at selvom der er flest offentligt ansatte og organisationer målt på brugere, så udgør deres tweets kun 8 pct. af det samlede materiale. De offentligt ansatte er altså mange, men tweeter ikke så tit. Det gør borgerne til gengæld, for blot 14 pct. af brugerne er borgere, men deres tweets står for hele 20 pct. af materialet. Dog er ind-

Gruppering	Tweets		Brugere		Avg. Tweets
Andre	1 420	8 %	149	14 %	9,5
Borgere	2 441	14 %	216	20 %	11,3
Erhvervspersoner og -organisationer	2 621	15 %	145	13 %	18,1
Forskere og -organisationer	192	1 %	13	1 %	14,8
Ikke-offentlige organisationer	524	3 %	46	4 %	11,4
Kunstnere og kulturpersoner	692	4 %	57	5 %	12,1
Medier og medierepræsentanter	2 114	12 %	91	8 %	23,2
NA	2 011	11 %	176	16 %	11,4
Offentligt ansatte og -organisationer	2 744	15 %	88	8 %	31,2
Politikere	1 148	6 %	44	4 %	26,1
Twitter-tjenester og bots	1 891	11 %	57	5 %	33,2
Total	17 798	100 %	1082	100 %	

Tabel 1. Hyppige brugere og deres interaktionsgrad.

holdet, som vi skal se senere, temmelig specielt og nærmere et udtryk for blogsfærens sammensætning, hvor Twitter her kan opfattes som et mikro-blogging redskab.⁴⁵ Den samlede vurdering af de hyppige tweetere kan altså ikke bekræfte den inddeling tidligere studier af Twitter har fundet. Hvor Twitter generelt kan siges at være en *politisk offentlighed* bestående af politikere, journalister og politisk interesserede, synes offentligheden i Øresundsregionen nærmere at være en *bureaukratisk offentlighed*, der består af de offentligt ansatte og erhvervslivet, men i en relativt større grad inkludere borgerne, end man normalt ser det på Twitter.

Ord	Hyppighed
Connect	1.165
Sunset	1.050
Photofrommyheart	975
Vækst	642
Idkontrollerna	604
Gränskontrol	485
Startup	404
Ansvar	224
Samarbejd	220
Asyltrycket	206

Tabel 2. Hyppige ord.

Hvilke ord, ordpar og hashtags bruges typisk?

I alt er der 300.764 ord i den indsamlede data, hvoraf 6.572 er unikke ord. Den gennemsnitlige frekvens for brug af ord er 45,8, hvilket altså er langt lavere end de ord, som hyppigst bruges i materialet, som angivet i Tabel 2. Tabellen er ikke en decideret numerisk angivelse af de mest brugte ord i materialet, da listen indeholder en del ord, som ikke nødvendigvis siger noget om *indholdet* af hverken enkelte tweets eller data som helhed. Derfor præsenterer tabellen en række udvalgte ord og deres hyppighed. De mest brugte ord i materialet er (ikke overraskende) "Øresund" (11.585), "Øresund" (7.502) og "greatercph" (7.285), men det er først når vi bevæger os længere ned, vi finder de ord, der *indholdsudfylder* den samtale, der foregår i den transnationale region.

Her ses det tydeligt, at de ord der går igen kan knyttes op på det bureaukratiske sigte det er, at kapacitetsbygge Øresundsregionen. Ordet "connect" går igen og bruges hele 1.165 gange. Herefter følger ordet "sunset" og "photofrommyheart", hvilket skyldes en meget aktiv mikro-blogger (borger), der, som vi kan se i Tabel 3 hedder "lisavonsteijern". Dernæst følger nok et bureaukratisk ønske om "vækst" i regionen, hvilket typisk bruges sammen med ordet "greatercph", som vi kan se i Tabel 3.

Ordpar	Proportion
greater copenhagen	0,004753
denmark sweden	0,002119
connect denmark	0,002029
connect sweden	0,002000
sweden denmark	0,001996
photofrommyheart lisavonsteijern	0,001067
idkontrollerna öresund	0,000917
vækst greatercph	0,000654
upphör idkontrollerna	0,000429

Tabel 3. Hyppigt brugte ordpar.

Blandt de mest brugte ord og ordpar findes også termer, der knytter sig til den store flygtninge og migrationsdebat, der har præget store dele af Europa i 2015 og frem. I særdeleshed har dette fyldt i Øresundsregionen, fordi den "idkontrol" eller "gränskontrol", som tydeligt ses i både Tabel 2 og Tabel 3 blev hyppigt debatteret politisk i indsamlingsperioden. Det bemærkelsesværdige ved dette er, at det ikke har affødt en stor repræsentation af nationalpolitiske hashtags, som ses i Tabel 4.

Hvor Tabel 2 og Tabel 3 fokuserer på ord og ordpar, fokuserer Tabel 4 nemlig på hvilke hashtags, der typisk bruges. Det ses her tydeligt, at de to nationalpolitiske hashtags, #dkpol

Hashtag	Hypighed
#nyheter	140
#photography	130
#fmdk	110
#copenhagen	102
#photofrommyheart	97
#malmö	90
#svpol	74
#sweden	71
#fasthh	47
#dkpol	40
#trafikp4	38
#väg	37
#photo	34
#sverige	32
#trafik	32

Tabel 4. Hyppigt brugte hashtags.

og #svpol ikke er stærkt repræsenteret i materialet. Som i de øvrige tabeller er dette ikke en listenumerisk angivelse, da det mest brugte hashtag, måske ikke overraskende er ”#greatercph” (708) efterfulgt af ”#øresundsbron” (259). Men som indikeret er det overraskende, at når grænsekontrol har været så vel repræsenteret i ordhyppighed, at det ikke har affødt en større volume af tweets, som er markeret som værende nationalpolitiske gennem brugen af et hashtag. Dette kan dog forklares ved fraværet af politikere, som indikeret i Tabel 1, og det kan også forklares ved, at borgerne ikke nødvendigvis hverken mestrer eller ønsker at kategorisere deres tweets i #dkpol eller #svpol, selvom disse måtte handle om politik.

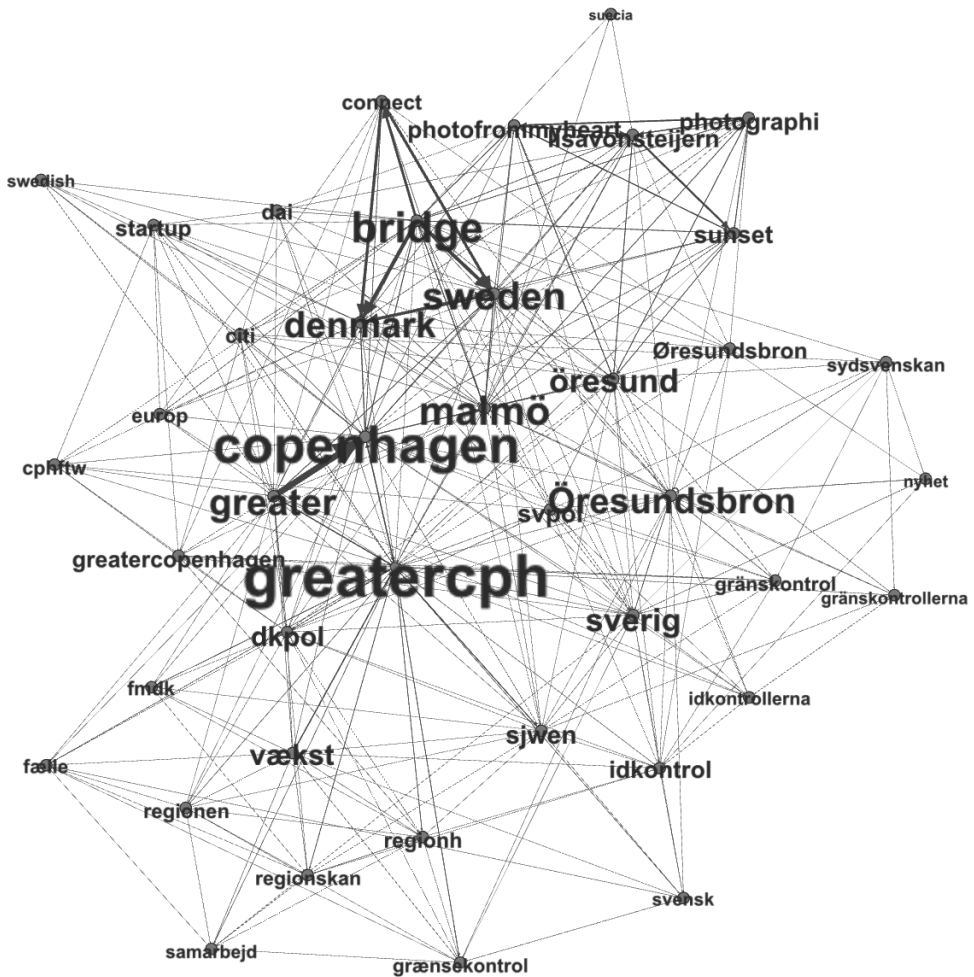
Overalt ses det også, at interessen for *København* og *Danmark* er relativt større end den er for Sverige. Der er færre hashtags om Malmø end om København, og det samme gælder for ordhyppigheden, hvor Malmø refereres 2.004 gange mod Københavns 3.594 (disse tal optræder ikke i Tabel 2, da de i den henseende er trivielle, men størrelsesforholdet

samt relationsgraden til andre ord kan ses i Figur 1, side 61). Dette skal i øvrigt ses i lyset af, at der er langt flere potentielle brugere i Sverige end der er i Danmark.

Hvordan visualiseres samtalen i Øresundsregionen?

En ting er hvordan ord og ordpar eller specielle instanser af ord som fx hashtags, kan bruges til at få et overblik over, hvordan samtalen i offentligheden ser ud. En anden er, hvordan samtalen er bundet sammen. Dette kan man få et overblik over, hvis man laver et relationelt netværksdiagram, som det ses i Figur 1 (side 61).

Figur 1 rummer en del interessante pointer. Øverst ses relationen mellem de ord, der er bedst repræsenteret. Nemlig det tidligere nævnte hyppigt brugte ord ”connect”, der sammen med ”denmark” og ”sweden” forbindes af ordet ”bridge”. Vi ser altså her, hvad man kunne kalde for en gylden trekant af områdets bureaukratiske mission: at forbinde de to lande med broen som mellemmand og, i mere end én forstand, brobygger. Vi ser også, at ”copenhagen” fylder mere end ”malmö”, hvilket underbygger pointen om, at interessen for Danmark og København er større end de svenske større byer. Den store svenske by, Lund, glimrer fx i denne henseende også ved sit fravær. Selvfølgelig bliver relation mellem ”greater” og ”copenhagen” katalysator for en større frekvens af ordet ”copenhagen”, men ikke desto mindre er pointen, at dette er med til at cementere opmærksomheden mod de danske dele af Øresundsregionen. Bemærk i øvrigt, hvordan ”greatercph” synes at stå i midten af figuren og har relationer til stort set hele den omgivende data. Øverst til højre ses blogosfæren tydeligt, hvor ”photofrommyheart” og bloggeren ”lisa-vonstijert” samt ”sunset” dominerer. Bevæger vi os længere ned i figuren finder vi ord som ”grænsekontrol” og ”id-kontrollerne”, hvilket kan siges at være relativt bærende for meget af den diskussion, der har været, men som i sig selv ikke handler om Øresundsregionen, men nærmere om et problem blandt to nationer, der har udspillet sig i Øresundsregionen. Det kan



Pilens tykkelse indikerer relationsstyrke. Tekstens størrelse indikerer hyppighed. Data er visualiseret i Gephi, og viser kun relationer og hyppighed for de data, der er stærkest repræsenteret i datasættet.

Figur 1. Visualisering af samtalen i Øresundsregionen.

blandt andet ses at ordrelationerne mellem de ord, der handler om migrationsproblemerne, ikke bevæger sig ud over indbyrdes relationer eller højest til nærmeste nabo. Selvom disse ord er rigt repræsenteret er de altså ikke centrum for diskussionen. Bevæger vi os ned og til venstre i Figur 1 ser vi de bureaukratiske budskaber om "vækst" og "samarbejde" i "region h" og "region skåne" (eller bare "regionen"). Bevæger vi os op herfra finder vi erhvervslivet, som i mange henseender handler om den "startup" kultur, der findes i rigt omfang i erhvervslivet i Øresundsregionen.

Diskussion

Med udgangspunkt i den fremlagt data, vender vi nu tilbage til de tre undersøgelses-spørgsmål.

RQ1: Hvilken europæiseringstype findes der i den transnationale offentlighed på Twitter?

Hvis vi ser på indholdet af de fremlagte tabeller og figurer, ses kun meget begrænsede tegn på europæisering af indholdet. Reelt må man næsten sige, at dette billede af en transnational offentlighed i Øresundsregionen er drevet af

bureaukraterne, der også er de aktører, der er bedst repræsenteret. Dermed bliver den bureaukratiske mission om vækst og at vokse sammen også det, der indholdsdefinerer offentligheden. Det ses i særdeleshed i Figur 1, hvor også fokuseringen mod København og Danmark ses tydeligt. Dette understøtter altså tidligere studiers observationer om, at søgelyset er mod København, og i mindre grad på Skåne og den svenske del af Øresundsregionen. Det er vigtigt her at pointere, at Koopmans & Erbes (2004) europæiseringsbegreber i udgangspunktet ikke omhandler sociale medier, men er tænkt mod de traditionelle medier. Det er dog muligt at benytte terminologien på sociale medier som Twitter.⁴⁶

Når man går dybere ind i analysen af de semantiske strukturer der ses i Figur 1 ses det, at der ikke er tale om stærk horisontal europæisering. Hvis dette var tilfældet, ville vi fx i Figur 1 se stærke relationer mellem "idkontrol" (eller en af de øvrige termer der dækker over migrationsdebat) og eksempelvis de nationalpolitiske hashtags eller referencer til konkrete aktører (det kunne være politi eller politiske enheder). Sådanne bindinger kan ikke ses i datamaterialet, hvor vi også kan se i tabellerne, at de nationalpolitiske hashtags ikke anvendes ret tit. Derfor kan man argumentere for, at den offentlighed og europæiseringstype, der her finder sted, er den svage variant, hvor lande referer til hinanden på emneniveau, men ikke på hverken aktør eller på policy-niveau.

RQ2: *Hvem tweeter i den transnationale offentlighed på Twitter i Øresundsregionen?*

Efter opdelingen i det konceptuelle gitter, ses det at der blandt de hyppige brugere er flest bureaukrater; de offentligt ansatte og offentlige kontorer dominerer altså indholdet. Den historiske baggrund herfor er naturligvis, at nok er Øresundsregionen politisk besluttet og funderet, men i udgangspunktet er Øresundsregionen drevet som et apolitisk projekt med fokus på mobilitet og transport.⁴⁷ Dette mønster ses i tidligere studier af regionen såvel som studier af EU som helhed, og understøttes også af, at erhvervslivet er næsten lige så godt repræsenteret blandt de tweetende brugere

som de offentlige ansatte og kontorer. Til gengæld er der få politikere der tweeter.

RQ3: *Hvilke emner tweetes der om i den transnationale offentlighed i Øresundsregionen?*

Ser man på indholdet af både ord, ordpar og hashtags, så dominerer de bureaukratiske budskaber om vækst, startup-kultur og sammenvoksning hvilket drives af den tidligere omtalte transport- og mobilitetstanke, der har været refereret til som regionens fundament siden 1954, hvor de første udvalg i Danmark og Sverige nedsættes. Dette understreges i Figur 1, hvor relationerne mellem de semantiske strukturer er afbilledet. Her ses de to lande, Øresundsbroen og ordet "connect" som tydelige markører for det bureaukratiske mål.

Konklusion

Indledningsvist er det naturligvis værd at bemærke, at selvom dataindsamlingen er foregået over 17 måneder, så har det kun resulteret i en yderst sparsom datamængde på 41.470 tweets. Denne mængde skal ses i relation til de knap 1,8 millioner tweets, som der i samme periode er blevet skrevet i #dkpol alene. Interessen for Øresundsregionen på Twitter må dermed siges at være sparsom.

På mange måder adskiller kompositionen af den offentlighed, der ses i Øresundsregionen på Twitter sig fra den offentlighed der typisk findes på Twitter. Hvor primæraktørerne normalt er politikere, politisk interesserede og journalister, er offentligheden i den transnationale region først og fremmest bureaukratisk og består af de offentligt ansatte og erhvervslivet. Fraværet af deltagende politikere gør også, at realpolitiske emner kun er sporadisk repræsenteret. De to nationalpolitiske hashtags #dkpol og #svpol optræder kun meget begrænset. Selvom et nationalpolitisk emne som migrationspolitik optræder rigt i datasættet, så er forbindelsen mellem dette emne og de omkringliggende øvrige emner, ikke mindst de nationalpolitiske hashtags, minimal. Diskussionen om politiske emner står dermed isoleret og forbindes ikke til andre emner eller aktører, hvilket igen er med til at

understrege billedet af den transnationale ad hoc offentlighed som værende svagt horisontal europæiseret.

Dermed må man konkludere, at de ad hoc offentligheder der opstår på Twitter i Øresundsregionen ikke ser udad men nærmere indad, og som følge ikke er med til at binde de to nordiske lande yderligere sammen. På mange måder er dette opsigtsvækkende, da Twitter i udgangspunktet er særdeles velegnet

til transnationale diskussioner og -bindinger. Det er dog heller ikke fordi disse diskussioner ikke pågår og krydser grænser. Problemet er blot, at aktørerne der typisk deltager er bureaukrater og andre offentligt ansatte, der ikke politisk er i stand til at tegne grænseregionen. Dermed bliver det en region, der taler meget med og om sig selv; en *transnational bureaukratisk offentlighed* fremfor en egentlig politisk demokratisk offentlighed.

Noter.

1. Jungherr (2016).
2. Sara Enli & Skogerbo (2013); Skovsgaard & Van Dalen (2013); Strandberg (2009).
3. Blach-Ørsten, Eberholst, & Burkal, 2017; Kaplan & Haenlein (2010); Losifidis (2011).
4. Habermas (1991).
5. Habermas, Lennox, & Lennox (1974, p. 49).
6. Rasmussen (2016b).
7. Blach-Ørsten & Burkal (2014) we present the results of a study of credibility in Danish news media. Credibility is defined at an institutional level by two dimensions: A.
8. Jørndrup & Bentsen (2016).
9. Blach-Ørsten & Willig (2016).
10. Blach-Ørsten et al. (2017).
11. van Dijck (2009).
12. Carpentier & Dahlgren (2011).
13. Hartley & Eberholst (2016).
14. Rasmussen (2016a, p. 66).
15. Lykkegaard (2014).
16. Bruns & Burgess (2011, p. 7).
17. Klastrop (2016).
18. Falkheimer & Gustafsson (2017, p. 4).
19. Perkmann (2003).
20. Falkheimer (2014).
21. Hall (2008); Lofgren (2008).
22. Blach-Ørsten, Falkheimer, Møllerstrøm, & Eberholst (2016).
23. Koopmans & Erbe (2004).
24. Blach-Ørsten et al. (2016, p. 19).
25. Falkheimer (2004, 2005); Lamour & Lorentz (2016).
26. Blach-Ørsten et al. (2016); Stöber (2001).
27. Anderson (2001); Habermas et al. (1974).
28. Alfter (2015); Ørsten (2006).
29. Ørsten (2004); Vreese (2003).
30. Grievs, 2012).
31. Dutceac Segesten & Bossetta (2017).
32. Lang & Lang in McCombs & Shaw (1972).
33. O'Brien (2013).
34. Bruns (2012); Moe (2012); Moe & Larsson (2012); Olof Larsson & Moe (2013).
35. Blach-Ørsten et al. (2016).

36. Felt (2016).
37. Andreasen, Christiansen, & Eberholst (2015).
38. Borra & Rieder (2014).
39. #dkpol er det danske hashtag, der samler politisk debat. Det tilsvarende svenske er #svpol.
40. Willig, Blach-Ørsten, Møller Hartley, & Flensburg (2014).
41. Høsten af profilinformationer er sket ved slutningen af de 17 måneders dataindsamling. Profiler, der er blevet slettet i de 17 måneder dataindsamlingen har været, har ikke kunne blive høstet efterfølgende og er her markeret som NA.
42. Danowski (2013).
43. Bastian, Heymann, & Jacomy (2009).
44. Willig et al. (2014, p. 32).
45. Hermida (2010).
46. Se fx Dutceac Segesten & Bossetta (2017).
47. Ek (2006); Hall (2008).

Referencer

- Alfter, B. (2015). *Journalistik over grænser* (First). Forlaget Ajour. Retrieved from <http://ajour.dmjx.dk/shop/journalistik-over-graenser-532p.html>
- Anderson, B. (2001). *Forestillede fællesskaber*. Roskilde Universitetsforlag. Retrieved from <http://rub.ruc.dk/soeg/kviksoeg/?query=8778671329>
- Andreasen, T., Christiansen, H., & Eberholst, M. K. (2015). Ontology-Based Roles Association Networks for Visualizing Trends in Political Debate. In H. Christiansen, I. Stojanovic, & A. G. Papadopoulos (Eds.), *Modeling and Using Context: 9th International and Interdisciplinary Conference, CON-TEXT 2015, Lanarca, Cyprus, November 2-6, 2015. Proceedings* (pp. 477–482). Springer International Publishing. http://doi.org/10.1007/978-3-319-25591-0_35
- Bastian, M., Heymann, S., & Jacomy, M. (2009). Gephi: An Open Source Software for Exploring and Manipulating Networks. *Third International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*. <http://doi.org/10.1136/qshc.2004.010033>
- Blach-Ørsten, M., & Burkal, R. (2014). The News Media As a Political Institution. *Nordicom Review*,

- 35(Special Issue), 67–79. <http://doi.org/10.1080/1461670X.2010.511958>
- Blach-Ørsten, M., Eberholst, M. K., & Burkal, R. (2017). From hybrid media system to hybrid-media politicians: Danish politicians and their cross-media presence in the 2015 national election campaign. *Journal of Information Technology & Politics*, 1–14. <http://doi.org/10.1080/19331681.2017.1369917>
- Blach-Ørsten, M., & Willig, I. (2016). *Den fælles dagsorden og alle de andre : En nyhedsugeanalyse af medieindhold, mediebrug og medieforventninger*. (Mark Blach-Ørsten & Ida Willig, Eds.) (1.). Samfundslitteratur. Retrieved from <http://samfundslitteratur.dk/bog/den-fælles-dagsorden-og-alle-de-andre>
- Borra, E., & Rieder, B. (2014). Programmed method: developing a toolset for capturing and analyzing tweets. *Aslib Journal of Information Management*, 66(3), 262–278. <http://doi.org/10.1108/AJIM-09-2013-0094>
- Bruns, A. (2012). How long is a tweet? Mapping dynamic conversation networks on Twitter Using Gawk and Gephi. *Information, Communication & Society*, 15(9), 1323–1351. <http://doi.org/10.1080/1369118X.2011.635214>
- Bruns, A., & Burgess, J. (2011). The use of Twitter hashtags in the formation of ad hoc publics. In *6th European Consortium for Political Research General Conference (ECPR 2011)* (pp. 1–9).
- Carpentier, N., & Dahlgren, P. (2011). Interrogating audiences: Theoretical horizons of participation. *Communication Management Quarterly*, (21).
- Danowski, J. A. (2013). WORDij version 3.0: Semantic network analysis software. Chicago: University of Illinois at Chicago. Retrieved from <http://wordij.net/publications.html>
- Dutceac Segesten, A., & Bossetta, M. (2017). The Euro-sceptic Europeanization of public spheres: print and social media reactions to the 2014 European Parliament elections. *Comparative European Politics*. <http://doi.org/10.1057/s41295-017-0099-5>
- Ek, R. (2006). The Öresund Region – Six years with the bridge. In *Towards a New Nordic Regionalism?* Retrieved from <https://lucris.lub.lu.se/ws/files/6418398/1216073.doc>
- Falkheimer, J. (2004). Att gestalta en region : källornas strategier och mediernas föreställningar om Öresund. *Centrum för Danmarksstudier*. MAKADAM förlag & bokproduktion AB (www.makadambok.se). Retrieved from <https://lup.lub.lu.se/search/publication/21834>
- Falkheimer, J. (2005). Formation of a region: Source strategies and media images of the Sweden–Danish Öresund Region. *Public Relations Review*, 31(2), 293–295. <http://doi.org/10.1016/j.pubrev.2005.02.023>
- Falkheimer, J. (2014). Media Strategy and Place Branding in the Transnational European Öresund Region, IV, 27–42. Retrieved from <http://revistarela-cionespublicas.uma.es/index.php/revrrpp/article/viewFile/279/174>
- Falkheimer, J., Blach-Ørsten, M., Eberholst, M. K. M., & Möllerström, V. (2017). News media and the Öresund region: A case of horizontal Europeanisation? *Nordicom Review*, 38(1), 1–15. <http://doi.org/10.1515/nor-2016-0041>
- Falkheimer, J., & Gustafsson, N. (2017). Greater Copenhagen och mindre Öresund. In U. Andersson (Ed.), *Slutna rum och öppna landskap* (pp. 1–16). SOM-institutet, Göteborgs universitet. Retrieved from <https://lup.lub.lu.se/search/publication/a18b9b2c-8917-4361-94a3-14245c49efb2>
- Grieves, K. (2012). *Journalism Across Boundaries*. Palgrave Macmillan.
- Habermas, J. (1991). *The Structural Transformation of the Public Sphere – an Inquiry Into a Category of Bourgeois Society* (First, Vol. 68). The MIT Press, Cambridge, Massachusetts. <http://doi.org/10.1017/S0010417500017527>
- Habermas, J., Lennox, S., & Lennox, F. (1974). The Public Sphere: An Encyclopedia Article (1964). *New German Critique*, (3), 49–55. <http://doi.org/10.2307/487737>
- Hall, P. (2008). Opportunities for Democracy in Cross-border Regions? Lessons from the Öresund Region. *Regional Studies*, 42(3), 423–435. <http://doi.org/10.1080/00343400701281592>
- Hartley, J. M., & Eberholst, M. K. (2016). Facebook-debatter. Hvem sætter dagsordenen? In Mark Blach-Ørsten & Ida Willig (Eds.), *Den fælles dagsorden og alle de andre* (First, pp. 83–105). Roskilde: Samfundslitteratur. Retrieved from <http://forskning.ruc.dk/site/da/publications/facebookdebatter-hvem-saetter-dagsordenen/6316b7b6-e782-44a8-83a4-014e339f6160/export.html>
- Hermida, A. (2010). Twittering the News. *Journalism Practice*, 4(3), 297–308. <http://doi.org/10.1080/17512781003640703>
- Jørndrup, H., & Bentsen, M. (2016). *Who Makes The News – dansk udgave: Denmark Global Media Monitoring Project 2015 National report*. Toronto. Retrieved from http://rub.ruc.dk/soeg/kviksoeg/?query=pure_ddfmx:d31d1863-87ae-4750-a95d-c7013e216109
- Jungherr, A. (2016). Twitter use in election campaigns: A systematic literature review. *Journal of Information Technology & Politics*, 13(1), 72–91. <http://doi.org/10.1080/19331681.2015.1132401>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <http://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Klastrup, L. (2016). *Sociale netværksmedier*. Samfundslitteratur. Retrieved from <http://rub.ruc.dk/soeg/kviksoeg/?query=9788759316276>
- Koopmans, R., & Erbe, J. (2004). Towards a European public sphere? *Innovation: The European Journal of*

- Social Science Research*, 17(2), 97–118. <http://doi.org/10.1080/1351161042000238643>
- Lamour, C., & Lorentz, N. (2016). Regional News from New Regionalisation in Europe. A Look at Cross-Border Regionalisation from a Free Daily Reader's Perspective. *Journal of European Integration*, 38(2), 149–162. <http://doi.org/10.1080/07036337.2015.1102237>
- Lofgren, O. (2008). Regionauts: the Transformation of Cross-Border Regions in Scandinavia. *European Urban and Regional Studies*, 15(3), 195–209. <http://doi.org/10.1177/0969776408090418>
- Losifidis, P. (2011). The Public Sphere, Social Networks and Public Service Media. *Information, Communication & Society*, 14(5), 619–637. <http://doi.org/10.1080/1369118X.2010.514356>
- Lykkegaard, A. M. (2014). Hvad er et #hashtag, og hvordan bruger man det rigtigt? | Videnskab.dk. Retrieved November 28, 2017, from <https://videnskab.dk/sporg-videnskaben/hvad-er-et-hashtag-og-hvordan-bruger-man-det-rigtigt>
- Mccombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. <http://doi.org/10.1086/267990>
- Moe, H. (2012). Who Participates and How? Twitter as an Arena for Public Debate about the Data Retention Directive in Norway. *International Journal of Communication; Vol 6* (2012). Retrieved from <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1107/756>
- Moe, H., & Larsson, A. O. (2012). Methodological and ethical challenges associated with large-scale analyses of online political communication. *Nordicom Review*, 33(1), 117–124.
- O'Brien, J. (2013). Yourtwrapperkeeper. Retrieved from <https://github.com/540co/yourTwrapperKeeper>
- Olof Larsson, A., & Moe, H. (2013). Representation or Participation? *Javnost – The Public*, 20(1), 71–88. <http://doi.org/10.1080/13183222.2013.11009109>
- Ørsten, M. (2004). *Transnational politisk journalistik*. Roskilde Universitetscenter. Retrieved from <http://rub.ruc.dk/soeg/kviksoeg/?query=8773496103>
- Ørsten, M. (2006). Europæisk offentlighed i danske medier – Danmark som foregangsland for udviklingen af en transnational politisk journalistik? *Journalistica – Tidsskrift for forskning i journalistik*. Retrieved from <http://ojs.statsbiblioteket.dk/index.php/journalistica/article/view/1791>
- Perkmann, M. (2003). Cross-Border Regions in Europe: Significance and Drivers of Regional Cross-Border Co-Operation. *European Urban and Regional Studies*, 10(2), 153–171. <http://doi.org/10.1177/0969776403010002004>
- Rasmussen, T. (2016a). The Idea of a Networked Public Sphere. In T. Rasmussen (Ed.), *The internet soapbox* (pp. 65–78). Universitetsforlaget.
- Rasmussen, T. (2016b). *The Internet Soapbox – Perspectives on a changing public sphere*. (T. Rasmussen, Ed.). Universitetsforlaget. Retrieved from https://books.google.com/books?id=CaTgtaha_WYC&pgis=1
- Sara Enli, G., & Skogerbø, E. (2013). Personalized Campaigns in Party-Centred Politics. *Information, Communication & Society*. <http://doi.org/10.1080/1369118X.2013.782330>
- Skovsgaard, M., & Van Dalen, A. (2013). Dodging the Gatekeepers? *Information, Communication & Society*, 16(5), 737–756. <http://doi.org/10.1080/1369118X.2013.783876>
- Stöber, B. (2001). Mediernes evne til at bryde og skabe grænser. *Nordregio Report*, (3), 171–192.
- Strandberg, K. (2009). Online campaigning: an opening for the outsiders? An analysis of Finnish parliamentary candidates' websites in the 2003 election campaign. *New Media & Society*, 11(5), 835–854. <http://doi.org/10.1177/1461444809105355>
- van Dijck, J. (2009). Users like you? Theorizing agency in user-generated content. *Media, Culture & Society*, 31(1), 41–58. <http://doi.org/10.1177/0163443708098245>
- Vreese, C. H. de. (2003). Framing Europe: Television news and European integration. *Javnost*, 10, 116–118. Retrieved from <http://www.narcis.nl/publication/RecordID/oai:uva.nl:144514>
- Willig, I., Blach-Ørsten, M., Møller Hartley, J., & Flensburg, S. (2014). *Journalistiske kvaliteter*. Roskilde. Retrieved from <http://slks.dk/mediernes-udvikling-2014/specialrapporter/journalistiske-kvaliteter/>

Tiina Räisä

Med Sverige som förebild och varnande exempel

Reflektioner kring finska mediers valbevakning 2018

Finska nyhetsmedier visade ett stort intresse för det svenska valet 2018. Fokus var på polariseringen av det svenska samhället, Sverigedemokraterna samt regeringsfrågan. Finlands största morgontidning Helsingin Sanomat rapporterade om "svenskarna som är snälla", men "som inte orkar då det kommer för många människor".¹ Om regeringsfrågan skrev samma tidning "att nu är det Finland som ger råd till Sverige".² I den här essän beskriver jag om den nya krisartade Sverigebild som trädde fram under valet. Särskild uppmärksamhet riktas åt hur finska journalister och politiker använde den svenska valdebatten för att spekulera om de kommande inhemska valen. Denna kausalitetslogik vittnar om att medialiseringen av samhället, alltså kopplingen mellan politik och journalistik, intensifieras men också att populistiska agendor sprider sig bortom den primära, tilltänkta publiken. Valbevakningen var också ett exempel på en ritualiserad kommunikation som bidrar till en tydligare indelning av samhället i olika grupper.

I valet 2018 tecknades en bild av Sverige som håller på att kollapsa socialt, kulturellt och politiskt. För en före detta journalist inom svensk public service, och med 25 års erfarenhet av Sverige blev nyheterna nästan omöjlig att känna igen. Fokuseringen på de brinnande bilar, och vad som framstod som en besatthet av integrationsfrågan, väckte frågan i vilken utsträckning rapporterna överensstämmer med verkligheten? Även om frågan förstås är omöjlig att besvara, blir den i polariseringens tidevarv högaktuell. Vad händer med journalistiken i en av världens rikaste och alltså säkraste delar av världen, och vilka blir konsekvenserna av en dylik rapportering?

För analysen har jag läst artiklar publicerade av Finlands största morgontidning Helsingin Sanomat (HS), kvällstidningarna Ilta-Sanomat (IS) och Iltalehti (IL) och rundradiobolaget Yles svenska rapportering, men

jag refererar också till svenska medier. Avsikten är att försöka förena det statsvetenskapliga begreppet, medialisering med det medieantropologiska ritualbegreppet.

Jag hävdar att det intensifierade samspelet mellan politik och journalistik har oanade konsekvenser. Analysen visar nämligen att ett grannlands utveckling utnyttjas för inhemska syften, vilket innebär att populismen sprider sig i form av spekulationer om det egna landets politiska framtid. Här avhandlas inte Donald Trumps eller andra europeiska populistpartiers inflytande utan fokus är på hur finska medier och politiker tar intryck av Sveriges utveckling. I rapporteringen kan man tydligt se att lillebrorskomplexet avtar, men Finland verkar alltså ha ett sorts "medberoende" av Sveriges utveckling.

Diskussionen ger förhoppningsvis anledning att fundera över de nordiska grannlänternas särskilda relation och Sveriges alltså dominant ställning.³ I Norden är mötena mellan människor täta och vardagliga. Det

Tiina Räisä, fil.dr. i mediekultur, Arcada University of Applied Sciences, Helsingfors.

försiggår ett kontinuerligt utbyte av idéer, man lyssnar och lär av varandra på en gräsrotsnivå. Detta hänsynstagande har sagts utmärka det nordiska.⁴ Trots att relationen mellan Sverige och Finland är unik – att ha varit ett och samma rike i cirka 700 år uppfattas i Finland fortfarande som levande historia – visar det här exemplet att det inte endast handlar om en kamratlig landskamp. Frågan som infinner sig är därmed i vilken mån de nordiska journalister upplever sig ha en roll i utvecklingen av regionen.

Ritualisering och medialisering

Medialisering har å ena sidan beskrivits som en historisk process som omformar samhälle och kultur. Det är lätt att instämma i påståendet. Vår vardag (jobb, skola, fritid) utmärks av olika medieplattformar, men också en intensiv kommunikation. Å andra sidan framstår medialiseringen nästan för grandios för att kunna hanteras, begreppet har likställts med bland annat modernitet. Medierna sägs konstituera en egen institution, vilket innebär att medier fått en självständigare roll gentemot andra institutioner; dessa har blivit beroende av medierna.⁵

Den medialiserade politiken beskrevs av Kent Asp⁶ redan 1986 som en tät symbios mellan politik och journalistik. Samspelet illustreras av dels agendasättandet, dels av det något tilltufsade uttrycket ”mediernas logik”.⁷ Medielogiken upprepar, förenklar och tillspetsar, men trots kritiken uppfattar jag begreppet som användbart när man diskuterar yrkesidentitet⁸ och olika aspekter på det journalistiska uppdraget.⁹ Utmaningen blir att i analysen bevisa *hur* nyhetsmedier ramar in verkligheten i politikrapporteringen.¹⁰ Medielogiken blottar å ena sidan redaktioners verklighetsuppfattning, å andra sidan vore det fel att dra alla nyhetsmedier över en kam. Logiken uppfattas alltså inte som total eller automatiserad; med endast en version kunde vi med fog tala om statlig censur eller propaganda.

Ritualisering är nära besläktad med den naturaliserade urvalsprincipen. Det är en praktik som får redaktioner att nästintill in-

tuitivt välja inte bara vad som hamnar på dagordningen utan också sina ord. De sociala mediekontona har inte gett oss en ”total frihet” utan snarare tvärtom: allt fler samhällsfrågor blir föremål för tabu¹¹ och den för ritualen så typiska moraliska gränsdragningen. Man är antingen för eller mot något. I ritualen är alltså inte vad som helst möjligt eller tillåtet utan precis som i gudstjänsten är det inte bara viktigt att göra saker i en viss ordning, man ska begå förväntade gärningar och uttrycka sådana åsikter som accepteras av ens egen grupp. Ritualer väcker våra känslor och man dras lätt med i de intensiva händelserna.

Jag ser tydliga likheter mellan den tidsmässigt avgränsade svenska valbevakningen och den officiella luciätävlingen som producerats av *Hufvudstadsbladet* sedan 1950. I min avhandling¹² analyserar jag hur HBL konstruerar en distinkt version av finlandssvensk kultur. Innan HBL-lucian kröns av en finlandssvensk kändis i Helsingfors domkyrka, inför tv-kameror och en känslösam publik, har HBL-journalisterna producerat artiklar om det ideala Svenskfinland. Läsarna tar del av artiklar om de flitiga och hjälpsamma luciakandidaterna, den kloka och ansvarstagande juryn som utser dessa kandidater och de utsatta (särskilt fattiga och funktionsnedsatta), som ska bli hjälpta av luciainsamlingens medel. I det rituella förloppet är det över- och medelklassens företrädare som förväntas rädda underklassens representanter. Ritualens styrka kommer av att vare sig medium eller den tilltänkta publiken tänker på den symboliska hierarkin och skevheten i representationen.

I mediernas ritualer får vi uppleva stunder av intensiv gemenskap. På Nobelfesten, Allsången på Skansen eller när Victoria gifter sig ges ”svenskheten” en specifik innebörd. Det kollektiva sörjandet efter morden på Olof Palme och Anna Lindh eller förlisningen av Estonia hjälper att göra det obegripliga mer hanterligt. I dessa ögonblick återskapas nationen, och förutom gemenskap manifesterar mediehändelser något väsentligt om en kultur och en nation.¹³ Det kritiska perspektivet på medieritualer lyfter fram den sociala spänningen som medieritualerna skapar; att medierna

inbillar sig samhället som en entitet med ett centrum och en periferi.¹⁴

Émile Durkheim¹⁵ (1921) påvisade att gudstjänstens funktion inte är att tillbedja Gud utan att bekräfta och förstärka församlingen. Då gemenskap numera produceras och upplevs i medierna är det inte ovidkommande på vilket sätt man inbillar samhället: hur medier resonerar kring frågor om till exempel medborgarskap och delaktighet. Till skillnad från HBL-lucian är det svenska valet inte en "allvarlig lek", utan alltså en avgörande höjdpunkt i en demokrati.

Det "avskräckande sverige-exemplet"

I valbevakningen fästes stor uppmärksamhet vid våldet i förorterna och de brinnande bilarna Stockholm, Göteborg och Uppsala. Att valdebatter utmärks av intresset för de nya inslagen i politiken blev tydligt även denna gång. Svenska Yle besökte Borlänge och gav i sin rapport "ett ansikte" åt Sverigedemokraternas väljare och valkandidater:

Kent Forschner-Hell har länge röstat på Sverigedemokraterna och då han blev pensionär blev han själv aktiv inom partiet i Borlänge i Dalarna. I år ställer han för första gången också upp i riksdagsvalet.

– Invandringen i den här stan är en viktig fråga. Vi har tagit in allt för mycket folk. Ekonomin är inte så bra i Borlänge, invandringen kostar en hel del pengar, säger Kent Forschner-Hell.¹⁶

Frågan "vem är svensk" överskuggade den svenska valdebatten och identitetsfrågan gavs utrymme också i Finland. Dels kan man försvara det stora utrymmet som SD fick genom att hänvisa till standardiserade nyhetskriterier, dels kan man begrunda implikationerna av en flitig reproduktion av nyhetstexter om ett visst politiskt parti.

De finska mediernas rapportering tog, som förväntat, efter de svenska medierna. I Finland gjorde man en poäng av skillnaden mellan det sverigedemokratiska och de finska

populistpartiernas förflutna. Sannfinländarna springer ur det Finska lantbrukarpartiet (SMP), ett missnöjesparti med rötter bland småbrukarna, "det bortglömda folket" som SMP:s karismatiska ledare Veikko Vennamo formulerade synen på sina väljare. Sannfinländarna var det största populistpartiet tills det splittrades 2017 och hamnade i opposition, medan det mindre partiet Blå framtid sitter i regeringen tillsammans med Centern och Samlingspartiet.

Trots olika betoningar i politiken vill nämnda partier se en kraftigt minskad invandring. De finska journalisterna ställde frågor till de finska populistpolitikerna om deras inställning till SD:s framgång. I utdraget nedan kan man läsa hur Jussi Halla-aho, Sannfinländarnas ordförande, och Laura Huhtasaari, partiets mest synliga riksdagsledamot, uttryckte sin stora belåtenhet över SD:s framgång:

Enligt (Laura) Huhtasaari är de självklart att Sverigedemokraternas starka resultat inverkar på finsk politik då man ofta ser Sverige som sin förebild.

"Vad kan de andra partierna nu vädja till när deras referens och förebild alltid har varit Sverige. De har inte längre någon ursäkt att understödja en dålig invandrarpolitik", säger Huhtasaari.

Ordförande Halla-aho än inne på samma linje.

"Detta (framgången) gagnar, sannfinländarna och alla finländare på många sätt", sa Halla-aho.¹⁷

Sverigedemokraternas framgång utgjorde ett utomordentligt tillfälle för det finska populistpartiet att förstärka sin ställning i den inhemska politiken. Sveriges position som föregångaren i regionen utnyttjades av både medier och politiker för att legitimera och spekulera om Finlands politiska framtid. Argumentationen synliggör en kausalitetslogik "det som fungerar i Sverige, fungerar hos oss". Med andra ord tillskrev man inte endast Sverige en särställning gentemot övriga Norden och utan drog också paralleller mellan den svenska samhällsdebatten och utnyttjade därmed situationen för egen vinning.

Populisternas agenda fick alltså stor spridning, och upprepningens kraft övertygade också många väljare. Valdebatten tog sin näring från flyktingsituationen 2015-2016. Diskursen utmärktes av en normalisering av polariseringen: Sverige framställdes som ett samhälle som hamnat i djup kris på grund av antalet flyktingar.

Det var mer än en gång som man fick anledning att begrunda vad som vore en exakt eller rätt mängd. Debatten fick mig också att tänka på de hundratusentals arbetskraftsinvandrare som kom till Sverige – varav mina föräldrar var två – under bara några år på 1960-1970-talen. Diskussionen vittnar om att man i växande grad gör kopplingar mellan migranter och den tilltänkta nyttan. I ritualen fastställs vilka som anses ingå i "folket" och vilka betraktas som utomstående. 1990-talsdebatten om "närmande och tärnande" har normaliserats.¹⁸

I en video som distribuerades på Italehtis webbsida svarade moderaternas ordförande Ulf KristerSSons på den utsändas fråga om hur man ska förändra situationen i förorterna:

Vi måste stoppa brottsligheten. Vi förhandlar inte med gängmördare. Vi förhandlar inte med grabbarna som bränner bilar. Det ska stoppas. Sedan måste vi långsiktigt jobba så att flera barn ska få uppleva att de har bättre framtidsutsikter. Fler barn måste tala svenska. Fler barn måste gå ut nian med bra betyg så att de kan komma vidare. Allt det här måste också göras, men man måste börja med det akuta. Stoppa våldet. Stoppa skjutandet. Stoppa dödandet.¹⁹

Särskilt för den som följde Sveriges händelser via medier och på distans kunde man tro att det råder något av ett krig i Sverige. Medialisering innebär bland annat att vi tar vår kunskap i första hand via medier. Svaret som Moderaternas ordförande ger är kort och förenklad och exemplet konkretiserar hur politiken anpassar sig till medielogiken, till de förenklade och svart-vita svaren. Situationen beskrevs som ödesdiger. Det var fler än en gång som Sverige framställdes som ett land som håller på att kollapsa, både socialt och kulturellt.

Integrationen blev alltså ett stort valtema, och ovan ger moderaternas ordförande sin syn på samhället. Svaret är ganska uttömmande. Ritualisering innebär ett urval och en indelning, vilket uttrycks som en uppdelning av samhället olika läger. Partiledaren ser ut att dela ut olika roller och uppdrag: några ska rädda och ta ansvar för dem som inte är förmögna att göra det själva, de kriminella och icke-läskunniga.

Problemet här är att individer förmodligen sällan är antingen helt integrerade eller totalt perifera. Detta bygger på en önsketänkande, en illusion om en sorts total harmoni,²⁰ och man kan se att det inte endast är populistpartierna som hyser tanken om "det genuina och sammanhållna folket". Partiledare skapade ett motsattsförhållande mellan ett tilltänkt centrum och en periferi.²¹ Rapporteringen vittnade om att man uppfattade publiken som *en*, de som är "normala" eller representerar "folket"²². Detta är kraftfulla ställningstaganden, men de blir ändå svåra att upptäcka i den snabba rapporteringen, som kommit att utmärka politikrapporteringen. Medielogiken innebär ett allt hätskare tonläge.

Sett ur ett finskt medieperspektiv framstod det som om det funnes endast ett parti med en diskriminerande agenda i Sverige. Frågan är om inte fokuseringen på SD fick andra partier att komma lättare undan. Polariseringen av partier i "onda och goda" ställer till problem då de övriga partierna inte avkrävdes svar för till exempel den långvariga diskrimineringen som förekommer också i länder som Sverige. En dag för valet påminde Jonas Hassen Khemiri läsaren om ett vardagligt utanförskap som gestaltas på många sätt. Författaren riktade frågan till oss alla "Syndabocken måste alltid vara någon annanstans och aldrig i oss".²³

Det allt högre tonläget innebar också att journalister allt oftare kommenterade utspelen, och ibland verkade som att man inte riktigt litade på publikens förmåga att kunna dra egna slutsatser.

När Jimmie Åkesson (SD) i den avslutande och direktsända partiledardebatten två dagar innan valet hävdade att invandrare inte får jobb för att de "inte passar in i Sverige" dräm-

de Centerns ordförande Annie Lööf näven i bordet medan ansvarig utgivare sa att Sveriges Television tar aktivt avstånd från uttalandet. Journalisten ansåg sig alltså behöva deklarerat för sin moral, vilket också vittnar om en ny mediekultur där man måste aktivt ”bekänna färg”. I medieritualen ger man alltså uttryck för vilka vi är, och samtidigt vilka vi inte är. För att inte riskera att bli misstänkliggjord måste man agera tydligt, alltså kommunicera sin ståndpunkt.

Händelsen fick finska journalister att i sin tur snabbt ta avstånd från SVT:s avståndstagande. Yles etikchef Timo Huovinen menade att Yle inte skulle ha agerat på samma sätt.

”Politik och politisk diskussion är särskilt skyddade av yttrandefriheten. Vi ska lägga oss i så litet som möjligt, om det inte handlar om ett direkt sakfel eller ett lagbrott...” Den finska regleringen av medieverksamheten kan inte direkt jämföras med den svenska, understryker Huovinen och tillägger att vi inte ha en direkt motsvarande institution. ”Jag tycker att det finska systemet är bättre, och man kan se Sverige håller på att gå åt samma håll.”²⁴

Uttalandet illustrerar medierapporteringen som en nationalistisk verksamhet. Yles chef sa det förväntade: att premiera det egna bolaget och nationella systemet är vad som *måste yttras* i denna stund, precis som i vilken ritual som helst. Det viktiga var inte att få veta vilka skillnaderna mellan public service i respektive länderna är. Funktionen var istället att övertyga den ”egna publiken” om att dess public service är bättre reglerad. Det hade varit ett tabubrott att få läsa om en rundradiochef som anser att grannlandets yttrandefrihet är ”normalare” eller ”bättre” än det egna landets.

Valkompasser och regeringsspekulationer

Finland lever i ett symbiotiskt förhållande till sin granne. Det har skapats en mediekultur där man jämför Finland med Sverige i nästintill vilken som helst fråga. Helsingin Sanomat

skrev i september 2018 om gösfisket i Hjälmaren. Artikelns rubrik ”Till och med fiskarna är större i Sverige.”²⁵

Vid sidan av integrationsdebatten rapporterade finska journalister också om Sveriges höga valdeltagande 2018. Siffran 87,7 procent jämfördes med den finska röstningsaktiviteten, som varit över 80 procent senast i 1983 års riksdagsval. Presidentvalet är genom sin personfixering valet som engagerar mest: år 2018 röstade 69,9 procent av väljarna, sex år tidigare var det siffran knappt 73 procent. Problemet ansågs vara bland annat systemet med olika valdagar som man har i Sverige, i Finland har man separata valdagar. Finland kan få en ytterligare valdag i och med införandet av en landsskapsorganisation (i och med social- och hälsovårdsreformen), motsvarande Sveriges landstingsval.

I både länder har det blivit populärt med ”valmaskiner”, eller valkompasser, där man kan genom att svara på frågor få fram en kandidat eller ett parti som motsvarar dina egna åsikter. I Finland har varje större medium publicerat egna valkompasser under de senaste valen.

Det är svårt att föreställa sig en situation där ett svenskt medium skulle publicera en valkompass om det finska valet. Detta var vad Helsingin Sanomat gjorde. Läsarna erbjöds tillfälle att testa vilket svenskt parti – som ju en finsk medborgare inte kan rösta på – som kom närmast läsaren egna uppfattningar. Rubriken lød ”Motsvarar dina uppfattningar om invandringen Sverigedemokraternas eller Vänsterpartiernas ståndpunkt. Testa vilket svenskt parti du skulle rösta på.”²⁶

Den medialiserade verklighetskonstruktionen kan avläsas i rubriksättningen. Utrikesrapporteringen utformas genom händelser på avlägsna platser till en publik som är nära. Detta får också kvalitetsmedier att skapa klickrubriker och försöka få en större genomslagskraft. Samtidigt distribueras en förklarad och tillspetsad beskrivning av Sverige för de finska läsarna.

Sveriges parlamentariska situation utmynnade i en frekvent rapportering och den traditionella svenska regeringsbildningen jämfördes med den finska politiska kulturen

med breda koalitioner. Att samlingspartiet och socialdemokraterna sitter i samma regering har inte på länge varit ett problem i Finland. Regeringsprogrammet har blivit det styrande instrumentet, bara man kan komma överens om de centrala frågorna är det inget problem att samregera. Tillägga skall att en finsk väljare vet sällan vilka partier ens eget parti kommer att samarbeta med efter valet, vilket för en svensk väljare har fram till nu kunnat låta svårbegripligt. Detta förefaller leda till en erodering av ideologierna, och det skapar problem för de finska väljarna: man har svårt att skilja på partierna.

Att Sannfinländarna sitter i regeringen tillsammans med två andra borgerliga partier kan tolkas som en "praktisk lösning" på en parlamentarisk situation. Det är samarbetet över blockgränserna som de finska journalisterna och politikerna nu erbjuder Sverige som strategi. Grannen har hittills haft en mer principiell, eller politiskt medveten, hur man nu vill, inställning till regeringsbildningen än Finland.

Vad det innebär att anpassa sig till en politisk verklighet och kunna samarbeta med alla partier avhandlades i ett reportage med rubriken "De finska partiledarna: Sådär in- verkar det svenska valet på finländarnas liv".²⁷ I texten tillfrågades alla finska partier vad de anser om det svenska valet och Sverigedemokraterna. Socialdemokraten Sanna Marin hoppades att man i Sverige kunde föra en sansad debatt som baserar sig på fakta. Samlingspartiets Petteri Orpo ville inte uttala sig före valresultatet, medan Vänsterpartiets Li Andersson trodde att det svenska systerpartiet kan bli det tredje största. Och Sannfinländarna slog fast att i varje tänkbart scenario kommer Sverigedemokraterna att få en vågmästarroll.

Finska nyhetsmedier gav mycket utrymme åt att spekulera om den svenska regeringsfrågan, och den kommande finska regeringsfrågan.

"Det kommer att ta tid att smälta resultatet av det svenska riksdagsvalet. Man kommer inte att få tillstånd en regering om inte något parti förändrar på sin etab-

lerade uppfattning om samarbete med andra partier."²⁸

Utdraget är från Paavo Rautios ledarartikel som rubricerades "Sverigedemokraterna dikterar inte Sveriges väg, och Sannfinländarna dikterar inte Finlands". Rautio påpekade att Sverigedemokraternas roll i valet överdrivits. Partiet fick bara 17,6 procent av rösterna, mindre än vad valprognoserna slog fast. Partiet borde därför inte försätta hela det politiska systemet på fall. Situationen fick journalisten att spekulera i varför Finland inte kommer att gå samma öde till mötes som Sverige:

Vi har också färre problem med invandrare jämfört med Sverige, där man begått stora fel. Migranterna har bosatt sig i egna områden och tillåtits gettoferas, utan att se efter att de integreras. I Sverige har man också länge hållit tyst om invandringens onekliga problem. Den sakliga debatten är svår också i Finland, men ämnet har i varje fall inte överlåtits till att bli ett högerextremistiskt privilegium.²⁹

Kollegan Anna-Stina Nykänen på samma tidning menade i sin kolumn med rubriken "Finland är inte Sverige. Historien har lärt finländarna saker som svenskarna inte har en aning om" att Sverige är ett rikare land där avståndet mellan rika och fattiga är längre än i Finland.

I Sverige finns det många invandrare som fungerar som undersåtar, de är underställda, de jobbar och producerar vinst för svenskarna... Finland är ett fattigt land präglad av krig... I Finland finns inga slumområden. När man började kalla huvudgatan i Nordsjö för Mogadishu Avenue började man bygga höghus och vackra villor i Solviken så att också de etniska finländarna skulle bo kvar.³⁰

De finska journalisterna lider uppenbarligen inte längre av något lillebrorskomplex, tvärtom kan man bland det outsidersintresset för sitt västra grannland skönja en rapportering som ter sig något skadeglatt över att Sverige inte lyckas i allt. Sverige fungerar nu som ett

varnande exempel. Rapporteringen vittnar om en något mer avslappnad attityd och ett bättre självförtroende. Självbelåtenheten är något överraskande med tanke på den ökande polariseringen som tilltar också i Finland.

Sammanfattning av den polariserade politikrapporteringen

I den här essän har jag uppmärksammat den svenska valrapporteringen 2018 genom att fokusera på den finska nyhetsrapporteringen. Medierna beskrev ett Sverige som var svår att känna igen. Huruvida man ska tala om kris ska förbli osagt, istället kan konstateras att verklighetskonstruktionen pekar mot en förändrad mediebild av Sverige.

Det var överraskande hur intensiv och detaljerad den finska rapporteringen var. Det svenska valresultatet omsattes genast till en inhemsk agenda, vilket innebär att samhällsdebatter sprider sig effektivt, i det här fallet till det omedelbara nordiska närområdet. Kausalitetslogiken är en strategi som medier tillämpar och som politiker utnyttjar. ”De kära fienderna” beskriver en relation som alltför hålltar. Medan Finland fortfarande tar intryck

av Sverige i många frågor riktar de svenska redaktionerna inte samma intresse mot grannen i öst. Trots skevheten i relationen kan man med fog ifrågasätta det nationella perspektivet på agendasättandet och på publikuppfattningen, även om det är en stor utmaning i det dagliga arbetet att beakta en publik som befinner sig utanför det egna landets gränser.

I en tid när mediernas inflytande ökar, växer också kravet på journalistiken. Perspektivet spelar roll för vår kunskap om samhället, alltså om oss själva och andra. Medialisering är en process där politiken anpassar sig till mediernas korta format och tillspetsade praktiker, vilket är särskilt oroväckande när de populistiska partierna vinner terräng. Valrapporteringar utmärktes av många rituella drag. Polarisering och integration blev särskilt framskjutna. Vilka som ingår i begreppet ”folket” eller ”publiken” är inte självklart. Samhället kunde oftare uppfattas som mångfacetterad och ambivalent, istället för något unisont.

Insikterna av denna analys är alltså något att ta med sig till det dagliga arbetet som lärare i mediekultur vid Arcada. Förändring går långsamt, men nu om någonsin behöver vi kritiskt tänkande medieproffs.

Noter

1. Pelli & Nalbantoglu (2018).
2. Rautio (2018).
3. Strang (2018).
4. Stenius & Haggrén (1997).
5. Hjarvard (2013).
6. Asp (1986).
7. Couldry & Hepp (2017).
8. Wiik (2010, 2012).
9. Zelizer (2003).
10. Hjarvard (2013).
11. Fuchs (2017).
12. Räisä (2016).
13. Dayan & Katz (1994).
14. Couldry (2003).
15. Durkheim (1921).
16. Söderlund (2018).
17. Pelli & Nalbantoglu (2018).
18. Södersten (1994).
19. Gråsten (2018).
20. Seligman & Weller (2012).
21. Couldry (2003).
22. Räisä (2016).
23. Hassen Khemiri (2018).

24. Pelli & Nalbantoglu (2018).
25. Pelli (2018).
26. Pelli & Nalbantoglu (2018).
27. Gråsten (2018).
28. Rautio (2018).
29. Rautio (2018).
30. Nykänen (2018).

Litteratur

- Asp, Kent (1986). *Mäktiga massmedier*. Göteborg: Akademilitteratur.
- Couldry, Nick & Hepp, Andreas (2017). *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge: Polity Press.
- Dayan, Daniel & Katz, Elihu (1994). *Media Events*. Harvard: Harvard University Press.
- Durkheim, Émile (1921/2008). *The Elementary Forms of Religious Life*. Övers. av Carolyn Gosman. Oxford: Oxford University Press.
- Fuchs, Christian (2017). *Social Media: A Critical Introduction*. London: Sage.
- Gråsten, Hanna (2018). Pääministerin paikasta taisteleva Ruotsin kokoomuspomo Iltalehdele: Nyt pitää lopettaa ongelmien hyssyttely – ”Emme neuvot-

- tele jengimurhaajien kanssa”. *Iltalehti* 7.9.2018. [Online.] Tillgänglig på <<https://www.iltalehti.fi/ulkomaat/a/201809072201187504>>. [Hämtad den 15 september 2018.]
- Hassen Khemiri, Jonas (2018). Bara några ord till mina bruna queera odefinierbara vänner. *Dagens Nyheter* 8.9.2018. [Online.] Tillgänglig på <<https://www.dn.se/kultur-noje/jonas-hassen-khemiri-skriver-in-for-valet/>>. [Hämtad den 15 september 2018.]
- Hjarvard, Stig (2013). *The Mediatization of Culture and Society*. London: Routledge.
- Nykänen, Anna-Stina (2018). Onneksi Suomi ei ole Ruotsi – täältä puuttuvat ongelmalähiöt ja hejsan hejsan -eliitti. *Helsingin Sanomat* 16.9.2018. [Online.] Tillgänglig på <<https://www.hs.fi/sunnuntai/art-2000005827663.html>>. [Hämtad den 30 september 2018.]
- Pelli, Petja (2018). Ruotsissa kalatkin ovat isompia. *Helsingin Sanomat* 30.9.2018. [Online.] Tillgänglig på <<https://www.hs.fi/sunnuntai/art-2000005844611.html>>. [Hämtad den 30 september 2018.]
- Pelli, Petja & Nalbantoglu, Minna (2018). Ruotsidemokraatteja Husbyn maahanmuuttajalähiössä äänestänyt Karina, 70, toivoo maansa ottavan mallia Suomesta: ”Ruotsin pitäisi olla kovempi, niin kuin Suomi”. *Helsingin Sanomat* 9.9.2018. [Online.] Tillgänglig på <<https://www.hs.fi/ulkomaat/art-2000005820873.html>>. [Hämtad den 15 september 2018.]
- Rautio, Yrjö (2018). Ruotsidemokraatit eivät sanele Ruotsin suuntaa – eivätkä perus-suomalaiset Suomen. *Helsingin Sanomat* 14.9.2018. [Online.] Tillgänglig på <<https://www.hs.fi/politiikka/art-2000005826712.html>>. [Hämtad den 15 september 2018.]
- Seligman, Adam B. & Weller, Robert (2012). *Rethinking Pluralism: Ritual, Experience, and Ambiguity*. Oxford: Oxford University Press.
- Stenius, Henrik & Haggren, Heidi (2007). Det nordiska samarbetets vardagspraktiker. Vad vet vi om dessa förutom att de har varit/är viktiga? sid. 79-90 Häggman, Larserik (red.) *Finland i Norden: Finland 50 år i Nordiska rådet. Festskrift*. [Online.] Tillgänglig på <<https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10224/3570/stenius79-90.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. [Hämtad den 15 september 2018.]
- Strang, Johan (2018). Kampen om samarbetet: Norden och dess många betydelser. *Fortid. Historieskrivarnas tidskrift*, Universitet i Oslo.
- Söderlund, Linda (2018). Sverigedemokraternas hårda invandringspolitik går hem hos svenskarna: ”Vi har tagit in allt för mycket folk”. *Svenska Yle* 5.6.2018. [Online.] Tillgänglig på <<https://svenska.yle.fi/artikel/2018/06/05/sverigedemokraternas-harda-invandringspolitik-gar-hem-hos-svenskar-na-vi-har-tagit>>. [Hämtad den 15 september 2018.]
- Södersten, Bo (1994). Närande och tärande. *Dagens Nyheter* 11.12.1994.
- Räsä, Tiina (2016). *Medieritualet som klass- och kulturbundna diskurser och funktioner. Hufvudstadsbladets lucia och konstruktionen av Svenskfinland*. Doktorsavhandling. Helsingfors: Helsingfors universitet.
- Wiik, Jenny (2012). Yrkesideal, sid. 33-40 i Asp, Kent (red.). *Svenska journalister 1989–2011*. Göteborg: Göteborgs universitet.
- Wiik, Jenny (2010). *Journalism in Transition: The Professional Identity of Swedish Journalists*. Doktorsavhandling, institutionen för journalistik och massmedieforskning. Göteborg: Göteborgs universitet.
- Zelizer, Barbie (2004). *Taking Journalism Seriously: News and the Academy*. London: Sage.

Kirsten Ropeid

"Kjære norske redaktører: La oss aldri bli som Sverige!"

Forskjeller i journalistikken i de nordiske landa

Hvor lik er journalistikken i de ulike nordiske landa? Vi antar ofte at journalistikken i de forskjellige nordiske landa er like, for en snakker om skandinavisk eller nordisk journalistikk i samme gruppe. Jeg har mistanke om at forutsetningene vi driver journalistikk under, er mer forskjellige enn vi har tatt inn over oss. Det er dog vanskelig å få oversikt. Før en kurs om nordisk journalistikk bestemte jeg meg for å undersøke de praktiske forskjellene.

16. august skreiv redaktør Örjan Björklund i *Lärarnas Tidning* i Sverige sin siste leder. For alle som er opptatt av fri journalistikk, var dette en trist dag. Heretter er det lederen for Lärarförbundet som skal skrive lederen.

Bakgrunnen er at redaksjonen skal slås sammen med kommunikasjonsavdelinga i forbundet. Men kommunikasjon og journalistikk er som vann og olje, skriver redaktøren Björklund i sin siste leder: "De kan ikke blandes. Prøver en på det, er faren at det verken blir det ene eller det andre."¹

Jeg må innrømme at da jeg leste dette, blei jeg ikke bare indignert på vegne av journalistene i det svenske bladet. Jeg blei også ganske kjepphøy på norske vegne, og tenkte at slikt kan ikke skje her. Vi har nemlig "lov om redaksjonell fridom",² så det så.

Loven fra 2009 gir lovs kraft til kjernebe-stemmelsen i Redaktørplakaten, om at redaktøren skal være fri fra eiers eller utgivers innblanding i den daglige ledelse av redaksjonen.

Men til lovens femårsjubileum i 2014 fikk Fagpressens journalistforum laga en undersøkelse, *Hvor avhengige er vi egentlig?*, som

skulle måle om liv og lov var i samsvar.³ Undersøkelsen konkluderte med at vi ikke kunne utelukke at lovstridige inngrep kan ha skjedd. "Både utgivere og redaktører rapporterer om innblanding i redaksjonelle spørsmål som isolert sett vil være i strid med loven", heter det.

I Danmark gjør de det redaktør Björklund meiner er umulig; de blander journalister og kommunikasjonsmedarbeidere. I samme fagforening, Dansk Journalistforbund.

I Finland utvida journalistforbundet SJL medlemskriteriene sine i 2013 til å inkludere folk som arbeider med kommunikasjon og har "journalistiske elementer som en vesentlig del" av arbeidet sitt.⁴ Dette betyr at presseansvarlige, kommunikasjonsjefer og profesjonelle bloggere kan bli medlemmer i journalistforbundet.⁵

Når det ikke er umulig i Danmark og i Finland, har jeg spurt meg sjøl om det kanskje er fordi forskjellen mellom de to yrkesgruppene ikke er så stor der som det vi er vant til. Altså at journalistene har en mer redusert frihet.

Saken måtte undersøkes nærmere. Jeg tok kontakt med de nordiske kollegene mine.

Kirsten Ropeid, journalist i bladet Utdanning, som er eid av Utdanningsforbundet, den største fagforeninga for norske lærere, og fungerer som medlemsblad for dem.

Lus og manglende pressefrihet

En hyggelig dansk kollega svarer på min epost til hennes redaksjon. Hun avviser på overbe-

visende måte mine dårlig skjulte antydninger om at de er mindre fri enn oss. Samtidig forteller hun at redaksjonen har barrikadert seg kraftig mot eieres mulighet til å kikke dem i korta. Så kraftig at jeg må spørre meg hvorfor det er nødvendig.

Allerede før denne dialogen hadde jeg reflektert over at å spørre journalister om de har begrensninger i pressefriheten, det kan være som å spørre om de har lus. Jeg spurte en gang en gammel dame, vokst opp i fattige forhold, om hun hadde hatt lus som barn.

"Mor gredde håret mitt med lusekam hver eneste lørdag, og da brakk hun alle de lus hun fant. Så lus hadde jeg aldri, sa dama bestemt."

Lus og manglende pressefrihet er begge pinlig ubehag. Min gamle venninne ville ikke innrømme at hun hadde lus støtt.

Men den danske fotojournalisten Martin Lehmann er ikke redd for å vise fram lusa. 1. oktober starta ankesaka mot ham i landsretten, etter at han hadde vunnet i retten i Sønderborg. Lehmann viser til pressefriheten og vil ikke betale en bot på 1500 danske kroner som han har fått for å forstyrre offentlig orden. Politiet ville ikke la ham fotografere flyktningene som i september 2015 gikk langs motorveien i Sør-Jylland mot Sverige.

Etter seieren i Sønderborg sa Ina Lindahl Nyrud, som er medierettsadvokat i Norsk Journalistlag, at dette måtte føre til endring i norsk praksis. Dommen viser til Den europeiske menneskerettskonvensjonens artikkel om ytringsfrihet, som også norsk politi må følge. Det gjeldende norske rundskrivet fra Justisdepartementet om forholdet mellom politiet og journalister på åstedet må derfor endres, ifølge Nyrud.

Men når den danske avisa *Politiken* skal vise hvor bakstreverske de er, de tiltaka som nå skal settes i verk i Danmarks Radio for å tilpasse seg kuttet i overføringer på 20 prosent, da trekker de fram NRK som det gode eksempelet de danske politikerne heller burde fulgt.

I Norge skjønnte vi forresten ingen ting da Jim Åkesson rett før det svenske valget skjelte

ut SVT. Men i fagbladet *Journalisten* forklarte journalist og leder av Pressens faglige utvalg, Alf Bjarne Johnsen, oss det. Han viste til at SVT fjor ble felt av Granskningsnämnden för radio och TV, fordi programlederen ikke tok avstand fra en krenkende uttalelse fra en debatt deltaker i nyhetsprogrammet *Aktuellt*. Radio og fjernsyn er underlagt en egen ansvarslov, og Granskningsnämnden er delvis oppnevnt av regjeringen. Dermed forsto forvirra nordmenn at det var en logikk her. Men sjølve logikken forsto vi likevel ikke.

Så det er mange forskjeller. Men hvordan ser det samla bildet av forskjeller og likheter ut?

Det jeg har fått klart for meg, er at den norske pressa har færre lover over seg enn den svenske og den danske. De har medieansvarslover, vi har lov om redaksjonell fridom.

Norge på smørsida?

Så ifølge min analyse er Norge på smørsida. Men slik favorisering av det hjemlige blir lett resultatet når en vurderer det en kjenner best, opp mot det en ikke forstår så godt. Kjent og kjært heter det jo.

Min analyse er dessuten så banal at jeg ikke veit hvor i analysen jeg skal plassere inn lovforslaget som den norske regjeringa la fram i mai i år. Det er et forslag til nettopp en medieansvarslov. Forslaget blir tatt svært godt imot i Norsk Journalistlag.

"Det er behov for å samle og oppdatere de medierettslige reglene som gjelder for de redaktørstyrte, journalistiske medie-ne", sa lagets advokat Ina Lindahl Nyrud.

Når det gjelder kontroll av mediene, ordner norsk presse opp på egen hånd, gjennom Pressens Faglige Utvalg. Slik er det også i Finland. I Sverige og Danmark har myndighetene fingrene et godt stykke inn i det fatet, etter hva jeg forstår.

Går vi utafor de tre nordiske landa med det sterkeste språklige felleskapet, blir det ikke bare betydelig vanskeligere å forstå reint språklig hva mediene holder på med. For i Island kunne David Oddsson, den lengstsit-

tende statsministeren i landet, gå via stillinga som sentralbanksjef til redaktør av Islands største avis, *Morgunblaðið*, og det mens døningene fra finanskrisa fortsatt slo hardt. Hva er grunnene til det? Hva er det for lover og sedvane som sikrer, eller som ikke hindrer, at det kan skje?

Og hva har like og ulike forhold utafor journalistikken, som arbeidsmiljølovgivning og generelt stillingsvern, å si for vår mulighet til å være kritiske journalister?

I det jeg er i ferd med å avslutte dette skrevet, slår et innspill mot meg i *Aftenposten*:

”Kjære norske redaktører: La oss aldri bli som Sverige. Jeg trodde ytringsrommet i Norge var trangt. Det var før jeg møtte den svenske korrekthetspisken.”

Det er spaltist Anki Gerhardsen som skriver dette. Hun har reist tog fram og tilbake mellom Bodø og Göteborg for å delta på årets Segerstedtseminar, og der diskutert demokrati, ytringsfrihet og det presset begge deler er utsatt for.

I *Göteborgs-Posten* skriver Björn Werner fra samme seminar at ”norska församlingen befann sig långt inne i en blåbrun konsensus.”

Da nordmenn og svensker braka sammen på Segerstedtseminaret i 2016, hadde visst kollisjonen vært like voldsom.

Den store oversikten mangler

Hva er de bakenforliggende årsakene til dette? Jeg har altså spurt og gravd for å få bedre grep om ulikhetene og likhetene i og bak journalistikken i Norden. Jeg har gjort det fordi jeg tror vi bør forstå bedre hva som skiller og hva som forener journalistikken i de nordiske landa for å forstå hverandre bedre når vi leser, ser eller hører på hverandre, og når vi diskuterer journalistikk med hverandre.

Snille folk har hørt på spørsmåla mine, og svart så godt de har kunnet. Kunnskapen min har økt. Men den er fortsatt svært fragmentarisk. Ingen har kunnet gi meg den store oversikten.

I skrivende stund står jeg i startfasen av årets Aarhus-kurs som heter ”Tryk på Norden” og som arrangeres ved Nordisk Journalistcenter i tre uker fra 21. oktober.⁶

Jeg håper at kurset kommer til å kaste mer lys over de praktiske små forskjellene. Og jeg spør meg også om et forskerblick på disse forskjellene kunne hjulpet oss med å forstå hva som bare er variasjoner over samme tema, og hva som er uttrykk for reelle ulikheter.

Noter

1. Björklund (2018).
2. Lovdata (2008).
3. Øy (2014).
4. SJL (2013).
5. SJL (2018).
6. NJC (2018).

Referenser

- Björklund, Örjan (2018). Hög tid att lyssna på professionen. *Lärarnas tidning*, 18 augusti 2018. [Online.] Tillgänglig på <https://lararnastidning.se/hog-tid-att-lyssna-pa-professionen/> [Inhämtad 18 oktober 2018.]
- Lovdata (2008). *Lov om redaksjonell friedom i media*. [Online.] Tillgänglig på <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2008-06-13-41> [Inhämtad 18 oktober 2018.]
- NJC, Nordisk Journalistcenter (2018). Aarhus-kur-

- set 2018: Tryk på Norden. Tillgänglig på <https://njc.dk/kursus/aarhus-kurset-2018/> [Inhämtad 18 oktober 2018.]
- SJL, Finlands Journalistförbund (2013). *Jäsenasiaohjeet 2013*. [Online.] Tillgänglig på <https://docplayer.fi/34371251-Jasenasiaohjeet-miksi-uudet-jasenasiaohjeet-2-jasenet-suomen-journalistiliiton-saannoissa-vanhoejen-saantojen-mukainen-7.html> [Inhämtad 18 oktober 2018.]
- SJL, Finlands Journalistförbund (2018). *Tervetuloa jäseneksi*. [Online.] Tillgänglig på <https://journalistiliitto.fi/fi/jasenys/jaseneksi-journalistiliittoon/> [Inhämtad 18 oktober 2018.]
- Øy, Nils (2014). *Hvor avhengige er vi egentlig? Rapport om redaksjonell uavhengighet i Fagpressen, basert på spørreundersøkelse blant journalister, redaktører og utgivere*. [Online.] September 2014. Tillgänglig på <https://www.nored.no/download/file/9361> [Inhämtad 18 oktober 2018.]

Helena Niskanen

Making Cool Scandinavia Hot Amongst American Travelers

How the Nordic Countries' Lore is Utilized in Marketing

In the American mind, Scandinavia sits in a faraway nook, perched atop Europe, and carries a special lore – its culture, lifestyle, cosy sweaters and socks, clean design, and sense of well-being appeals to Americans. In the US, both “Scandinavia” and “Nordic(s)” are used virtually interchangeably. In the marketing communication directed towards Americans, it has, however, turned out to be more attractive to use the word “Scandinavia”. Indeed, for years, the slogan in the joint branding communication between the Nordic countries was “Only in Scandinavia”. This was because the word “Scandinavia” resonated powerfully among the tour operators and media, while the term “Nordics” could sometimes cause confusion with regard to which countries were actually included. In this article, I will reflect upon my experiences.

In general, Americans are consistently curious about new cultures, foods, and destinations, with which they lack familiarity – increasingly, this interest is driving a desire to learn, and experience, more about the Nordic region. Nordic brands such as IKEA, Marimekko, H&M, and Lego have infiltrated American fashion, design, and lifestyle. All of this has fostered an unprecedented awareness of a Nordic culture that embraces, upholds, and vindicates values such as openness and sustainability.

During my career, spanning over twenty years, in marketing Finland and Scandinavia

as a travel destination in North America, I have witnessed the changes in the US travel industry, shared wonderful experiences with my tourist board colleagues, and witnessed growing interest in the magical destination of Scandinavia, or, to be more exact, the Nordic countries of Finland, Denmark, Iceland, Norway and Sweden.

Nordic Countries (Nordiska Turistrådet, NT) have worked in close cooperation for years. The benefits of this cooperation manifested themselves in the form the Scandinavian Tourist Boards in New York. The office was originally located at the legendary Rockefeller Center, at 75 Rock. My former colleagues told stories of spotting a Hollywood star or two, (Paul Newman and Robert Redford) in the building's elevators, since Warner Communications had their NY offices at the same building. The lobby was occasionally mobbed with screaming fans. In late 80's, our offices moved to Third Avenue in Midtown – in the shadow of another legendary skyscraper, the Chrysler Building. I started working for the Scandinavian Tourist Board shortly thereafter.

Helena Niskanen is a destination travel marketing professional with more than 20 years of experience. She is the founder and CEO of Polar Star Marketing and a member of the Board of Directors of FinnFest USA. She ran Visit Finland operations in USA in 1997-2018 and prior to that, in 1993-2007, she served as a marketing coordinator. She has also served as a volunteer on several boards, such as the American Scandinavian Society of New York and Finland Center Foundation. She has resided in Jersey City, New Jersey, for the last 30 years.



“Only in Scandinavia” – the Scandinavian Tourist Boards representatives hosted an educational evening for the US tour operators at an annual USTOA Conference (US Tour Operator Association) in Boca Raton, Florida in December 2014. From left Helena Niskanen from Visit Finland.

After years of cooperation, an official company, Scandinavian Tourism Inc. was incorporated in 1996 to serve as an umbrella organization for the then-five tourist boards of Denmark, Finland, Iceland, Norway and Sweden. Iceland split from the cooperation in 2012 as they started handling the US market remotely from Iceland.

Scandinavian Tourism Inc. was long responsible for handling all travel trade and consumer inquiries for the four Nordic countries, as well as running the joint office and call centre. The company was also responsible for coordinating joint activities as well as maintaining the joint Goscandinavia.com website and social media channels. A project manager was hired to coordinate the travel trade work, and an information officer handled our information requests as well as social media.

The presidency for the corporation was a rotating two-year term shared by the di-

rectors of the individual tourist boards. My term spanned from 2012-2014. At the time of writing this article, the company has been dissolved, but joint collaboration to some extent will continue with activities geared towards the travel trade. My position in New York at Visit Finland was terminated in the spring.

The industry has changed a lot over these 20 years. When I first started in the early 90's, our joint Scandinavian call centre would traditionally be inundated with calls and brochure requests starting in early February. To stem the flood, we had three to four people, daily, handling phone calls.

At that time American, travellers had a tendency to plan and book their European vacations months ahead of time.

Contemporarily, the planning period is shorter, and most American travellers tediously research destinations over the Internet prior to booking. The last four years have seen

a significant drop in brochure orders, as well as phone and email inquiries.

However, our social media channels attracted more and more visitors, which in turn increased engagement and social sharing. We did particularly well with fun and quirky stories, about “Nordic oddities: salt licorice and dipping into icy water after a sauna”. Summer is still the most popular time for overseas travel, but long weekends are gaining popularity all year round, especially with airline promotions and flash sales. Americans get an average of 20 vacation days a year. Some examples, which carry a compelling appeal for tourists heading to Scandinavia, include fairy-tale castles, unique snow- and ice-accommodations, Northern Lights, fjords, archipelagos, Nordic cuisine, capital cities, small towns, history, culture, art, and design.

Why to join forces – the power of four

In 2013, the Scandinavian Tourist Boards in the US - VisitDenmark, VisitFinland, VisitNorway and Visit Sweden - formed a Scandinavian Trade Partnership programme in order to build greater awareness of Scandinavia as a desirable and competitive travel destination in the North American market. We, the Scandinavian Tourist Boards, recognized the importance of working with the tour operators and travel agents in joint collaboration with Scandinavian travel industry partners to enhance existing tour packages to Scandinavia and inspire tour operators to create new tour packages to the region. We realized that by working in a partnership, we could further enhance Scandinavia’s visibility in the US market.

The key focus of our trade partnership programme was to take part in major travel industry conferences to meet face-to-face with high-ranking decision makers, CEOs, presidents, VPs, and product development managers of the most important tour operators in the US, with the aim of getting more tour packages to include Scandinavia. Our activities included hosting events geared for the operators with fun quizzes and an interac-

tive breakfast seminar themed “Around Scandinavia”, which highlighted the best of each country with strong visuals. As a Finn, it was fun watching the operators - with varying degrees of success - guess which country had the most saunas. Eventually, one CEO got it right.

For many years we organized a hosted buyer workshop in NYC or LA, to which we invited North American tour operators to meet with our participating Scandinavian travel partners. We conducted a series of sales calls and destination training sessions targeting travel agency and tour operator sales staff in the US, who heavily book foreign travel. The goal was to personally inspire them to sell Scandinavia and to introduce partner products and services. Since Scandinavia is a relatively unknown region, we created a web-based educational programme for travel agents that focused on our strongest selling points, such as nature, cuisine, and lifestyle. Travel agents were introduced to a series of mesmerizing images of Scandinavia alongside educational information and detailed information on partner products. Each agent took an exit test in order to become a certified Scandinavia specialist.

We sent out a monthly e-newsletter - directed at travel agents and tour operators throughout North America - focused on travel and tourism news emerging from Scandinavia, as well as stimulating stories. The e-newsletter was designed to entice tour development and to serve as a tool and inspiration for travel agents to sell and meet clients’ travel needs. We conducted webinars to further educate and create awareness of all the things Scandinavia has to offer for the agents’ client base. The webinars proved to be an exceptionally cost-efficient way of marketing to a larger group. Our web site, Goscanidavia.com, was designed exclusively for trade industry professionals; however, the site contained links to each tourist boards’ homepage, which were more consumer friendly. We used search engine optimization to allow agents to find us more easily.

We partnered with one of the largest travel agent consortiums (Signature Travel Network)

by hosting a Scandinavia day, with presentations during the day followed by an evening gala at a Las Vegas hotel. The entrance to the ballroom was lined with beautiful images of Scandinavia. In the ballroom, we projected our branding logo onto the walls and served Scandinavian-inspired food. Attendees gleefully greeted our special guests, including the Little Mermaid, Santa Claus, and a Viking.

It makes sense for Scandinavian countries to work together, because most consumers choose the region for a multi-destination vacation and will typically visit two to three countries on their trip. Most tour operators' pre-packaged products for Scandinavia also combine at least two countries in the region. Scandinavian countries have been registering strong increases in bed nights of US travellers over the last couple of years. Despite these strong gains, however, Scandinavia remains a relatively unfamiliar region for American consumers, who have a high propensity to consult and book more complex trips (those that include overseas travel and multiple destinations) with a tour operator or a travel agent. Scandinavia's market share of US travel to Europe is about 10 percent, according to the US Department of Commerce, Office of Travel and Tourism Industries.

US travel market

The travel trade industry continues to be a lucrative business in the US. The US resident outbound market totalled 87.7 million in 2017, up 9 percent. Travel to overseas countries (38.3. million) also increased by 9 percent.

The 'outbound' market has been strong since 2014. Competition is fierce, but Europe is still a top destination for American travellers. According to PhocusWright's prediction, US travel revenue will reach \$381 billion.¹ The market is heavily dominated by airlines and hotels or lodging, which account for 83 percent of the total. The remaining 17 percent of the market is shared between car hires, cruises, packaged travel, rail travel, and travel insurance.

A biannual economic impact study by PriceWaterhouseCoopers LLP (PwC) found that active members of the US Tour Operator Association (USTOA) contributed \$15 billion to the US tour operator industry in 2017, representing more than 8.8 million individual travellers.² Tour operators primarily sell directly to the travel trade.

The emergence of the Internet and the increased popularity of social media channels have drastically altered the way that tourist boards communicate with, and market to, their target demographics.

We have conducted Scandinavia-specific research studies and also accessed research commissioned by the European Travel Commission (ETC). Our primary traveller to Scandinavia is still the baby boomer, someone who has already experienced the most-visited countries in Europe. The boomers continue to be a very viable target group.

Besides the boomer, Scandinavian Tourist Boards, just like every other tourist board, is after the mythical group of Millennials. In 2015, Millennials officially became the largest market of US travellers by age. They are the most educated and most diverse generation in American history. They are also the most civic-minded generation - 71 percent of US millennials and post-millennials view experiences as the most important thing in their lives.

For the typical millennial, traveling is not as much about the destination as it is about the cultural experiences they can share in. About 20 percent of millennials travel internationally, and 86 percent of those who do so travel to experience a new culture, according to Internet Marketing, Inc.³ An MMGY study on Millennials found that 6 out of 10 prefer to spend their money on experiences rather than on material possessions. According to Internet Marketing, Inc., 76 percent of millennials decided on a travel destination based on recommendations from friends. Although Millennials travel more frequently, boomers take longer trips and spend more money.

“Faces of Scandinavia”

Perhaps one of the most successful and enjoyable social media campaigns on which I worked on a joint basis was the 2011 “Faces of Scandinavia” campaign, in which our effort was to spotlight inspiring destinations within our four Nordic countries, featuring travel testimonials from prominent Scandinavians ranging from a polar explorer to a hockey legend, a chef, a jewellery designer, a supermodel and even a cello rock band.

These famous Scandinavians were promoting their favourite local travel destinations. The purpose was to inspire US travellers to visit Scandinavia. Visitors to the site could read about these well-known Scandinavians’ personal travel stories and comment on them, or upload their own stories. In addition to posting their stories on our website, we encouraged visitors to share them on Facebook and Twitter, and to leave a comment on other published stories.

This allowed visitors to interact with each other and our campaign as part of an immersive experience; participation also allowed visitors to enter to win a roundtrip to one of the four destinations. The campaign ran online and included a mobile travel application.

“NORDICS – a hot commodity in the US”

In 2013, in conjunction with the Kennedy Center’s⁴ *Nordic Cool* 2013 Festival in Washington D.C., the Scandinavian Tourist Boards collaborated jointly with the Nordic Council of Ministers by launching a new *Nordic Cool* campaign. The objective was to create greater awareness of Scandinavia through fun, quirky, and creative facts and cultural trivia.

The consumer campaign coincided with a month-long international festival of theatre, dance, music, visual arts, literature, design, cuisine, and film to highlight the diverse cultures of Denmark, Finland, Iceland, Norway, and Sweden, as well as Greenland and the Faroe and Åland Islands. The festival provided us with a great opportunity to build awareness about the Nordic cultures amongst the

general population and through an engagement campaign geared towards a key target audience. In this case, the target age group was adults between the ages of 35 and 60 who are well-educated, travelling without children, and who have previously visited Europe, but not necessarily Scandinavia. The campaign was physically located in the D.C. metro area, but Facebook was utilized to simultaneously spread the campaign to a wider audience. Fans of Scandinavia could test their knowledge about the region and learn more about the Nordic countries at a dedicated web site. Once again, a grand prize giveaway with two round-trip tickets to a Scandinavian destination of choice was offered.

Our core business challenge was the fact that Scandinavia is still fairly unknown as a travel destination in the U.S. We wanted to leverage the buzz generated by the Nordic Cool festival to place the region at the forefront of people’s minds as a great travel destination for the well-educated and the curious. Our focus was to capture the attention of our target audience so as to transform their vague interest into an urgent desire - to move them from “I’ve heard great things about Scandinavia” to “I really want to go this summer!” We also wanted to deepen consumer knowledge regarding the wide variety of travel product offerings in Scandinavia, to increase social media interaction and engagement, and to provide a tangible increase in travel bookings to Scandinavia.

With the marketing activities, we used an integrated approach. Our outdoor advertising campaign used strategically placed ads on buses and the Metro in key routes in Washington D.C. The messages contained indisputable facts about Scandinavia that would grab the public’s attention, such as, “*If World Domination Were Determined by Herring Consumption, We Would Rule the Planet.*”

The Nordic embassies in Washington D.C. organized a Nordic Restaurant Week, where each embassy invited a chef from their country to partner with a restaurant in D.C., which served a special Nordic menu during Nordic Restaurant Week. This was a perfect oppor-

tunity to engage culinary, travel, and lifestyle journalists with press releases and invitations to enjoy the special Nordic dinners.

Each country has always handled their own public relations (PR) for the tourist board, but for joint projects, our PR personnel work as a group to compile press lists and press releases. PR is an integral part of our work.

This was a branding campaign with themes of culture and history: culinary experiences (New Nordic Cuisine); modern yet historic cities connected with beautiful unspoiled nature; and “The Good Life” and Scandinavian lifestyle (e.g. the happiest countries, egalitarianism, progressiveness, gender equality, child-friendly cities, architecture, and countries designed to improve life with sustainability in mind).

We had hoped to organize a culinary-themed event in New York in 2016/2017. Our team worked diligently and passionately to make it happen, but unfortunately the funding fell through in the end. Cuisine has always been an important focus area for the Scandinavian Tourist Boards, and historically, we have worked on, and with, multiple projects

to position and strengthen the Scandinavian culinary scene to appeal to a wide variety of people and groups, with the purpose of driving more travellers to our region.

Culinary experiences, especially local cuisines, are one of the top categories that American travellers consider in choosing a destination to visit. Scandinavia already stands strong in this category, and is gaining ground every year with the continuing emergence, and rising popularity, of “New Nordic Cuisine,” as well as its diverse restaurant scene ranging from Michelin acclaim, through farm-to-table freshness, all the way to street food, where innovation and experimentation with alternative ingredients flourish.

Scandinavian Tourism Sites

GoScandinavia: <http://www.goscandinavia.com/scandinavia/go-scandinavia>

VisitSweden: <http://www.visitsweden.com>

Visit Denmark: <http://www.visitdenmark.com/usa>

Visit Norway: <http://www.visitnorway.us>

Visit Finland: <http://www.visitfinland.com>

Noter

1. Biesiada (2016), Deloitte (2017).
2. Dolecki (2017).
3. Price (2016).
4. Merry (2013). The Kennedy Center of Performing Arts in Washington DC (see kennedy-center.org/nordiccool) is the living memorial to the late President. The center has been presenting festivals celebrating cities, countries and regions of the world since its opening in 1971.

References

- Biesiada, Jamie (2016). PhocusWright's US Online Travel Overview Report. *Travel Weekly*, 15 January 2016. [Online.] Available at <https://www.travel-weekly.com/North-America-Travel/US-travel-market-grew-5-percent-in-2015-Phocuswright> [Accessed 5 November 2018.]
- Deloitte (2017). *2017 Travel and Hospitality Outlook*. [Online] Available at <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/consumer->

[business/us-cb-2017-travel-hospitality-industry-outlook.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/consumer-business/us-cb-2017-travel-hospitality-industry-outlook.pdf) [Accessed 5 November 2018.]

- Dolecki, Gina (2017). The Member Companies of U.S. Tour Operators Association Provide Tours, Packages and Custom Arrangements for 8.6 Million Travelers Annually to Enjoy Destinations and Experiences across the Entire Globe. *United States Tour Operation Association*, 29 November 2017. [Online.] Available at <https://www.ustoa.com/press-releases/2018-survey-results> [Accessed 5 November 2018.]
- Merry, Stephanie (2013). Nordic Cool 2013 Takes Over the Kennedy Center. *The Washington Post*, 14 February 2013. [Online.] Available at https://www.washingtonpost.com/goingoutguide/nordic-cool-2013-takes-over-the-kennedy-center/2013/02/14/ea7ef062-6fd6-11e2-8b8d-e0b59a1b8e2a_story.html?utm_term=.f56c3fe77681 [Accessed 5 November 2018.]
- Price, Will (2016). Millennial Travel Trends: A Look at the Largest Generations' Habits. *Internet Marketing Inc.*, 5 April 2016. [Online] Available at <https://www.internetmarketinginc.com/blog/millennial-travel-trends/> [Accessed 5 November 2018.]

Ari Páll Kristinsson

Implications of Ideology

Iceland and the So-Called Nordic Language Community

The “Nordic language community” is more of an ideal than a reality. Also, a distinction must be made between a primary and a secondary Nordic language community. Danish is a compulsory school subject in Icelandic primary schools, and this is not uncontroversial in Iceland, and Icelandic youths tend to use English rather than Danish (or “Scandinavian”), for communication in “Nordic situations”. Yet, it is unlikely that the Icelandic curriculum will change on this point in the foreseeable future, since Iceland ascribes to the “Nordic ideology”, of which the (imagined) Nordic language community is an integral part. But what is a “Nordic language community”? Is it real?

Nordic – in particular: Scandinavian – political and cultural discourses often refer to a “Nordic language community” (Danish: *nordisk sprogfællesskab*; Swedish: *nordisk språkgemenskap*; Norwegian: *nordisk språkfællesskap*). If one accepts the existence of such a phenomenon in the first place, there are at least two types: a primary and a secondary Nordic language community.¹ Native speakers of the three Scandinavian languages (Norwegian, Swedish and Danish) supposedly belong to the primary Nordic language community, and native speakers of non-Scandinavian languages in the Nordic region, who use some Scandinavian for inter-Nordic communication, are considered to make up the secondary community.

While it is generally assumed in traditional Nordic discourses that Danish, Norwegian and Swedish are mutually comprehensible, the term “semicommunication”² has been used, since native Scandinavian speakers generally need “a little goodwill”³ for such communication to run smoothly.

The idea of a Nordic language community seems to be more important to Scandinavians than to the rest of us. Indeed, the term *Nordic language community* is often used by Scandinavians in a narrow sense for their *inter-Scandinavian communication* alone, without reference to communication in a Scandinavian language with native speakers of other languages in the Nordic region.⁴

Learning Scandinavian

Members of the secondary Nordic language community are people like myself, who have learned some Danish, Norwegian or Swedish as a foreign or second language. This second language acquisition takes place partly in schools and courses, and partly informally, for example, if we move to one or more of the countries where Norwegian, Swedish and Danish are principle languages.

Our language proficiencies vary greatly. This depends presumably not only on how long we have studied the Scandinavian language in question, but also on the linguistic structures of our own native languages. For me, for example, as a native speaker of Icelandic, large sections of Scandinavian vocabulary

Ari Páll Kristinsson, Research Professor at the Árni Magnússon Institute for Icelandic Studies in Reykjavík.

are quite different, and even if the syntactic structures of Icelandic and the Scandinavian languages are rather similar, I am very likely to make a number of grammatical errors when speaking Scandinavian, for example, as to the order of verbs and adverbials in subordinate clauses (e.g., instead of “... at hun ikke er her”, I tend to use the incorrect word order “... at hun er ikke her”). In Icelandic (as in Finnish), there is always primary stress on the first syllable of a word. Therefore, Danish words such as *papir* (“pap-IR”) can be problematic for me when speaking Danish.

My problems are not all that serious, though. Faroese and Icelandic belong to the same language group as Scandinavian. (More precisely, these island languages share linguistic features primarily with dialects of Western Norway, and to a lesser extent with Eastern Norwegian, Danish and Swedish. However, despite common origin, Icelandic and Western Norwegian dialects are not at all mutually comprehensible in modern times.) I suspect that it might be even harder for speakers of Sámi, Finnish, Meänkieli, Greenlandic, Vietnamese or Arabic, for example, to acquire a Scandinavian language, since their native languages are typologically very different from Scandinavian.

Multilingual Iceland

Obviously, there are many more languages spoken in the Nordic countries than those mentioned above. For example, a recent survey among pupils in primary schools in Reykjavík showed that more than 100 different languages are spoken in their homes in Reykjavík.

There have been great demographic changes in the past two decades in Iceland, in that immigrants from Poland, Lithuania, Thailand, the Philippines and many other countries make up (in 2017/2018) about 10.6 percent of the Icelandic population, instead of only about 2.1 percent in 1996. The largest single group of immigrants is from Poland. Polish speakers, about 14,000 in number, are about 4 percent of the present population in Iceland (about 40% of all immigrants). The second

largest group of immigrants are Lithuanians, about 2,300 people, i.e. about 0.6 percent of the Icelandic population.⁵

Danish citizens in Iceland are far lower on this list, i.e. about 0.25% of the population, the Faroese and Greenlanders included.⁶ However, about 1% of the Icelandic population were born in Denmark.⁷ The reason for this must be that a number of Icelanders live temporarily or for extended periods in Denmark (today about 12,000 people, about one-third students, according to the Icelandic Embassy in Copenhagen).

Danish in Iceland

There are strong historical and cultural ties between Iceland and Denmark,⁸ as Iceland was under Danish rule from the 14th to the 20th century. (The country gained political independence from Denmark in 1918, and the Republic of Iceland was founded in 1944.) Therefore, one might perhaps have expected extensive communication in Danish in Iceland. This is not the case. However, due to historic and cultural reasons, Danish has been taught in Iceland since the first primary schools were founded in the latter half of the 19th century.⁹ Today, the Icelandic curriculum guide stipulates that both Danish and English are compulsory subjects. Previously, pupils had Danish first, from grade 5, and English later. This changed in 1999, when it was stipulated that English comes first, followed by Danish, usually in grades 8-10. Danish is also taught to some extent at upper secondary school and at the University of Iceland. It has been estimated that 6-7% of Iceland's education budget is spent on teaching Danish.¹⁰

Danish is not generally considered to be a particularly popular school subject. I recall a comment made by my late mother-in-law, who was a teacher of Danish in a primary school. She remarked once: “I could always manage to keep control of the youngsters in my classroom, even though I taught Danish.”

It is not uncontroversial that Danish is still part of the Icelandic curriculum.¹¹ A number of Icelanders have publicly expressed the view

(in newspapers and various debates) that the pupils' time could be better spent at school, either for more lessons in Icelandic language and literature, for more English lessons, or for learning another foreign language instead of Danish (Spanish, for example). Many of the critics are indeed in principle "pro-Scandinavian", in the sense that they acknowledge the value of a foreign Nordic language in the curriculum; however, they would prefer another Scandinavian language to Danish in Icelandic primary schools (Swedish, Norwegian Bokmål, or Swedish spoken in a Finland Swedish accent). A major reason for this is that Danish pronunciation causes problems for most students. A survey among Icelandic upper secondary school students suggested that 64 percent of them found the Danish language "hard to speak", and 48 percent found it "hard to listen to".¹²

However, there are no signs today that education authorities in Iceland will abolish Danish as a compulsory school subject. An important argument is that learning Danish is, by extension, also a gateway into Norwegian and Swedish society. Thus, in addition to being able to communicate with the 5.5 million Danish speakers, studying Danish is supposed to provide access to the extended Nordic community.

Communication practices

A study into comprehension of Scandinavian languages among 15-20 year-old Icelandic adolescents showed that fewer than 40 percent of them understood native speakers of Norwegian, Swedish and Danish who approached them asking (in their native languages) for directions to the Nordic House in Reykjavík.¹³ Most of the Icelandic youths in the study (80%) were inclined to switch into English in this communication situation. Much in the same vein, many Icelanders have reported anecdotally that if they try to begin a conversation in Denmark or another Nordic country in a language that they believe to be some sort of Danish, they are likely to get a response in English.

This is of course a frustrating experience for someone who has invested in Danish studies at school for 3 years or more. Consequently, the use of English is often seen as a practical and easy option. Using English also has the obvious advantage for a foreigner in a Scandinavian country that you are not as likely to be at a "disadvantage" in a communication situation with the locals. It might be a more positive communication experience if both parts have "equally poor" English skills.

As to the more formal situations where Icelanders are supposed to use a Scandinavian language, such as when giving a talk, speaking at a formal meeting or presenting written documents, at work or at school in Scandinavia, the question of proper and correct language use arises. Even if everyday conversation in broken Scandinavian in informal settings is not likely to affect one's carrier negatively, this may be the case for the more serious occasions.

Brink¹⁴ interviewed 31 young citizens from Sweden, Norway, Denmark, Finland, Iceland, Greenland and the Faroes who live and work in a neighbouring Nordic country. The aim of her study was to test how inter-Nordic communication takes place in practice. She found that 11 of the 31 interviewees had an immediate comprehension of the neighbouring language. The remaining Scandinavians claimed that they needed on average 2-3 months for further acquisition – and the Finns and the Icelanders needed 5 months before they were able to communicate with some ease in the Scandinavian countries. Brink's¹⁵ subjects reported a significant amount of use of English in Nordic communication. This is hardly surprising, at least as far as the Icelandic participants are concerned, given the results in Børestam.¹⁶ According to Brink's¹⁷ results, the Nordic participants in her study use English as a tool for communication when Scandinavian does not work well, and English is often preferred in the more formal situations, while Scandinavian is instead associated with social gatherings and informality.

In Östman and Thøgersen's¹⁸ interview study, participants from Nordic countries (except Greenland) were asked to consider

the statements “Inter-Nordic communication should be conducted in Norwegian, Danish or Swedish” and “It is quite acceptable and merely an advantage to conduct inter-Nordic communication in English”.¹⁹ It comes as no surprise that the Icelanders and the Finnish-speaking Finns were the least “pro-Scandinavian” and the most “pro-English” in their evaluation of these statements.

Brink’s,²⁰ Börestam’s²¹ as well as Östman and Thøgersen’s²² results are hardly encouraging for Danish teachers in Iceland. Firstly, it appears that the students might need to keep studying the language on arrival in Scandinavia anyway, and secondly, the students tend to communicate in English in Scandinavia.

As Icelanders come to study at Scandinavian universities, particularly at postgraduate levels, they often attend courses that are taught in English and not in the Scandinavian language of the host country, and most doctoral theses are written in English nowadays. The proportion of English at Nordic universities

and in academia has increased greatly since the turn of the millennium.²³ This fact does not help in encouraging foreign Nordic students to learn Scandinavian properly, even if they are going to study at a university in Scandinavia.

Ideology rather than practice

The “Nordic language community” construct is less based on language practices than on an ideology of a common culture of the Nordic region.²⁴

In an article,²⁵ myself and my colleague draw the following conclusion, which can still be said to be valid:

The will to belong to a Nordic community is so important that even Nordic peoples that do not belong to the primary Scandinavian language community have implemented education policies that accord with the overarching cultural policy.²⁶

Noter

1. On this distinction see e.g. Løland (1997, 20-21).
2. Haugen (1987).
3. Haugen (1987, 71).
4. See Uri (2005).
5. Statistics Iceland (2018).
6. Statistics Iceland (2018).
7. Statistics Iceland (2018).
8. See e.g. Hauksdóttir (2016).
9. Hauksdóttir (2016).
10. Hannesdóttir (2010, 354).
11. See e.g. Hannesdóttir (2004, 52).
12. Dal (2000).
13. Börestam (2015).
14. Brink (2016).
15. Brink (2016).
16. Börestam (2015).
17. Brink (2016).
18. Östman and Thøgersen (2010).
19. Östman and Thøgersen (2010: 106).
20. Brink (2016).
21. Börestam (2015).
22. Östman and Thøgersen (2010).
23. See e.g. Gregersen (ed.) (2014).
24. See e.g. Haberland (2004, 7); Hannesdóttir (2004, 53).
25. Kristinsson and Hilmarsson-Dunn (2012).
26. Kristinsson and Hilmarsson-Dunn (2012, 233).

References

- Börestam, Ulla (2015). Excuse me, but can you tell me where the Nordic House is located? Linguistic strategies in inter-Nordic communication in Iceland illustrated through participant observation. *Linguistics. An Interdisciplinary Journal of the Language Sciences*, 53(2): 219-254.
- Brink, Eva Theilgaard (2016). *Man skal bare kaste sig ud i det... – en interviewundersøgelse af unge i Nordens nabosprogsforståelse i praksis*. Copenhagen: Nordic Council of Ministers.
- Dal, Michael (2000). *Dansk som fremmedsprog i Island* [online]. Available at http://mennta.hi.is/vefir/danska/artikler/dansk_fremmedsprog.html. [Accessed 29 October 2018.]
- Gregersen, Frans (ed.) (2014). *Hvor parallelt. Om parallelspråklighed på Nordens universitet. TemaNord 2014: 535*. Copenhagen: Nordic Council of Ministers.
- Haberland, Hartmut (2004). Hvorfor vi taler skandinaviske. *Sprogforum*, 29: 6-9.
- Hannesdóttir, Anna Helga (2004). Nordbornas språklige rettigheder – och skyldigheter – i Norden. *Sprogforum*, 29: 50-53.
- Hannesdóttir, Anna Helga (2010). Den nordiske språkförståelsen: “evnen til å forstå annerledes talende mennesker”. *Nordisk Tidsskrift*, 86(4): 341-348.
- Haugen, Einar (1987). *Blessings of Babel: Bilingualism and Language Planning*. Amsterdam: Mouton de Gruyter.

- Hauksdóttir, Auður (2016). The Role of the Danish Language in Iceland. *Linguistik Online*, 79 (5): 77-91.
- Kristinsson, Ari Páll & Hilmarsson-Dunn, Amanda (2012). Unequal language rights in the Nordic language community. *Language Problems & Language Planning*, 36(3): 222-236.
- Løland, Ståle (1997). Språkforståelse og språksamarbeid i Norden, pp. 20-30 in Karker, Allan; Lindgren, Birgitta & Løland, Ståle (eds.) *Nordens språk*. Oslo: Novus.
- Statistics Iceland (2018). Hastofa Íslands. [online] Available at <https://hagstofa.is>. [Accessed 29 October 2018.]
- Uri, Helene (2005). Nordisk språkfelleskap på vei ut. *Aftenposten*. 6 May 2005 [online]. Available at <<https://www.aftenposten.no/meninger/kronikk/i/rlmba/Nordisk-sprakfellesskap-pa-vei-ut>>. [Accessed 29 October 2018.]
- Östman Jan-Ola & Thøgersen, Jacob (2010). Language attitudes and the ideology of the Nordic. *International Journal of the Sociology of Language*, 204: 97-127.

Torkel Rasmussen

Sámi Media for Children and Youth

Minority Audiences as an Underrepresented and Problematic Research Field

As a Sámi myself, as a former journalist and as father to four children, aged 7–18, I have followed Sámi media outlets for children and youths closely for many years. Nevertheless, when in 2016 I aimed to present quantitative results on this subject – the amount of productions, hours on air, users’ numbers, circulation of printed media etc. – it was the first time I looked into this world with a researcher’s eyes. The lack of statistical data turned out to be a challenge.

Results presented in this article are extracted from a research project titled “Sámi media for children and youth” that I carried out in 2016¹ for a national Norwegian Expert group of Sámi statistics.² The research showed an extensive production of Sámi media outlets for children and youths, both in traditional media and in new digital media, taking into account the low number of Sámi speakers. The number of media registered entirely or partly as reaching out to Sámi children and youth in 2016 was 15. Still, media outlets for these groups are somewhat arbitrary, and young Sámi children’s access to these media are dependent on their country of residence and knowledge of their Sámi language.

This article will describe the media output available for Sámi children and youth, based on numbers available in 2016. The biggest challenge for getting information about the

minority media is that it is not systematically monitored and recorded by any authority, nor is it included in national-level statistics. Furthermore, the Sámi culture is spread across three different Nordic countries, and such a transnational perspective poses a challenge for the collection of data. Therefore, most of the information has been retrieved through personal mail correspondence and phone calls. This is an important point: the objectives of this descriptive overview are thus to capture structures that otherwise remain invisible, not least to the non-Sámi people, and to make suggestions concerning a better organization of the data collection in future.

In the following, I will first present a definition of the object of inquiry, Sámi media. Thereafter, I will discuss the producers of media for Sámi children and youth and describe the media outputs that are available in the market for Sámi children and youth. The media landscape is explored with regard to TV and radio, Sámi children and youth magazines, Sámi newspapers and magazines, local and regional newspapers and Internet outlets. To complement this picture of this specific minority media landscape, I will also

Torkel Rasmussen, Associate Professor of Journalism at Sámi University of Applied Sciences in Guovdageaidnu, Norway. He is Sámi, speaks North Sámi and is currently coordinating an international Master’s programme in Sámi journalism with an indigenous perspective.

Sámi people and languages

- Sámi people are indigenous people in Northern Norway, Sweden and Finland, in the inland of middle Sweden, middle Norway and Northwest Russia.
- There are not exact numbers available for people belonging to this group. Estimates show that there may be more than 100 000 Sámi and approximately 30 000 speakers of Sámi languages.
- The gap between numbers of speakers of Sámi languages and persons belonging to the group is interpreted as evidence of an extensive language shift from Sámi to majority languages.
- The majority of speakers, 85-90 percent, speak North Sámi, which is the most frequently used language in Sámi media in Norway, Sweden and Finland.
- Other languages used in media, and mentioned in this article, have less than a thousand speakers: Inari and Skolt Sámi in Finland, and Lule and South Sámi in Norway and Sweden.

inquire into the uses of the media by Sámi children and youth. Lastly, I will address some central challenges and problems in collecting data about Sámi media for Sámi children and youth, as well as some recommendations for further research.

What is Sámi media?

The aim of this research was twofold: first, to give recommendations for Norwegian and Sámi authorities and Sámi media on improving media outlets for Sámi children and youths, and second, to give advice on how to obtain better statistical material and analysis in this field.

To resolve these issues, the research project first aimed to identify Sámi media for children and youths and to identify their producers. I collected material in 2016 from the media outlet's home pages on the Internet, by interviewing Sámi media leaders and through document analysis. For magazines and newspapers, I read and analysed their printed editions.

A more difficult task was to find statistics on the use of these forms of media. I assumed this would be a difficult, as I, a teacher of Sámi journalism, have previously only been able to collect viewer numbers for TV programmes and circulation numbers for a few printed media outlets. Therefore, I set up an additional goal: to reveal fields where the material is insufficient. Information on use of media is mostly collected from media houses themselves during and after interviews with leading persons in the media.

A common approach to the topic children, youth and the media is to ask what impact media has on its consumers.³ Some interesting approaches could consider the impact Sámi media have on children and youth's language skills, their language use and their indigenous identity. This is not done in this project because of a lack of available material to use for such a purpose. This overall lack of material will be discussed in the closing chapter.

To help me decide what *Sámi media for children and youths* is, I lean on Professor Eli Skogerbø's⁴ definition of Sámi media: "A medium is perceived as Sámi if it goes forward by name and/or audience that the media is made for and by the Sámi".⁵ According to this definition, Sámi media is: 1) all media published in the Sámi language; and 2) some media outlets that define themselves as Sámi media even if the Sámi language is not the outlet's main language, or used in the media at all. Skogerbø⁶ points out that there is a significant degree of disagreement in the Sámi population around what language Sámi media should use. I do not discuss this here. I choose to follow Skogerbø's definition of Sámi media and have selected the media forms I examine regardless of language used in the media outlets.

I chose to look at traditional mass media, i.e. radio, TV and newspaper. In addition, the survey also investigated cartoons, magazines and Internet pages. I have left out film, music, books and digital applications (apps). Thereby, this paper investigates media forms that have periodic releases (even though there can be a long time between releases).

I chose a Pan-Sámi perspective and investigated all Sámi media for children and youths regardless of the country of production. Media development has also made it less useful to define contemporary media companies according to traditional media types: newspaper, radio and TV. The reason for this is that most Sámi media producers make content for multiple media platforms. Therefore, it is more fruitful to use the concept of Media Houses and look at them as content producers who distribute their content on different platforms.

Radio and TV

The producers of television and radio programmes and other media outlets for Sámi children and youths are national broadcasting corporations, privately-owned Sámi publishing companies, Sámi newspapers, Norwegian local newspapers and Sámi associations.

There are three Sámi media houses with a significant production output of radio and TV:

- NRK Sápmi, the Norwegian Broadcaster Corporation's Sámi Division, led by Director Mona Solbakk from the main office in Kárášjohka/Karasjok;
- YLE Sápmi, the Finnish Broadcasting Corporation's Sámi Department, led in 2016 by Chief and executive editor, Pirita Näkkäläjärvi, from the main office in Anár/Inari; and
- Swedish Sámi radio and SVT Sápmi are the Sámi units of Swedish Radio and Swedish Television. These Sámi units have, since 2009, been co-located and run by a joint channel manager, Ole Isak Mienna, in Giron/Kiruna.

In addition, there is a Sámi media house in Russia, *Kola Peninsula Same radio*, and a local Sámi radio station called *Guovdageainnu lagašradio* in Guovdageaidnu/Kautokeino, Norway. *Kola Peninsula Same radio* produced stories only for the Internet in 2016, and *Guovdageainnu lagašradio* broadcasts programmes for children and youths irregularly.

All three big Sámi media houses are multimedial. They produce for radio, TV and the Internet and broadcast radio and TV linear and online in real time. Programmes are also available from archives on the media houses' home pages after broadcasting time. Most of the Sámi radio and TV production is thus available all over the world, apart from some programmes where companies lack rights to broadcast outside their own country.

There was also a private company, *Nuoraj-TV*, which produced television offerings in the Sámi minority language Lule Sámi for youths. It was an innovation in itself when it started running in 2010 as it used only the Internet as a publishing platform. *Nuoraj-TV* went bankrupt by the end of 2015. Nevertheless, they still have a home page with information about their offerings and uploaded movies on YouTube.⁷

Radio and TV in different Nordic countries

Sámi radio and TV production is not bound to one single country, but is dispersed across different Nordic countries. Next, I will present Sámi radio and TV in the different Nordic countries and make a comparison between them.

NRK Sápmi – Norway. TV programmes are the most comprehensive media offerings for Sámi children in Norway, as there is a 15-minute programme every weekday year round. These programmes are broadcast on the NRKs children's channel *NRK Super* with Norwegian subtitles.

Sámi children's TV started as a monthly programme on February 7, 1991. The amount of programmes increased during the 1990s and 2000s. Now, they broadcast five times a week (NRK Sámi history 2016).

As shown in Table 1, there were 76 hours broadcasting for Sámi children in 2015 from NRK Sápmi. The amount of radio broadcasting has decreased since 2011. NRK broadcast 159 hours for Sámi children and youths on the DAB band. In 2015, the amount of hours on air was 12 hours. There is a correlation

Years (?)	Number of hours annually on TV for children	Number of hours annually on radio for children	Number of hours annually on radio for youths
Norway	76	12	0
Finland	7.5	22.5	112.5
Sweden	27	17	52

Source: NRK's annual reports 2015, YLE Sápmi 2016, Näkkäljärvi 2016, Sveriges Radios public service-redovisning 2015 and Sveriges Televisions public service-redovisning 2015.

Table 1. Sámi Radio and TV programmes for children and young people, number of hours per year in 2015, by country.

between the increase in TV broadcasting for children and the decrease in radio broadcasting, as resources have been re-allocated from radio production to television production.

I gathered information for my research from NRK's annual reports for the period of 2011–15. These annual reports normally do not contain information about languages used in children's programmes made by NRK Sápmi. I have observed that North Sámi is the main language in most programmes on both radio and TV. The annual report for 2012 is thus an exception that mentions that in 2012, NRK made children's programmes using Lule Sámi and South Sámi. Then they produced five television programmes for children in South Sámi and five programmes in Lule Sámi. The programmes contained both animations and humorous sketches.⁸ After 2012, NRK produced a South Sámi television drama series for children, *Laara jih Leisa*, which was broadcast for the first time in 2014. Except for these programmes, the North Sámi language has dominated in Sámi children's TV productions.

NRK Sápmi did not offer any TV or radio programmes for youths in 2015. NRK Sápmi has occasionally produced youth programmes for TV, such as *Kakaos TV-šovv*, six programmes in 1995–96, *Izii*, five programmes in 2008, and a drama series, *Sameland*, in 2012. In addition, "Melkeveien" (The Milky Way), a series of six episodes from 2014–15, also had youths and young adults as the main target audience.⁹

According to programme editor Ole Rune Hætta¹⁰ at NRK Sápmi, they will focus espe-

cially on youths in the years ahead and increase productions for this target group. NRK Sápmi have already gathered programmes from their own radio and TV productions, which can fit with the youth audience, on the website "Nu fal".

A review of a hundred stories uploaded to this page in 2016 showed that there was an equal distribution among issues in Sámi languages and issues in Norwegian. Of the stories published in a Sámi language, 45 were written in North Sámi and five in Lule Sámi. Nothing was written in South Sámi.

YLE Sápmi – Finland. YLE Sápmi's production for children and youths consists of one radio and one television programme per week for children and one radio programme per week for youths. Table 1, above, shows that the annual amount of radio programmes in YLE Sápmi for children was 22,5 hours and, for youths, 112,5 hours. Television programmes for children made up 7,5 hours.

Children and Youths programmes produced by YLE Sápmi are not broadcast in Norway and Sweden, but they are available in other countries through YLE's webpage, *YLE Arena*. Programmes uploaded to YLE Arena normally expire after 30 days.

Children's radio goes by the name *Binna Báanna* and is broadcast every Tuesday, 45 weeks per year, with a rerun on Fridays. The programme lasts for 30 minutes, and North Sámi is used as the main language. Observations show these programmes often contains some elements of Inari and Skolt Sámi. Unfortunately, it has not been possible to quantify this.

The name of YLE's Sámi TV programme for children is *Unna Junna*. This programme, too, uses North Sámi as the main language, but it has also been hosted by a Skolte Sámi or Inari speaker. Programmes in North Sámi usually contain some elements of the Inari and/or Skolt Sámi. The programmes last for 15 minutes, and YLE broadcasted 30 programmes in 2015. *Unna Junná* is broadcast on channel YLE2 with Finnish subtitles and on YLE's Swedish language channel FST with Finnish and Swedish subtitles available.

YLE Sápmi has, since March 2013, broadcasted a youth programme, *Sohkaršohkka*, once a week. They produced a total of 45 programmes per year. It is a 2.5-hour talk show, where one programme manager speaks North Sámi and the other Inari Sámi. *Sohkaršohkka* is streamed online and available in YLE Arena after broadcasting.

SVT Sápmi and Swedish Sámi Radio – Sweden. The number of hours on radio for children and youths in Sweden are 17 and 52, as shown in Table 1, above. There are no programmes for youth on TV, but 27 hours of broadcasting for children.

Sámi Radio broadcasts a children's programme of 5-10 minutes on the radio once a week. This programme is also available after broadcasting on SVT Sápmi and Sámi Radio's shared webpage. On the webpage, there are also Sámi fairytales available under the name *Noaidegiisa*.

SVT Sápmi produces Sámi children's programmes for TV. They last 10-15 minutes and are broadcast once a week on SVT's children's channel "Barnkanalen", with one rerun. They also broadcast these programmes directly on SVT's Web TV, and they are available on the Internet after broadcasting.

In the spring of 2016, Sámi Radio in Sweden produced a youth programme in the South Sámi language named *Søstrene Stenfjell*. This series was also aired on NRK Sápmi and YLE Sápmi. It consists of ten programmes of 25 minutes each.

It has not been possible to find figures for use of North, South and Lule Sámi in chil-

dren's and youth programmes on TV or radio in Sweden. My own observations show that North Sámi is mostly used, and there are sometimes elements of Lule and South Sámi in the programmes. Unfortunately, distribution between languages is not registered.

Channel manager Ole Isak Mienna says in an interview that the goal is to reach out to younger Sámis in regular programmes on radio, and he points to their policy that at least every fourth participant in radio shows should be under 30 years of age.¹¹

Lule Sámi youth TV-Nuoraj TV. Nuoraj-TV was a web-based media outlet in the Lule Sámi language. They used a homepage and YouTube for distribution. Their YouTube channel had 172 subscribers and their movies are available to users in retrospect. In the spring of 2016, there were 231 movies on Nuoraj-TV's YouTube channel. I watched the last 30 videos uploaded. They have a length between one and seven minutes. Most are viewed between 300 and 500 times. The most viewed is a music video in Sámi, *Ájnná bágoj*, with 1780 hits.¹²

There are some significant differences in radio and TV broadcasting for Sámi children and youths between Norway, Finland and Sweden. One could expect that programmes produced for Sámi children and youth in one country would be broadcast in other countries where Sámi people are living. The outcome in terms of programmes and hours on air should therefore be the same. This is not the case, and differences are visible.

Table 2 shows that all three national radiobroadcasters broadcast one children's programme on the radio per week. The length of the programme is significantly longer in Finland, where the weekly programme is 30 minutes, compared to 5-10 minutes in Sweden and six minutes in Norway. In Finland, Sámi children's programmes are broadcast 45 weeks per year, with one rerun per week, while the shorter programmes in Norway and Sweden are broadcast once a week throughout the year.

	Number of programmes per week	Minutes of programming per week	Weeks of programming per year
YLE Sápmi	1	30	45
NRK Sápmi	1	6	52
Swedish Sámi Radio	1	5-10	52

Source: Näkkäläjärvi 2016, Mienna 2016 and Hætta 2016.

Table 2. Children's programmes on radio in 2015. The number of programmes, minutes on air per week and number of weeks per year broadcasting.

	The number of programmes per week	The number of minutes per week	The number of weeks per year
YLE Sápmi	2	15	30
NRK Sápmi	5	15	52
SVT Sápmi	2	10-15	52

Source: YLE Sámi 2016, Hætta 2016 and SVT Sápmi 2016.

Table 3. Sámi children's programmes on TV in 2015. The number of programmes, minutes per programme and weeks per year broadcasting.

Table 3 shows that Sámi children's programmes on TV are broadcast in Norway, Sweden and Finland. The total offering is largest in Norway, with five programmes per week year round. In Sweden, there are also Sámi children's TV programmes all year, around two times per week. However, two times per week does include to one ordinary broadcast and one rerun. The offering is the worst in Finland, where they broadcast the same programme on two different channels once a week, 30 weeks per year.

I have not conducted research on the reasons for these differences. It is obvious that more cooperation between the national broadcaster corporations, NRK, YLE and SVT, could have resulted in more radio and TV programmes for Sámi children and youths.

Children and youth magazines

I have registered a total of six publications for Sámi children and youths. They are published by a Sámi Youth organization, private companies, a newspaper or Sámi publishing houses.

The youth magazine *Nuorat* (1975-) is the oldest of these publications. It is a youth magazine which is owned by a Sámi

NGO, *Nuorat*, in Sweden, with Pia Sjögren as its editor. The magazine used the name *Sáminuorat* until 2006 and has since then been editorially independent from the NGO.

Nuorat had an A-4 format in 2015, with 40-44 pages per number. In 2016, it appeared in a somewhat smaller format, and the page number is 44-56 pages per issue (Sjögren 2016). The entire content of the magazine is aimed at Sámi youths, with Swedish as the main language. The magazine still has a significant presence of Sámi languages. My estimate is that Sámi language content comprised between 25-50 percent of the total content in 2015-2016. One issue was released exclusively in Sámi. Sámi language content consisted of approximately equal parts of North, Lule and South Sámi. Most of the content in *Nuorat* is from Sweden and about Swedish Sámis, but a good part of the editorial content is of a Pan-Sámi character.

Š *Nuoraidmagasiidna* (1993-) is published by Sámi publishing house Idut. Niels Ovlá Oskal Dunfjell is editor as of 2016. The Sámi youth magazine Š *Nuoraidmagasiidna* is published five times per year and has North Sámi as its main language and Sámi youths as its main target group. A regular release of the

magazine consists of 36 A-4 pages. In addition to North Sámi, Š Nuoraidmagasiidna has articles and news reports in Lule and South Sámi. Releases in 2015-16 were reviewed, and they contained about 20 percent Lule and South Sámi texts, and content that is definitively aimed at youth.

Mánáidbláđđi (1983-93), a children's magazine, was published by private publishing company Sámi Áigečála. When they stopped publishing, the Sámi language newspaper Min Áigi launched a similar magazine for children, *Leavedolgi*. This magazine was published from 1994-99 and 2004-05. When this magazine closed down in 2005, written media outlets to the North Sámi-speaking school-age children ceased to exist.

During 1987-88, a total of 33 issues of Donald Duck, with the Sámi name *Vulle Vuojáš*, were published in North Sámi. The Sámi publishing company ČálliidLágádus has since released those issues in hardcover format.¹³

Bamse (2013-) is a cartoon magazine for younger children published by private company ABC -Company E-skuvla AS, where Kirsi Paltto was the manager as of 2016. *Bamse* is a cartoon magazine designed for children in preschool and early-school age, and has been published since May 2013, with 18 issues per year. For 2016, the plan is for 20 releases. The cartoon magazine is published exclusively in North Sámi.¹⁴

Newspapers and magazines

Three Sámi newspapers and four Sámi magazines for adults have content that directly caters to children and young people as part of the paper as a whole.

Ávvir (2007-) is a daily newspaper published five times per week in North Sámi. Kari Lisbeth Hermansen was the editor as of 2016. *Ávvir* is the result of the merging of the two newspapers Min Áigi and Áššu, who teamed up in 2007. Once a week, the paper publishes two pages specifically designed for children.

Once a week, *Ávvir* publishes two pages in North Sámi specifically designed for children. Children's pages are part of the heritage

from the merged newspaper Áššu. Skogerbø¹⁵ described these children's pages in 2000 as "the most frequent publications for Sámi children". This is a description that is still valid. In addition, the paper covers many events within culture and social life where children and youths play an active role. News and featured stories from such events are probably of interest for children and youths, too.

It is apparent that a part of the newspaper's featured stories are about Sámi children and youths, which could mean that they are interesting to read for these age groups, too.¹⁶

Ságat (1957-) is a Sámi daily newspaper published five times a week in the Norwegian language. Geir Wulff was the editor in chief as of 2016. The newspaper does not have special pages for children and youths. In an interview with me, the editor-in-chief stressed that they put an emphasis on covering events, including cultural events, where children and youths are present.¹⁷

There is also a Christian newspaper, *Nuorttanaste* (1898-). Since 2000, it has been organized as a foundation created by the Norwegian Sámi Mission, Inner Finnmark deanery and Sámi Church Council. Ann Solveig Nystad was the editor in chief. *Nuorttanaste* has a Christian mission statement and is published in North Sámi. Eleven issues were published in 2015. Two pages of every issue is intended to reach children and youths in particular.¹⁸ That is obvious both on the basis of the content of the pages and the name of the pages, "Nuorraide/Mánáide" (for youth and children). In addition, the paper, to some extent, produces other stories suitable for children and youths.¹⁹

Samefolket (1919-) is a monthly magazine published mainly in Swedish, with a Sámi language share of about 10-25 percent. Åsa Lindstrand was temporary editor as of 2016. Children and youths are not the main target group for this magazine, but nevertheless, a significant part of the content is suitable for youths.

The Skolt Sámi magazine *Tuõddri Pee'rel*²⁰ is an annual publication published by *Nuõrttsää'mkultturfond* (East Sámi Culture Foundation). Tanja Sanila was editor as of 2016. The content of the magazine

has mainly been in Finnish, with a Skolt Sámi language share of 15-20 percent. A good significant of the stories, both the Finnish and Sámi ones, are admittedly suitable both for children and youths.

Samefolket has A-4 format, and they published nine issues, of which two were double issues, in 2015. I examined all issues from 2015 and two issues from 2016. Those issues contained of 36-44 pages. Children and youths are not the main target group for this magazine, but nevertheless, a good part of the content is suitable for youths. The magazine publishes mainly in Swedish, and has a Sámi language share of about 10-25 percent. This section consists both of North, Lule and South Sámi language stories.

The Inari Sámi magazine *Anarâš* (1988-) is published four times per year by the Inari Sámi Language Association. All stories are in Inari Sámi, a Sámi language spoken in Finland around Lake Inari. All four issues released in 2015 were reviewed. Those issues had a smaller portion, about 20 percent of the stories, which can be characterized as appropriate for children and youths.

*Daerpies Dierie*²¹ is a South Sámi parish magazine published four times per year. The publication is financed by Härnösand diocesan council and Nidaros diocesan council in Sweden and Norway, respectively, as well as the Sami Parliament in Norway and the Swedish Church. The editor and responsible publisher in 2016 was Einar Bondevik.²²

Further newspapers and magazines

There are also local and regional newspapers providing relevant content. Two local newspapers in Norway, *Nordsalten Lokaleavis* and *Snåsing*, regularly publish some pages in Sámi languages. The Sámi offerings in *NordSalten Lokalavis* are in the Lule Sámi language, and in South Sámi in *Snåsing*. These pages also contained parts suitable for children and youths.

The newspaper *Snåsing* is published once a week in the municipality of Snåsa in

the South Sámi area. Each issue has a page in South Sámi under the heading “Sørsamisk” (South Sámi). Eight newspaper issues have been reviewed (nos. 12-18 in 2016). All had a column for youth under the name *No-ere Snåasnesne* (Young in Snåsa). This section took up between a third and half of a newspaper page, and always contained an interview with youths.

Lokalavisa NordSalten is published once a week with in the Lule Sámi area. Each issue has a page in Lule Sámi under the heading *Bá-jkkeavijssa NuorttaSállto* (The local newspaper of North Salten). Eight newspaper issues have been reviewed (nos. 10-17 in 2016). In six of the newspapers, there were bilingual pages with Lule Sámi and Norwegian text. In two of the papers, there were exclusive stories written only in Lule Sámi without an accompanying translation into Norwegian. None of the stories were intended especially for youth, but a part of the stories could be suitable for youth as well. It is difficult to quantify this more accurately.

There is also a Skolt Sámi magazine “*Tuõd-dri Pee ‘rel’*”. The content of this magazine, which is 52-60 A4 pages, has mainly been in Finnish with a Skolt Sámi language share of 15-20 percent. A good part of the stories, both the Finnish and Sámi, are suitable both for children and youths. It is not possible to quantify this further.

For the Inari Sámi-speaking population, there is a magazine called *Anarâš*, published four times per year. I reviewed all issues released in 2015. Those issues had a smaller proportion, about 20 percent of the stories, which could be characterized as appropriate for children and youths.

Daerpies Dierie - South Sámi parish publishes four issues a year. I have examined six issues from 2015 and 2016 for this paper. The content consists approximately equally of ecclesiastical stories on one side and news and culture stories from the South Sámi area on the other. 10-20 percent of the content of each issue is in South Sámi, and 80-90 percent is in Norwegian or Swedish. An estimated 25 percent of the stories is intended for children and

youths. These stories are split approximately equally between South Sámi and Scandinavian languages.

Online media

Most media examined for this paper have available Internet pages. There is, however, a very large variation between media outlet's efforts to use the Internet as a publishing platform. Some media outlets have only a home page with information about the company and the product. Some media outlets use Internet-based programmes only to advocate for their traditional product and to keep in contact with their audience. Examples of this include *Š Nuoraidmagasiidna* and *Bamse*.

Samefolket and *Nuorttanaste* feature some stories and some news updates between releases of issues in paper format. Other media outlets offers all of their products on the Internet. This applies, for example, to the Sámi newspapers *Ságat* and *Ávvir*, where you have free access to a part of their content and can subscribe to the entire newspaper online for a fee.

National broadcasters in Norway, Sweden and Finland broadcast their Sámi radio and television programmes directly on the Internet. They also publish special news stories online with text and images.

The broadcasting corporations have also created online archives where you can watch or listen to programmes after broadcasting. *YLE Sápmi* make TV programmes available for 30 days, while *NRK Sápmi* and *Sápmi SVT in Sweden* make TV programmes available without any date of expiry. National broadcasters have digitized a large number of older Sámi programmes, too. They are freely available to interested parties. This also applies to older Sámi television programmes for children and youth.

In interviews with Sámi broadcasting media leaders, they emphasized that they urge to reach children and youths on online platforms. *YLE Sápmi*'s head Pirita Näkkäläjärvi said a lot of their web news is written for youths, and they have offerings for youths on

social media. They use Facebook, Twitter, Vimeo, Instagram and Snapchat to spread their content. When interviewed, she believed that they reach young Sámi very well with Instagram, especially the age group of between 15-20 years. In the summer of 2016, they had a pilot project for social media where they developed their Snapchat production and produced videos for social media in this format. *YLE Sápmi* has, on average, 20 000 users on their websites per week. It has not been possible to split this user group up according to their age, and I cannot say anything about how many of the users are children and youths. At the same time, SVT, Swedish television, planned to launch a special Sámi children's page on their webpage in 2016.²³

Also, *NRK Sápmi* pointed to an innovative project to reach Sámi children. *NRK*'s annual report from 2015 especially mentions *NRK Jodi*. This is a mobile application which gives children access to storytelling in both Norwegian and Sámi from the place they are located. In its first week, it had 4000 downloads. The application uses your phone's location service to link the stories of geographical origin. By the end of 2015, there were more than 100 stories in the *NRK Jodi*, and there were more than 200 new stories to be published in 2016.²⁴

Despite good efforts, it might be very challenging to find Sámi radio and TV programmes for children and youths on the media companies' webpages. This is especially difficult for smaller children. I will mention two examples. To find *YLE*'s TV programme for Sámi children, you must know either exactly what to search for, or you have to look for these programmes under the Swedish-language children's programme page, "Buu".

Sámi TV programmes were previously placed in the section for Finnish language children's programmes on channel *YLE2* and had about 5000 views on the Internet. After moving them, they have usually less than two thousand views of each programme.²⁵

NRK Sápmi's radio programme for children is broadcast during a morning programme, *Radio Sápmi*, once a week. To find

the children's programme online, one must know the day it was broadcast on Radio Sápmi and search through this programme to find it. This is, of course, not easy, and makes it very difficult for the target group, smaller children, to find the programmes themselves.

Use of Sámi media by children and young people

In this section, I present some statistics on the use of Sámi media outlets for children and youths. The findings may be characterized as quite limited. I discuss reasons for this in the closing chapter. Still, it has been possible to put together some statistical figures related to the audience for Sámi children's TV programmes from the national television broadcasters. I present and comment on them below.

In addition, it has been possible to get circulation numbers for some Sámi newspaper magazines, and for some publications specifically intended for Sámi children and youths, as well as some information on their geographical diffusion. These figures are also presented in this section alongside descriptions of sources used to obtain the information.

Table 4 shows the average viewing figures for Sámi children's programmes on TV in Finland, Sweden and Norway for the period 2011-2015. Figures are collected via personal contact in the national broadcasters' media houses. The annual, average viewing figures are between 9 100 and 45 300 per programme.

For YLE Sápmi in Finland, the table shows the total number of viewers on channels YLE2 and FST. The figures for 2015 are based on the 15 programmes YLE broadcast in the spring

of 2015. Viewer figures for 2011-14 are based on all Sámi children's programmes broadcast on YLE Sápmi in those years. The background material shows that the lowest ratings in the five-year period were 9 000 and the highest were 66 000.

The figures from SVT in Sweden show that they have about the same ratings as YLE in Finland for the programme *Hejolojla*, which is designed for younger children. They have slightly lower viewing figures, 16-17 000, for the programme *Det stora uppdraget*, which aims to reach school-age children.

The figures for NRK in Norway show that figures for Sámi children's programmes on TV are down by 33 percent in the period. It is not possible to say anything about the reason for this, but it may be that some viewers have started to watch these programmes on the Internet.

A problematic aspect of these figures is that it is not possible to say anything certain about the proportion of Sámi children and non-Sámi children who watch these programmes. However, the relatively high viewing figures of Sámi children's programmes in all countries lead to two possible outcomes. It is likely that the programmes reach a large part of the target audience, Sámi children, even if it is not possible to determine this with certainty. The viewing figures do also show that many non-Sámi children watch Sámi children's programmes, as there are often more viewers than Sámi children in the respective countries.

An interesting aspect is that media habits among children and youths have changed rapidly in the third millennia.²⁶ As TV programmes are available online, we could also expect children and youths to watch them

	2011	2012	2013	2014	2015
YLE Sápmi: Children's programme	33,700	34,600	28,300	26,000	36,800
SVT Sápmi: Hejolojla	28,000	45,300	27,700	22,900	22,600
SVT Sápmi: The stora uppdraget (The big task)		17,800	16,100	9,100	17,900
NRK Sápmi: Childrens programme	24,000	23,000	20,000	16,000	16,000

Source: YLE Sápmi 2016, NRK Sápmi 2016 and SVT Sápmi 2016.

Table 4. Viewer numbers for Sámi children's programmes on TV, 2011-2015.

online. I tried to investigate this change, but was only able to obtain a few figures from SVT Sápmi in Sweden. Figures on the audience of web TV were not available for NRK Sápmi in Norway. Figures for YLE Sápmi were only available for a short period in 2015.

The figures from Sweden showed that a very small proportion of viewers of the children's programme *Hejolojla* watched the programme on the Internet. This percentage increases from half a percent to one percent from 2012 to 2015. This programme is designed for children of preschool age.

A reality series, *Det stora uppdraget*, designed for school-aged children, showed some development. In 2012, 1.9 percent of viewers watched the programme online, while 98.1 percent watched the programme on TV. By 2015, the proportion of watchers on the Internet increased to 11.4 percent, while 88.6 percent watched the programme on TV. In addition, information from NRK Sápmi and YLE Sápmi suggests that viewing figures for the Sámi children's programmes on the internet increases.²⁷ This could be the beginning of a trend where it becomes more common for children to watch Sámi children's programme via the Internet.

As for the radio, it has not been possible to get access to listening figures for Sámi children and youth programmes on the radio. None of the media houses have such figures available. I have, however, found figures for listeners on the Internet for two programmes – the children's programme *Binna Banná* and the youth programme *Sohkaršohkka* on the Finnish broadcasting corporations' digital platform *YLE Arena*. 200 people have, on average, listened to *Binna Banná* programmes on YLE Arena, while the figures for *Sohkaršohkka* have been less than 50.

These programmes should be interesting for Sámi children and youths in Norway and Sweden to listen to on Internet, as they cannot listen to them on traditional radio. In that perspective, the listening figures must be considered to be low. Nevertheless, the number of listeners for children's programmes may also indicate that the programme reaches out

to a large part of Sámi-speaking children in Finland, as the total number of Sámi speakers is estimated to be approximately 3000. This could perhaps also indicate that the programme has, at least to some extent, listeners outside of Finland, too.

I have collected circulation numbers for Sámi newspapers, Sámi magazines and newspapers with Sámi language content from Norwegian newspaper control²⁸ and, if not available, from the editors.²⁹ Circulation numbers are shown in branches after the name of publication: *Ságat* (2.883), *Ávvir* (1.033), *Nordsalten* (1.618), *Snåsing* (2.872), *Samefolket* (1.200), *Daerpies Dierie* (1.114) and *Nuorttanaste* (600).

The figures may be considered low even in a national Scandinavian context, as they range from 1-3 000. Still, they are relatively high in a Sámi context due to the limited audience. Most surprising in terms of circulation figures for these newspapers was that they are stable during the period 2011-15, as this is a time where circulation of newspapers decreased globally.³⁰ There is also a clear tendency that publications entirely in the Sámi language, *Ávvir* and *Nuorttanaste*, have the lowest circulation.

Circulation numbers for Sámi youth magazines and the children's cartoon *Bamse* have been collected from the publishers.³¹ *Š Nuoraidmagasiidna* has a circulation of 2000, *Nuorat* 5-600 and *Bamse* 500 in the period 2011-2015.

A circulation of 2000 for a Sámi-language youth magazine is admittedly high according to the number of Sámi speakers. An explanation for this is perhaps that the magazine is distributed free of charge to schoolchildren in Norway, from the eighth grade up to end of high school, who take Sámi as a subject at school. The Sámi parliament in Norway finances this distribution. In 2016, the publisher mailed the magazine to 1 366 youths in 87 schools. It is possible to subscribe to the magazine, which has 170 paying subscribers. The magazine is also sold in some shops. The circulation number has been 2000 throughout the period 1993-2016.³²

I will also argue that a circulation of 500 for a North Sámi cartoon for small children is a high number, as it applies to the age group of 4-10 of a minority language of approximately 25 000 speakers. Both circulation numbers probably show that the publishers have reached significant sections of their target groups.

Methodological challenges

There are methodological challenges related to research on Sámi media for children and youths. I aimed to find statistic material to analyse for my research project. As expected, the results showed that there is little material to analyse because such statistics are either not collected or they are difficult to obtain. Only one of the media publishers questioned had conducted user surveys in recent years. Because of this unfortunate situation, it is not possible to say much about how children and youths use Sámi media, nor is it possible to say how satisfied they are with the content of those media. To compensate, I have focused on giving as good an overview as possible of existing Sámi media productions for children and youths, and also included media that has existed in recent times, as well as having presented the statistics of production and use that are available.

Part of the problem with collecting data for producers of Sámi media outlets for children and youths is that the media outlets themselves are not able to identify their users. There are not available registers available for research on Sámi people. Electoral roles for the Sámi Parliaments are the only registers, and permission to use them for research is seldom given. The latest audience survey from *NRK Sápmi in Norway* was done in 2009. Then, NRK Sápmi had, for a short period of time, permission from the Norwegian Sámi Parliament to use their electoral roll to obtain informants for audience surveys. Since 2009, the Sámi Parliament has refused to give media permission to use their electoral roll; therefore, user surveys have not been conducted.³³

Printed media would have an easier task of conducting surveys of their users and, as an

example, examining to what extent Sámi children and youths use Sámi children's and youth magazines, children's pages in newspapers or Sámi pages in local newspapers. Only one of them had done so, and that survey was not designed to investigate use of children's pages.

This lack of data makes it difficult to say anything about how satisfied the target groups are with the outlets that actually are present, or whether they use them. There is neither available material, nor are there user surveys or research reports about how Sámi media affects Sámi children and youth's language and indigenous identity.

TNS-Gallup is the premier provider of statistical material for media use in Norway. They have no information about the use of Sámi media. Sámi media is not included in the surveys of TNS-Gallup's semi-annual reports of media use in Norway. In these reports, they present the coverage level for Norwegian radio and TV stations, Internet pages and newspapers, but not for Sámi media. Nor does TNS-Gallup's report "Official reading figures for journals and magazines" contain information about Sámi magazines. The same is true for a larger survey, *Avislesing 2015: Tilbakegang for papiravisene fortsetter* (Newspaper reading 2015: the decline of paper versions continue). It contains no information about Sámi media.³⁴

A very interesting source for this paper could have been *Mediebarn* (Media children). This is a thorough investigation on media use among Norwegian children aged 3-11 years. It was conducted by TNS Gallup in 2016. However, it contains nothing about Sámi children or Sámi media.³⁵ I have tried to find similar surveys about Sámi children and youths from Sweden or Finland without any success.

During my research, it has emerged that there may be some user data for Internet pages for Sámi children and youths in the Headquarters of NRK, YLE, SVT and Sweden's Radio. Unfortunately, it has not been possible to get access to this information, as it would have been very time-consuming work, because my potential partners are in the National Broadcasting Corporations' analysis departments in

Helsinki, Stockholm and Oslo. In the context of a more extensive research project, it may be possible to gain access to their departments. I was not able to solve these methodological problems working on my research project in 2016. But it is indeed attempting to initiate such a research cooperation.

Recommendations for future research

My research on Sámi media for children and youths in 2016 resulted in some recommendations aimed at the media themselves, as well as authorities and politicians. One of them was to do more research on the quantitative aspects of Sámi media for children and youths. I pointed out that research should focus on the actual use of media and the effects of this use.

There are also some other interesting questions that remain unanswered on the consumer's side of the Sámi media consumption chain, that is, i.e. questions considering media and quality. Do the audience experience these media outputs as relevant for them? Do they find them on the media platforms they usually use? How satisfied are the users with the existing media outlets? What content would they

like to have in these media outputs? These are also topics suitable for quantitative studies where the results could be presented in the form of statistical figures.

I also recommend that Sámi media houses, which are the main producers of media content, produce more statistics about themselves and their products. Media should facilitate the use of such statistics, make it available for research and even convey their own statistical figures.

My research did reveal that the user-friendliness of the Sámi media outlets for children and youths may be insufficient. This is the situation despite the fact that some of the media houses have invested relatively large sums in digital products. I did advise them to focus on accessibility and usability for those media products that they already have.

I also pointed to some disturbing facts. Some findings indicated that some players in the Sámi media industry hang back in technological development. They should seize the opportunity to apply new technology to reach their audiences on new platforms. Financing bodies should also consider changing allocation regulations for Sámi media outlets to initiate such a development.

Noter

1. Rasmussen (2016a).
2. Norwegian Expert group of Sámi statistics is appointed by the Minister of Local Government and Modernization in cooperation with the Sámi Parliament and has produced an annual book of Sámi statistics (www.samilogutmutitalit.no) since 2008.
3. Tønnesen (2007, 14-15).
4. Skogerbø's (2003).
5. My translation. Skogerbø (2003, 3).
6. Skogerbø (2003, 77-81).
7. NRK Sápmi (2011); Kintel (2016).
8. NRK's annual report (2012, 67).
9. NRK's digital archive; Hætta (2016); Åbergsjord (2013).
10. Hætta (2016).
11. Mienna (2016).
12. YouTube (2016).
13. Ministry of Children and Family Affairs (2003, 33); Solbakk, J.T. (2016).
14. Paltto (2016).
15. Skogerbø (2000, 64).
16. Wulff (2016). Authors observations.
17. Wulff, (2016).
18. Boine (2016); Nystad (2016); Nuorttanaste (2016).
19. Boine (2016); Nuorttanaste (2016).
20. Tuóddri Pee'rel (2013).
21. Daerpies Dierie (1997).
22. Daerpies Dierie (2016); Bondevik (2016).
23. Mienna (2016).
24. Annual report (2015).
25. YLE Sápmi (2016).
26. Hagen & Vold (2009).
27. Solbakk (2016); Näkkäljärvi (2016); YLE Sámi (2016).
28. Norwegian newspaper control (2016).
29. Lindstrand (2016), Nystad (2016) and Bondevik (2016).
30. TNS Gallup (2016, 3).
31. Persen (2016); Sjøgren (2016); Paltto (2016).
32. Persen (2016).
33. Solbakk (2016).
34. TNS Gallup (2016, 1); (2016, 2); (2016, 3).
35. TNS Gallup (2016, 4); Strømmen (2016).

References

- Åbergsgjord, Ingrid (2013). Action-eventyr fra Sameland (Action Adventure from the land of the Sámi. *Aftenposten*, 11 januari 2013 [online]. Available at <http://www.aftenposten.no/kultur/Action-eventyr-fra-Sameland-131602b.html>. [Accessed 31 May 2016].
- Ministry of Children and Family Affairs (2003). *Samisk oppvekst. Om tilbud til samiske barn og ungdom*. [Sámi upbringing. On support to Sámi children and youth]. The Ministry of Children and Family Affairs. Oslo, Norway. [online]. https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/kilde/bfd/bro/2004/0003/ddd/pdfv/203209-q-1066_bok-maal_lav.pdf [Accessed 12 May 2016.]
- Boine, Liv Tone (2016). Interview with the Editor of the monthly Christian newspaper *Nuorttanaste* until august 2016. (Personal communication, 31 March 2016 in Tromsø).
- Bondevik, Einar (2016). Interview with the Editor of the South Sámi parish magazine *Daerpies Dierie*. (Personal communication, phone 26 August 2016, two emails on 8 September 2016.)
- Daerpies Dierie (2016). The home page of the South Sámi parish magazine *Daerpies Dierie*. [online]. Available at <http://www.Sámiskmenighet.no/event/dolink/famid/331840> [Accessed 2 februar 2016.]
- Hagen, Ingunn & Vold, Thomas (2009). *Mediagenasjonen. Barn og unge i det nye medialandskapet*. (The media generation. Children and youth in the new media landscape). Samlaget. Oslo, Norway.
- Hermansen, Kari Lisbeth (2016). Interview with the Editor of the Sámi daily newspaper *Ávvir*. (Personal communication, 31 March 2016 Tromsø and 30 October 2016 Karasjok).
- Hætta, Ole Rune (2016). Interview with the Program editor NRK Sápmi. (Personal communication, Phone interview 31 May 2016.)
- Kintel, Lars Theodor (2016). Media. Interview with entrepreneur Lars Theodor Kintel in NRK Sápmis program "Radiosiida" 1 June 2016.
- Lindstrand, Åsa (2016). Interview with the Vicarious editor for the Sámi monthly magazine *Samefolket*. (Personal communication, 30 August 2016 two emails.)
- Mienna, Ole Isak (2016). Interview with the Channel Manager for the co-located media units SVT Sápmi and Swedish Sámi Radio. (Personal communication, 24 August 2016 email and phone).
- Norwegian newspaper control (2015). Circulation numbers for Norwegian newspapers 2011-2015: Norwegian newspaper control. Affiliate member of The International Federation of Audit Bureaux of Circulations (IFABC). [online]. <http://www.opplag.no/opplagtell> [Accessed 16 May 2016 and 24 May 2016]
- NRK Sápmi (2011). *Penger til NuorajTV*. (Money to NuorajTV). Published 8 November 2011. [online]. Available at <https://www.nrk.no/sapmi/penger-til-nuorajtv-1.7867737> [Accessed 23 May 2016].
- NRK Sámi history (2016). *NRK Sápmis historie*. (NRK Sápmis history). Published 9 January 2008. Updated 25 January 2016. [online]. Available at <https://www.nrk.no/sapmi/om/7.-nrk-sapmis-historie-1.4469009> [Accessed 30 April 2016.]
- NRK Sápmi (2016). Numbers for the screening of children's programs on TV, Norway 2011-15. Submitted as an Excel file by e-mail 21 October, 2016 from Nordleif Krokmo, editor of children's programs at NRK Sápmi.
- NRK's annual report 2011-15. Annual reports from the Norwegian Broadcasting Corporation. [online]. Available at <https://www.nrk.no/aarsrapport/> [Accessed April-June 2016.]
- Nuoraj TV (2016). The lulesámi youth program Nuoraj-TV's home page on internet. [online]. Available at <http://nuorajtv.no/> [Accessed 20 May 2016.]
- Nuorttanaste (2016). *Historjá*. (History) [online]. Available at <http://www.nuorttanaste.no/se/historja> [Accessed 21 March 2016.]
- Nystad, Ann Solveig (2016). Interview with the Editor of the Christian monthly newspaper *Nuorttanaste* from Aug 2016. (Personal communication, 30 September 2016 phone and 9 October 2016 e-mail.
- Näkkäläjärvä, Pirita (2016). Interview with the manager and editor in Chief of the Finnish Broadcasting Corporation YLEs Sámi unit. (Personal communication, 21 April 2016 e-mail).
- Paltto, Kirsi (2016). Interview with the manager at ABC Company-E-skuvla as. (Personal communication. 22 April 2016 email and an interview with her conducted on Facebook the same day).
- Persen, Nan (2016). Interview with the spokes person of the Publishing Company *Idut AS* (Personal communication, e-mail 14 April 2016).
- Rasmussen, Torkel (2016). Samiske medier for barn og unge. (Sámi media for children and youths) pp. 98-123 in Broderstad, Else Grete; Brustad, Magritt; Johansen, Kevin; Severeide, Paul Inge & Todal, Jon (eds.). Sámi University of Applied Sciences' Report 1/2016. Also available in a Sámi language version in the same publication.
- Sjögren, Pia (2016). Interview with the Chief Editor of youth magazine *Nuorat*. (Personal communication, e-mail, 26 August 2016.)
- Solbakk, John Trygve (2016). Interview with the Editor in charge in the Sámi Publishing House ČálliidLágádus. (Personal communication, 31 May 2016 Phone).
- Solbakk Mona (2016). Interview with the Director of NRK Sápmi, Norwegian Broadcasting Corporations Sámi Division. (Personal communication, 31 March 2016 Tromsø and 27 September 2016 e-mail).
- Skogerbø, Eli, (2003). Kartlegging og definisjon av samiske medier. (Mapping and definition of Sámi media). Sámi Parliament. Kárášjohka. Norway.

- Strømmen, Nils Petter (2016) Interview with the Senior Consultant at TNS-Gallup. (Personal communication, 5 September 2016 e-mail).
- Sveriges Radios public service-redovisning 2011-2015: Annual reports from Swedish radio. [online]. Available at <http://www.sverigesradio.se> [Accessed April-June 2016.]
- Sveriges Televisions public service-redovisning 2011-2015: Annual reports from Swedish television. [online]. Available at <http://www.svt.se> [Accessed April-June 2016.]
- SVT Sápmi (2016). Figures for screening of Sami children's programs on TV, Sweden 2011-15. Submitted as an Excel file in e-mail Sep 22, 2016 from Kerstin Blind, editor of children's programs at SVT Sápmi, Sweden.
- TNS-Gallup (2016-1). TSN-Gallup Media Home page with continuous presentation of media research. [online]. Available at <http://www.tns-gallup.no/medier> [Accessed 23 august 2016.]
- TNS-Gallup (2016-2). *De offisielle lesertallene for blader og magasiner for 2015/2016*. (The official reader figures for periodicals and magazines 2015/2016). TNS-Gallup. Oslo, Norway. Published Feb 16, 2016. [online]. Available at <http://www.tns-gallup.no/kantar-tns-innsikt/de-offisielle-lesertallene-for-blader-og-magasiner-for-2015-2016-16-2> [Accessed 22 August 2016.]
- TNS-Gallup (2016-3). *Avislesing 2015: Tilbakegang for papiravisene fortsetter*. (Newspaper reading 2015: the decline of paper versions continue). TNS-Gallup. Oslo, Norway. Published Mar 8, 2016. [online]. Available at <http://docplayer.me/17587383-Avislesing-2015-tilbakegang-for-papiravisene-fortsetter.html> [Accessed 23 august 2016.]
- TNS-Gallup (2016-4). *Mediebarn*. (Media children) TNS-Gallup. Oslo, Norway. Published date unknown. [online]. Available at <http://www.tns-gallup.no/tns-innsikt/mediebarn> [Accessed 23 August 2016.]
- Tønnesen, Elise Seip (2007). *Generasjon.com – Mediekultur blant barn og unge*. (Generasjon.com - Media culture among children and youths). Universitetsforlaget. Oslo, Norway.
- YLE Sápmi (2016). Figures for the screening of Sami children's programs on TV, Finland 2008-16. Copy of handwritten notes received Aug 23, 2016 from YLE Sápmis journalist Ritva Torikka in Inari.
- YouTube (2016). *Nuoraj's Lulesámi TV channel* on YouTube. [online]. Available at https://www.youtube.com/results?search_query=Nuoraj-TV [Accessed 27 May 2016.]
- Wulff, Geir (2016). Interview with the Chief Editor of the Norwegian language Sámi newspaper Ságat. (Personal communication Mars 30, 2016. Lakselv).

Mikael Hiltunen

Skolsvenskan – för nordisk samhörighet

Skolan och den antisvenska retoriken i Finland

När man pratar om det svenska språkets ställning i Finland spelar skolutervisningen en central roll. De språkliga band som knyts i undervisningen är avgörande för Finland där svenskan utgör det andra nationella språket. Tvåspråkighet förstärker också Finlands band till övriga Norden. Denna grundlagsenliga tvåspråkighet ifrågasätts inte i den offentliga debatten, utan udden riktas mot den obligatoriska svenskundervisningen. På 1990-talet lanserades uttrycket ”tvångssvenska” och det uppstod ett tryck att göra svenskan till ett frivilligt skolämne. Studentsvenskan blev frivillig i början av 2000-talet. Den nuvarande regeringen lanserade på försök frivillig svenska i grundskolan, ett experiment som dock bemöttes med svalt intresse bland finska föräldrar. Detta tyder på att stödet för svenska språket trots allt är starkt i Finland.

Få skolämnen ger upphov till en så värdeladd diskussion som svenskundervisningen i finska skolor. Hänvisningar till grundlagen, historien och det nordiska samarbetet florerar i debatten. Universitetsforskare Taina Saarinen vid Jyväskyläs universitet har konstaterat att samma centrala argument har återkommit i debatten om skolsvenskan sedan grundskolan infördes i Finland på 1970-talet.

Kritikerna hävdar att eleverna inte är kapabla att lära sig flera språk och att svenskan tar utrymme av andra språk i timfördelningen. Anhängarna av skolsvenskan har hänvisat till kulturella orsaker: svenskan är en del av Finlands kulturella arv och knyter landet till Norden. Skolsvenskans försvarare har också betonat jämlikhetsprincipen – att man ger hela årskullen samma språkutbildning.¹

Mikael Hiltunen, projektchef för Nätverket Svenska nu sedan 2016. Nätverket koordineras av Hanaholmen – kulturcentrum för Sverige och Finland. Innan det arbetade han som medarbetare för Finlands Socialdemokratiska Parti SDP och den socialdemokratiska riksdagsgruppen på olika poster.

Svenska språket har en stark ställning i Finlands grundlag. För att förstå orsaken till detta måste vi blicka tillbaka på landets historia. Korstågen från Sverige till Finland på 1150-talet utgjorde startskottet för en över 600 år lång samlevnad. Efter korstågen flyttade svenskspråkig befolkning till den finska kustremsan, men troligen fanns det svenskspråkig bosättning på Åland och i Österbotten redan före 1100-talet. Då statsmakten Sverige blev till på 1200-talet var Finland redan en del av riket, även om det dröjde till slutet av 1200-talet innan en statsbärande organisation inrättades i det så kallade Österlandet. Finland var en integrerad del av det svenska riket – representanter från den östra rikshalvan kunde påverka i ständslantdagen i lika hög grad som representanter från den västra rikshalvan. Lagen och rättsväsendet är det tydligaste arvet från den svenska tiden som förenar Finland och Sverige än idag.²

År 1809 förlorade Sverige den östra rikshalvan till kejsardömet Ryssland. Svenska språket fortsatte dock att vara officiellt tjänste- och förvaltningspråk i furstendömet

Finland, samtidigt som finska språkets ställning kontinuerligt förstärktes. Nationalistiska strömningar gav upphov till slitningar mellan svensksinnade och finsksinnade om språkliga rättigheter i slutet av 1800-talet. Att det fanns två språk i Finland passade inte in i den nationalromantiska berättelsen om det finska folket. Drivna av sin passion för det finska språket översatte svenskspråkiga intellektuella sina namn och strävade att byta hemspråket till finska. Som en motreaktion till fennomanska strömningar lanserades begreppet finlandssvensk år 1910.³

Finlands riksdag utlyste landets självständighet i december 1917 efter att bolsjevikerna tagit makten i Ryssland. I regeringsformen för den självständiga republiken Finland år 1919 konstateras att landets nationalspråk är finska och svenska. Förhållandena mellan de två officiella språken reglerades i språklagen år 1922.⁴

Ålands ställning avgjordes också i början av självständigheten. På Åland fanns det en stark folkopinion för anslutning till Sverige, men det ville den finska staten inte gå med på. Den så kallade Ålandsfrågan skapade kyliga relationer mellan den unga republiken Finland och Sverige. Frågan löstes emellertid på ett civiliserat sätt när Åland år 1921 med Nationernas förbunds beslut tillerkändes inre självstyrelse.⁵ I självstyrelselagen för Åland föreskrivs att landskapet är enspråkigt svenskt samt att individen har rätt att i egen sak inför domstol och andra statsmyndigheter i landskapet använda finska.⁶

Med dessa historiska referenser i bagaget kan man identifiera tre element som är typiska för språkdebatten i Finland: grundlagsskyddet, nationalspråkprincipen och att man inte utgått från regionala områden – med undantag Åland och samregionerna – utan svenskan och finskan är officiella språk i hela landet. Frågan om hur man ska använda finskan och svenskan med myndigheter genomsyrar hela lagstiftningen: språken nämns i ungefär 300 lagar och förordningar.⁷

Tvångssvenskans framväxt

I allmänhet ifrågasätts inte Finlands grundlagsenliga tvåspråkighet, utan diskussionen

kretsar alltid kring skolsvenskan som blev ett obligatoriskt språk i och med grundskoleformen på 1970-talet.

Begreppet *tvångssvenska* föddes på 1990-talet då riksdagens kulturutskott föreslog att undervisningen i det andra inhemska språket borde göras frivilligt, med motiveringen att eleverna inte klarar av att lära sig flera språk och med att svenskan tar för mycket plats i timfördelningen. Det förslaget förföll. Däremot genomfördes en reform av studentexamen i början av 2000-talet, som medförde att studentexamensprovet i svenska blev frivilligt.⁸

Efter att studentexamensprovet i svenska blev frivilligt år 2005, har antalet personer som avlägger provet sjunkit drastiskt. År 2008 avlade ännu över tvåtredjedelar av studenterna studentexamensprovet i svenska, men år 2017 valde bara under hälften av studenterna att avlägga provet.⁹ Störst är raset i östra Finland och bland pojkar.¹⁰

Under regeringsperioden 2011–2015 tog nätverket Vapaa kielivalinta (Fritt språkval) initiativ till ett medborgarinitiativ för att ta nästa steg och göra svenskan frivillig i de finska skolorna på alla utbildningsnivåer. Initiativet samlade över 61 000 underskrifter och det lämnades in till Finlands riksdag i april 2014.¹¹ Medborgarinitiativet behandlades i riksdagens kulturutskott, som föreslog att initiativet förkastas. Medborgarinitiativet föll slutligen i riksdagens omröstning (med rösterna 134–48) den 6 mars 2015. Samtidigt antog riksdagen emellertid riksdagsledamot Pauli Kiurus (Samlingspartiet) förslag till kläm (med rösterna 93–89), där riksdagen förutsatte att ”regeringen utreder de lagstiftningsmässiga möjligheterna till regionala försök med utvidgande av språkutbudet utan obligatoriska studier i det andra nationalspråket”.¹²

Regeringen Sipilä tog upp tråden efter riksdagsvalet 2015 och skrev in i sitt regeringsprogram att regionala språkförsök genomförs med hänvisning till riksdagens kläm.¹³ Sannfinländarna hade argumenterat hårt mot den obligatoriska svenskan och det faktum att partiet tillträdde i regeringen bidrog till att språkförsöket skrevs in i regeringsprogrammet. Riksdagen godkände slutligen försökslagstiftningen med regeringspartiernas röster

i december 2017. Kommunerna fick alltså möjlighet att ansöka om tillstånd att erbjuda elever i årskurs 5 något annat språk än det andra inhemska språket. Försöket skulle pågå från hösten 2018 till utgången av år 2024 och möjlighet att delta i språkförsöket skulle erbjudas högst 2200 elever.¹⁴

Under våren 2018 visade det sig emellertid att intresset för språkförsöket i kommunerna var svalt. Exempelvis i staden Villmanstrand ville bara 11 av 715 femteklassister läsa något annat språk än svenska. Situationen var likadan i andra kommuner i östra Finland.¹⁵ Slutligen anmälde bara 5 kommuner sig till språkförsöket med ambitionen att erbjuda möjligheten till 452 elever. När dessa kommuner (Nyslott, Rovaniemi, Pieksämäki, Ylöjärvi och Jämsä) till syvende och sist bad om bindande anmälningar från föräldrarna, var intresset så svalt att kommunerna en efter en drog sig ur försöket.¹⁶

Processen kring regeringens språkförsök visar att stödet för svenska språket trots allt är starkt i Finland och att den antisvenska retoriken inte får gehör på gräsrotsnivå. I högskolestudierna förutsätts kunskaper i svenska och språket behövs i arbetslivet. Svenskkunskaperna är speciellt viktiga inom offentliga sektorn och inom service- och finansbranscherna samt regionalt i Finlands tvåspråkiga kustregioner. Näringslivets Centralorganisation EK utförde en personal- och utbildningsenkät till sina medlemsföretag år 2013 och ur den framgår det att svenskan är det mest använda språket i företagen efter finskan och engelskan.¹⁷ Ingenting tyder på att efterfrågan på svenskkunnig personal skulle minska på den finländska arbetsmarknaden. Mot den bakgrunden är det förståeligt att föräldrarna inte var färdiga att experimentera med sina barns framtid.

Även om grundskolans obligatoriska svenskundervisning har ifrågasatts de senaste åren, har svenskundervisningen även många försvarare. Nätverket Svenska nu grundades år 2007 för att stöda svenskundervisningen i finska skolor och projektet koordineras av Hanaholmen – kulturcentrum för Sverige och Finland. Det unika med språkprojektet är att det fått finansiering både från finska och svenska staten från första början.

Svenska nu vill motivera och inspirera finskspråkiga barn och ungdomar att våga använda svenska. Det gör vi genom att erbjuda levande möten med Sverige och svenskan i klassrummen. Vår grundläggande filosofi är att kulturupplevelserna kan skapa en naturlig ingång till språket. En rap-workshop, en naturskoldag, en idrottslektion, en smoothie-kurs eller en föreläsning om svensk ungdomskultur kan vara vad som behövs för att finskspråkiga elever ska inse att det kan vara roligt att lära sig det andra inhemska språket svenska. Omkring 70 000 elever och lärare tar del av Svenska nu-nätverkets verksamhet årligen.

Den nordiska vinsten

På Svenska nu är vi övertygade om att vi måste peka på nyttan med det svenska språket. I och med att Finlands och Sveriges ekonomier hör till de mest integrerade självständiga nationella ekonomierna i världen, är ett mycket stort antal finländare på ett eller annat sätt beroende av svenska intressenter – som kunder, leverantörer, medarbetare, förmän eller ägare. Kunskaper i svenska är en merit som ger ett övertag på arbetsmarknaden. Svenskkunniga unga kan också ta vara på möjligheterna att studera i övriga Norden.

Svenskundervisningen i skolan fungerar dock inte i ett tomrum. Det politiska beslutsfattandet och samhällsklimatet som återspeglas i föräldrarnas attityder påverkar också vardagen i skolan. I utlåtandet till riksdagens kulturutskott om regeringens språkförsök betonade Nätverket Svenska nu att statsmakten borde värna om och stärka de språkliga banden till övriga Norden, inte försvaga dem genom språkförsök.¹⁸

Det är kanske ingen tillfällighet att trycket mot den obligatoriska svenskundervisningen ökade efter att Finland anslöt sig till Europeiska unionen och det nordiska samarbetet hamnade i bakgrunden. Faktum är ändå att Finland har mest att vinna på att förknippas med de andra nordiska länderna och att de nordiska länderna hittar varandra i en allt mera turbulent värld.

Noter

1. Saarinen (2018).
2. Kuvaja (2018).
3. Kolbe (2018).
4. Gustafsson (1997).
5. Gustafsson (1997).
6. Justitieministeriets webbsida (2018).
7. Saarinen (2018).
8. Saarinen (2018).
9. Sandvik (2018).
10. Kosonen (2018).
11. Starckman (2014).
12. Eduskunnan kirjelmä 54/2014 vp. Riksdagen den 6 mars 2015.
13. Regeringsprogrammet för statsminister Juha Sipiläs regering, den 29 maj 2015.
14. RP 114/2017 rd. Regeringens proposition till riksdagen med förslag till lag om ett försök som gäller det andra inhemska språket i den grundläggande utbildningen. 2017
15. Lang (2018).
16. Hänninen (2018).
17. Näringslivets Centralorganisation EK (2014).
18. Nätverket Svenska nu (2017).

Referenser

- Eduskunnan kirjelmä 54/2014 vp. Riksdagen den 6 mars 2015. [online]. Tillgänglig via <https://www.eduskunta.fi/FI/vaski/sivut/trip.aspx?triptype=ValtiopaivaAsiakirjat&docid=ek+54/2014> [Hämtad 15 oktober 2018.]
- Gustafsson, Harald (1997). *Nordens historia – en europeisk region under 1200 år*. Lund: Studentlitteratur.
- Hänninen, Jaana (2018). Kaikki lukevat ehkä sittenkin ruotsia. *Itä-Savo* den 21 maj 2018.
- Justitieministeriets webbsida (2018). Finska och svenska språket. [online]. Tillgänglig via <https://oikeusministerio.fi/sv/finska-och-svenska-spraket> [Hämtad 11 oktober 2018.]
- Kolbe, Laura (2018). Anförande under seminariet ”Svenskt i Finland och finskt i Sverige” den 28 september på Hanaholmen. Helsingfors.
- Kosonen, Laura (2018). Lukiolaisten into kirjoittaa ruotsi romahti ja nyt heillä on vaikeuksia selvittää pakollisesta virkamiesruotsista – Lehtori: ”Taitotason lasku on huomattava”. *YLE*, 16 mars 2018. Tillgänglig via <https://yle.fi/uutiset/3-10118284> [Hämtad 10 oktober 2018.]

- Kuvaja, Christer (2018). Anförande under seminariet ”Svenskt i Finland och finskt i Sverige” den 28 september på Hanaholmen. Helsingfors.
- Lang, Sara (2018). Språkförsöket ser ut att bli en flopp – få vill skippa skolsvenskan. *YLE*, 5 april 2018. Tillgänglig via <https://svenska.yle.fi/artikel/2018/02/05/sprakforsoket-ser-ut-att-bli-en-flopp-fa-vill-skippa-skolsvenskan>. [Hämtad 1 november 2018.]
- Näringslivets Centralorganisation EK (2014). Kielitaito on kilpailuetu – EK:n henkilöstö- ja koulutustiedustelu. Den 8 maj 2014. Tillgänglig via <https://ek.fi/wp-content/uploads/Henko-2014.pdf>. [Hämtad 10 oktober 2018.]
- Nätverket Svenska nu (2017). Utlåtande till kulturutskottet om regeringens språkförsök, den 23 november 2017. Tillgänglig via <http://svenskanu.fi/2017/11/23/uttalande-till-kulturutskottet-om-regeringens-sprakforsok/>. [Hämtad 10 oktober 2018.]
- Regeringsprogrammet för statsminister Juha Sipiläs regering, den 29 maj 2015. Tillgänglig via <https://valtioneuvosto.fi/sv/sipila/regeringsprogrammet> [Hämtad 10 oktober 2018.]
- RP 114/2017 rd. Regeringens proposition till riksdagen med förslag till lag om ett försök som gäller det andra inhemska språket i den grundläggande utbildningen. Behandling i riksdagen. Tillgänglig via https://www.eduskunta.fi/SV/vaski/Kasittelytiedot-Valtiopaivaasia/Sidor/RP_114+2017.aspx [Hämtad 10 oktober 2018.]
- Saarinen, Taina (2018). Anförande under seminariet ”Två sidor av skolsvenskan” under Suomiarena den 19 juli 2018 i Björneborg. Tillgänglig via <https://www.katsomo.fi/sarja/suomiarena-33001006004/kouluruotsin-kaudet-kasvot-942808>. [Hämtad 10 oktober 2018.]
- Sandvik, Catrin (2018). Allt färre skriver svenskan i studenten. *Svensk Presstjänst*, den 18 mars 2018. Tillgänglig via <https://www.hbl.fi/artikel/allt-farre-skriver-svenskan-i-studenten/>. [Hämtad 10 oktober 2018.]
- Starckman, Anna (2014). Medborgarinitiativ vill göra svenskan frivillig. *SVT*, 25 april 2014. Tillgänglig via <https://www.svt.se/nyheter/utiset/svenska/medborgarinitiativ-vill-gora-svenskan-frivillig> [Hämtad 10 oktober 2018.]

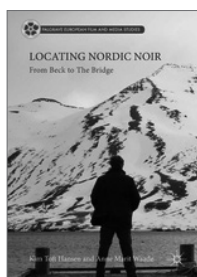
Litteratur och forskningsprojekt

Literature and research projects

Danmark

Dokumentalist: Mogens Vestergaard Kjeldsen

Bøger

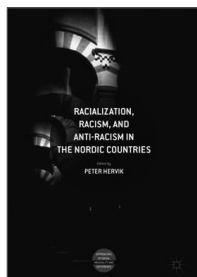


Locating Nordic Noir

Kim Toft Hansen & Anne Marit Waade, 2017, Palgrave Macmillan, 313 s.

This book is a comprehensive study of Nordic Noir television drama from the 1990's until today. The authors introduce the history of contemporary Nordic Noir from the perspective of place, production and location studies. The chapters include readings of well-known television crime dramas such as *Beck*, *The Killing*, *Trapped* and *The Bridge* as well as a range of other important Nordic Noir cases. The book positions the development of Nordic Noir on the global market for popular television drama and places the international attention towards Nordic crime dramas within regional development of drama production in Sweden, Denmark, Norway and Iceland. Consequently, Nordic Noir is read as both a transnational financial and creative phenomenon and as a local possibility for community building.

<http://doi.org/10.1007/978-3-319-59815-4>



Racialization, Racism, and Anti-Racism in the Nordic Countries

Peter Hervik (red.), 2018, Palgrave Macmillan, 302 s.

This book represents a comprehensive effort to understand discrimination, racialization, racism, Islamophobia, anti-racist activism, and the inclusion and exclusion of minorities in Nordic countries. Examining critical media events

in this heavily mediatized society, the contributors explore how processes of racialization take place in an environment dominated by commercial interests, anti-migrant and anti-Muslim narratives and sentiments, and a surprising lack of informed research on national racism and racialization. Overall, in tracing how these individual events further racial inequalities through emotional and affective engagement, the book seeks to define the trajectory of modern racism in Scandinavia.



A Companion to Nordic Cinema

Mette Hjort & Ursula Lindqvist (red.), 2016, Wiley-Blackwell, 632 s.

A Companion to Nordic Cinema presents a collection of essays that explore one of the world's oldest regional cinemas from its origins to the present day. The anthology offers a comprehensive, transnational and regional account of Nordic cinema from its origins to the present day. It features original contributions from more than two dozen international film scholars based in the Nordic countries, the United States, Canada, Scotland, and Hong Kong. It covers a wide range of topics on the distinctive evolution of Nordic cinema including the silent Golden Age, Nordic film policy models and their influence, audiences and cinephilia, Nordic film training, and indigenous Sámi cinema. The book considers Nordic cinema's engagement with global audiences through coverage of such topics as *Dogme 95*, the avant-garde filmmaking movement begun by Danish directors Lars von Trier and Thomas Vinterberg, and the global marketing and distribution of Nordic horror and Nordic noir.

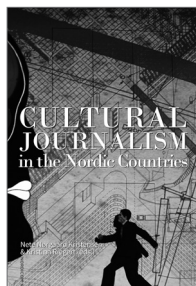


Offentlighed i Norden

Offentlige eller hemmelige dokumenter og data: Sammenligning af retsregler for acces i Sverige, Finland, Danmark, Norge, Island og internationale regler

Oluf Jørgensen, 2014, Nordicom, 260 s.

Offentlighed i Norden forklarer og sammenligner retsreglerne for acces til dokumenter og data i Sverige, Finland, Danmark, Norge og Island. Internationale regler fra FN, Europarådet og EU, der har stigende betydning, bliver også belyst. Offentlighed i Norden viser, at offentlighedsreglerne i de fem nordiske lande er meget forskellige.

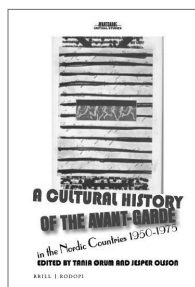


Cultural Journalism in the Nordic Countries

Nete Nørgaard Kristensen & Kristina Riegert, 2017, Nordicom, 208 s.

In an era when culture itself has become central to political debates, when boundaries between hard news and soft news, facts and opinion are dissolving, cultural journalism contributes to democratic discourse on vital issues of our time. Cultural journalism is furthermore indicative of journalistic autonomy and specialisation within media organisations, and of the intertwined relationship between the cultural and political public spheres. Nordic cultural journal-

ism in the mainstream media covers more subjects today than ever before, from fine arts to gaming, media industries, and lifestyle issues. At the same time, it harbours debates and reflection on freedom of expression, ethnicity and national identity. This book contributes to an emerging international research agenda on cultural journalism at a time when digitalisation, convergence and globalisation are influencing the character of journalism in multiple ways.



A Cultural History of the Avant-Garde in the Nordic Countries 1950-1975

Tania Ørum & Jesper Olsson, 2016, Brill, 858 s.

A Cultural History of the Avant-Garde in the Nordic Countries 1950-1975 is the first publication to deal with the postwar avant-garde in the Nordic countries. The essays cover a wide range of avant-garde manifestations in arts and culture: literature, the visual arts, architecture and design, film, radio, television and the performative arts. It is the first major historical work to consider the Nordic avant-garde in a transnational perspective that includes all the arts and to discuss the role of the avant-garde not only within the aesthetic field but in a broader cultural and political context: The cultural politics, institutions and new cultural geographies after World War II, new technologies and media, performative strategies, interventions into everyday life and tensions between market and counterculture.

Projekter

Mediatized Diaspora (MEDIASP): Contentious Politics among Arab Media Users in Europe

- **Tidsram:** ukendt
- **Financieret af:** Danmarks Frie Forskningsfond
- **Kontaktperson:** Ehab Galal, Institut for Tværkulturelle og Regionale Studier, Københavns Universitet, ehab@hum.ku.dk

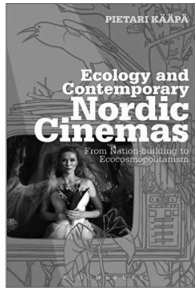
Siden det arabiske forår i 2011 har de arabiske lande været præget af fortsatte krige og konflikter, samt øget kontrol med og begrænsning af politisk aktivisme og medier. Dette har medført, at flere af de arabisksprogede aktivister og regimekritiske medier har forladt de arabiske lande og nu befinder sig i diaspora i Europa. På denne baggrund rejser projektet spørgsmålet om, hvordan arabiske diaspora-gruppers brug af forskellige former for arabiske medier stimulerer eller modvirker transnational politisk mobilisering. Projektet undersøger spørgsmålet gennem

et komparativt studie af brugen og brugerne af syriske, tunesiske, bahrainske og egyptiske regimekritiske medier siden 2011 i blandt andet Danmark og Sverige. Ved at undersøge sammenhænge mellem forskellige former for transnational politisk aktivisme og mediebrug, er målet at bidrage med ny empirisk viden samt at diskutere og opstille en ny model over medialiserede diasporaer. Til dette formål kombineres teoretiske og analytiske perspektiver fra studier af medialisering, multimodalitet, politisk mobilisering, globalisering og diaspora. Projektet er tværfagligt og kvalitativt og trækker på perspektiver fra medievidenskaben, cultural studies, antropologi og regionale studier. Metodisk gøres brug af mediekortlægning, kvalitative interviews og deltager-observation.

Finland

Dokumentalist: Eija Poteri

Böcker

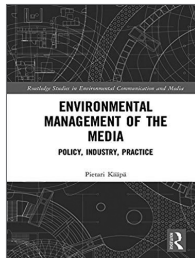


Ecology and Contemporary Nordic Cinemas
From nation-building to ecocosmopolitanism

Pietari Kääpä, 2014. New York: Bloomsbury Academic, 266 s.

The book challenges the traditional socio-political rhetoric of national cinema

by providing an ecocritical examination of Nordic cinema. The author uses a range of analytical approaches to interrogate how the national paradigm can be rethought through ecosystemic concerns, by exploring a range of Nordic films as national and transnational, regional and local texts, all with significant global implications. By synergizing transnational theories with ecological approaches, the study considers the planetary implications of nation-based cultural production.



Environmental Management of the Media

Policy, industry, practice

Pietari Kääpä, 2018. New York, New York: Routledge, 226 s.

This book discusses the environmental management of

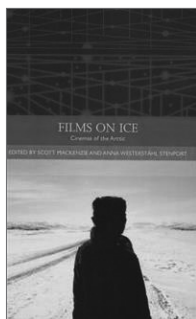
the Nordic media industries. These countries, both as a set of small nations and as a regional constellation, are frequently perceived as some of the 'greenest' in the world, yet, not only is the footprint of the media industries practically ignored in academic research, but the very real stakes of the industries' global impact are not comprehensively understood. Here, the author focusses on four key areas for investigating the material impact of Nordic media: resources used for production and dissemination, regulation of the media, organizational management, and labour practices.

Filmic Constructions of the (Religious) Other

Laestadians, abnormality, and hegemony in contemporary Scandinavian cinema

Sofia Sjö & Andreas Häger, 2015. *Temenos* (journal) 51(2015):1, s. 25-44

In this article the authors analyze how the Laestadian movement and its members are constructed as Other in four Scandinavian films. They theorize this 'Othering' with the help of Gramsci's concept of hegemony and argue that the 'othering' of Laestadians helps present the contrasting views as 'normal' and unproblematic. In the final section of the article they discuss the findings from the perspective of media and religion in a post-secular society, arguing that the media are today central to our understanding of religion.



Films on Ice *Cinemas of the Arctic*

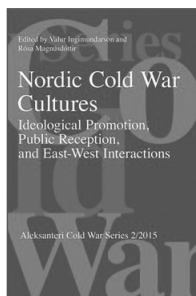
Scott MacKenzie & Anna Westerstahl Stenport (red.), 2015. Edinburgh: Edinburgh University Press, 362 s.

The book addresses the vast diversity of Northern circumpolar cinemas from a transnational perspective and presents the region as one of great and previously overlooked cinematic diversity. With chapters on polar explorer films, silent cinema, documentaries, ethnographic and indigenous film, gender and ecology, as well as Hollywood and the USSR's uses and abuses of the Arctic, the book provides an account of Arctic cinemas from 1898 to the present. Challenging dominant notions of the region in popular and political culture, it demonstrates how moving images (cinema, television, activist and art video, and digital media) have been central to the very definition of the Arctic since the end of the nineteenth century. The book brings together an international array of European, Russian, Nordic, and North American scholars, such as Marian Breidin, Pietari Kääpä, Ann Fienup-Riordan, Monica Kim Mecsei.

The Life Cycle Model and Press Coverage of Nordic Populist Parties

Juha Herkman, 2017. *Journalism Studies* 18(2017):4, s. 430-448.

The article traces the life cycles of the Nordic populist parties by exploring the relationship between media coverage and contemporary populist parties in Finland (Finns Party), Sweden (Sweden Democrats), Norway (Norwegian Progress Party) and Denmark (Danish People's Party). Empirically the study is based on a content analysis of 3337 journalistic articles published in the leading quality and popular newspapers of Finland, Sweden, Norway and Denmark during the first parliamentary elections of the 2010s.



Nordic Cold War Cultures

Ideological Promotion, Public Reception, and East-West Interactions

Valur Ingimundarson & Rósa Magnúsdóttir, (red.) 2015. Helsinki: University of Helsinki, Aleksanteri Institute, 214 s.

The book consists of articles on history, politics and culture in five Nordic countries. Eleven Nordic scholars analyze the interaction between Nordic actors and the two superpowers, the United States and the Soviet Union through propaganda, cultural diplomacy, media narratives, the role of intellectuals, and the politics of memory. The volume adds a depth to a narrative otherwise dominated by political and diplomatic approaches and creates insights into the cultural experiences of each Nordic country.



The Oxford Handbook of Popular Music in the Nordic Countries

Fabian Holt & Antti-Ville Kärjä (red.), 2017. New York, N.Y.: Oxford University Press, 411 s.

Consists of articles: Musical Borealism: Nordic Music and European History / Philip V. Bohlman Nordic Modernity and the Structure of the Musical Landscape / Fabian Holt Inclusive Popular Music Education? / Alexis A. Kallio, Lauri Väkevä Roots, Routes, and Cosmopolitanism: David Lindley Meets Harding Hank / Hans Weisethaunet From the Faroes to the World Stage / Joshua Green Christian Metal and the Translocal North / Henna Jousmäki Music and Landscape in Iceland / Tony Mitchell Music and Environmentalism in Iceland / Nicola Dibben A Metahistorical Enquiry into Nordic Popular Music Historiography / Antti-Ville Kärjä Echoes of the Colonial Past in Discourse on North Atlantic Popular Music / Kimberly Cannady Swedish Prog Rock and the Search for a Timeless Utopia / Sverker Hylten-Cavallius, Lars Kaijser Trajectories of Karelian Music After the Cold War / Pekka Suutari Music in the Aftermath of the 2011 Utöya Massacre / Jan Sverre Knudsen Aspirations and Global Futures: Lessons from Sámi Popular Music for the 21st Century / Tina K. Ramnarine Masculinity, Race and Transculturalism in a Norwegian Context / Stan Hawkins Hip Hop as Public Pedagogy / Alexandra D'Urso Urban Music and the Complex Identities of "New Nationals" in Scandinavia / Henrik Marstal Rap, Reggae, and White Minoritization / Benjamin R. Teitelbaum Sámi Festivals and Indigeneity / Thomas R. Hilder Digitally Mediated Identity in the Cases of Two Sámi Artists / Ann Werner.

Paikallis- ja kaupunkilehtien uudet liiketoimintamallit Pohjoismaissa

Katja Lehtisaari, Mikko Grönlund, Carl-Gustav Lindén & Mikko Villi, 2017. Helsinki: Helsingin yliopisto, Communication Research Center CRC, Viestinnän tutkimusraportteja, 2, 43 s.

This report *New business models for local newspapers and free papers in the Nordic countries* (in Finnish only) investigates different business models on local newspaper markets in Scandinavia and compares them to the situation in Finland. Case studies are North Media and Jysk Fynske Medier in Denmark, Amedia and Sunnmørsposten in Norway and Mittmedia and the NTM Group in Sweden.

Regulation of Gender

Discriminatory Advertising in the Nordic Countries

Niina Kosunen, Anna-Rosa Asikainen, Guðný Gústafsdóttir, Heidi Haggrén & Karolina Lång, 2017. Copenhagen: Nordisk Ministerråd, 150 s.

Due to the media's normative power to reflect daily life and to shape our understanding of gender, media plays a vital role in constructing – or deconstructing – gender equality. In modern societies, the advertising industry plays a major role in the media landscape. In the Nordic countries gender discriminatory advertising has been on the public agenda since the 1970s and 1980s, the time when gender equality legislation was adopted. However, the Nordic countries have chosen different ways of combating and regulating gender discriminatory advertising. This report presents results of a survey on how gender-discriminatory advertising is regulated in the Nordic countries. The survey was conducted as part of a project on gender equality in the media carried out during the Finnish presidency of the Nordic Council of Ministers in 2016.

Ritualising Public Death in the Nordic media

Johanna Sumiala, 2014. In: Christensen, Dorthe Refslund & Sandvik, Kjetil (red.). *Mediating and remediating death*. Franham, Surrey: Ashgate, s. 91-109.

In Nordic countries, the death of political figures, such as President Urho Kaleva Kekkonen in Finland (1986), or Minister of Foreign Affairs Anna Lindh (2003), stand out as examples of highly ritualised public death in the recent past. In addition, new types of mediated mass violence, such as the Utøya massacre in Norway 2011, have shaped practices of public mourning. In social media, people create new rituals and apply old rituals to new contexts, as they make and post videos (for example, YouTube) to pay tribute to the deceased.

Saamelainen elokuvakulttuuri muutoutuvana ”verkostoelokuvana”

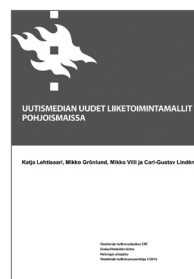
Kate Moffat & Antti Pönni, 2017. In Special issue of Nordic film: *Lähikuva* 30(2017):2, s. 8-26. English summary.

This article on *Sámi Film Culture as an Emerging 'Network Cinema'* (in Finnish) analyses the workings of the small Sámi production companies aiming to understand what role state support plays in Sámi self-determination. Although these Sámi companies are working to strengthen their regional communication links and form a collective Sámi media outlet, the bulk of their resources come from the respective Nordic film institutes. The film cultures of the indigenous Sámi people are part of a developing branch of the Nordic film industries. Recent publications highlight a growing interest in the film and media production of this small population. Currently, the International Sámi Film Institute (ISFI), based in the Kautokeino region of Northern Norway, represents the largest Sámi media organization, providing financial and material support for Sámi filmmakers.

Sukupuolistunut väkivalta Vares- ja Wallander-elokuviissa

Anna Pitkämäki, 2017. In Special issue of Nordic film: *Lähikuva* 30(2017):2, s. 28-47. English summary.

This article examines representations of *gendered violence in the Swedish Wallander films* (2005-2006) and *the Finnish Vares films* (2004-2015). Attention is paid to the manifestations of gender and sexuality in the narration of these Nordic crime films as part of the meanings, explanations, and attitudes connected to violence. The cultural meanings of violence are analysed from the perspectives of feminist media and cultural studies as well as feminist research on violence. The analysis is focused on what kind of violence is portrayed in the Vares and Wallander films, what are the explanations contributed to the violence, and how do the conceptions of perpetrators and victims in the films lend themselves to interpretation in relation to culture and cultural frames of reference. Characteristics typical for the Nordic noir genre can be recognised in both the Vares and the Wallander films.



Uutismedian uudet liiketoimintamallit Pohjoismaissa

Katja Lehtisaari, Mikko Grönlund, Mikko Villi & Carl-Gustav Lindén, 2016. Helsinki: Helsingin yliopisto, Communication Research Center CRC 2016. 70 p. Viestinnän tutkimusraportteja 2016, 1. English summary included s. 4-5.

The study *Nordic news media in search for new business models* (in Finnish with an English summary) was funded by the Finnish Newspapers Association and the Media Industry Research Foundation of Finland, and carried out by the Communication Research Centre CRC (University of Helsinki) and Brahea Centre (University of Turku). The report consists of two parts: 1) A description of the general situation in the newspaper industry in Norway, Sweden and Denmark. 2) The findings from research interviews in Norway, Sweden and Denmark. In total, 29 interviews were carried out with representatives from media companies, newspaper associations and universities in the three countries. <http://blogs.helsinki.fi/crc-centre/julkaisut/>

A Welfare State of Mind

Nordic journalists' conception of their role and autonomy in international context

Laura Ahva, Arjen van Dalen, Jan Fredrik Hovden et al., 2017. *Journalism Studies* 18(2017):5, s. 595-613.

The development of journalism in the Nordic countries has been shaped by two interconnected ideologies: the welfare state and democratic corporatism. International reviews have repeatedly

emphasized the similarities of the media systems in these countries. However, less work has been done on the professional identity of individual journalists working within these systems. In this article, the similarities and differences between journalists' professional values and perceptions in the Nordic countries are explored based on survey data from the Worlds of Journalism Study.



Women and Men in the News

Report on gender representation in Nordic news content and the Nordic media industry

Saga Mannila, 2017.
Copenhagen: Nordisk Ministerråd, 78 s.

This report presents study findings on how women and men are represented in the news in the Nordic countries, and to what extent women and men occupy the decision-making positions in the media. The survey is based on the recent findings from three cross-national research projects. These findings are supported by national studies.

Projekt

News Media in the Nordic Consumer's Everyday Life: Exploring Experiences and Practices

- **Period of time:** 2017
- **Financed by:** Helsingin Sanomat Foundation
- **Investigators:** Jacob Mickelsson, Daniela Lipkin, Tore Strandvik, Michaela Lipkin (Hanken School of Economics, Department of Marketing)
- **Link:** <https://www.hssaatio.fi/wp-content/uploads/2017/12/Newsscape-Project-Final-report.pdf>

The project explored how news services are integrated into consumer's everyday lives, and how they fit into the consumers' own activities and experiences. The project applied a combination of interviews, surveys and photographic methodology to study how news consumption fits into peoples' everyday routines. The project emphasised the active roles of news consumers in constructing their own "newscapes", i.e. individual landscapes of everyday news consumption. The study was conducted both in Finland and in Sweden.

Reimagining Norden in an Evolving World: An Excellence Hub in Research, Education and Public Outreach (ReNEW)

- **Period of time:** 2018-2023
- **Financed by:** NordForsk through Nordic University Hubs
- **Project leader:** Peter Stadius, University of Helsinki
- **Coordinators:** Heidi Haggrén, University of Helsinki; Mari Bergseth-Hasle, University of Oslo; Kira Storgaard Hansen, Copenhagen Business School
- **Link:** <https://www.helsinki.fi/en/researchgroups/reimagining-norden-in-an-evolving-world>
- **Twitter:** #renewhub
- **Facebook:** @unihubrenew

ReNEW is a research hub established to enhance cooperation to develop new and path-breaking excellence in research about the Nordic region against the background of an increasingly challenging global context. This will be done by enhancing research capabilities – through mobility, exchange, high-level conferences, and education – among six Nordic universities in one strategic and world-leading hub researching the Nordic region. ReNEW brings together multiple disciplines and scholarship providing a new, more collective approach to otherwise existing single initiatives within the social sciences, humanities, economics and other disciplines that engage with the Nordic region.

Roma and Nordic Societies: Historical security practices of the majority and strategies of the minority

- **Period of time:** 2015-2018
- **Financed by:** The Academy of Finland
- **Investigators:** Peter Stadius (principal investigator), Eija Stark, Malte Gasche, Simo Muir, Raluca Bianca Roman (University of Helsinki, Centre for Nordic Studies)
- **Link:** <https://www.helsinki.fi/en/researchgroups/centre-for-nordic-studies/about>

The project explores different understandings of societal security concerning the national Roma groups in the Nordic countries, particularly in Finland, from the early years of the Nordic welfare states until the present day. The project members approach the questions by focusing on, for example, these research themes:

- 1) The majority's biased view of the Roma minority from the perspective of everyday communication such as majority tales and jokes about the Roma.
- 2) Plans, measures and international co-operation of state authorities against Roma groups during the early years of the Nordic welfare states, which coincided historically with the period of Fascism and National Socialism.
- 3) The memory policy of Finnish Roma regarding nationhood.

Norge

Dokumentalist: Balder Holm

Bøker



Ett folk, ulike valg *Sametingsvalg i Norge og Sverige*

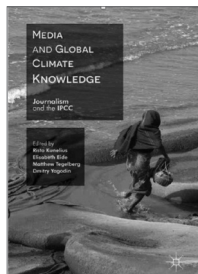
Eva Josefsen, Ulf Mörkenstam, Ragnhild Nilsson, & Jo Saglie, (red.), 2017, Gylendal akademisk, 264 s.

I denne boka presenteres den første systematiske sammenligningen av sametingsvalg i Norge og Sverige. Med

utgangspunkt i velgerundersøkelser og mediestudier spør vi blant annet: Hvem stemmer ved valg til Sametinget? Hvilke politiske skillelinjer finnes blant velgerne? Hva mener velgerne om Sametingets legitimitet? Og hvordan ser mediernes rapportering av sametingsvalg ut?

I begge land er sametingene de folkevalgte organene som skal ivareta samenes rett til selvbestemmelse. Likevel viser det seg at det er betydelige forskjeller mellom de to sametingene. Det gjelder ikke bare sametingenes lovgrunnlag, ressurser og institusjonelle utforming, men også velgernes atferd og holdninger.

Utformingen av institusjonene, sammen med den politikken de to statene har ført overfor samene, har lagt grunnlaget for disse forskjellene. Det er dermed vanskelig å snakke om én nordisk modell for urfolks selvbestemmelse, verken på institusjonsnivå eller velgernivå.



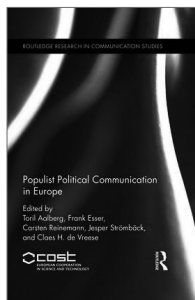
Media and Global Climate Knowledge *Journalism and the IPCC*

Risto Kunelius, Elisabeth Eide, Matthew Tegelberg & Dmitry Yagodin (red.), 2017, Palgrave Macmillan, 309 s.

This book is a broad and detailed case study of how journalists in more than 20

countries worldwide covered the Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) Fifth Assessment (AR5) reports on the state of scientific knowledge relevant to climate change. Journalism, it demonstrates, is a key element in the transnational communication infrastructure of climate politics. It examines variations of coverage in different countries

and locations all over the world. It looks at how IPCC scientists review the role of media, reflects on how media relate to decision-making structures and cultures, analyzes how key journalists reflect on the challenges of covering climate change, and shows how the message of IPCC was distributed in the global networks of social media.



Populist Political Communication in Europe

Toril Aalberg, Frank Esser, Carsten Reinemann, Jesper Strömbäck & Claes H. De Vreese (red.), 2016, Routledge, 402 s.

In an increasing number of countries around the world, populist leaders, political parties and movements have

gained prominence and influence, either by electoral successes on their own or by influencing other political parties and the national political discourse. While it is widely acknowledged that the media and the role of communication more broadly are key to understanding the rise and success of populist leaders, parties and movements, there is however very little research on populist political communication, at least in the English-speaking research literature.

Originating from a research project funded by the European Cooperation in the field of Scientific and Technical Research (COST), this book seeks to advance this research. It includes examinations 24 European countries, and focuses on three areas within the context of populism and populist political communication: populist actors as communicators, the media and populism and citizens and populism.

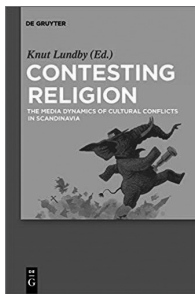


Live and Recorded *Music experience in the digital millennium*

Yngvar Kjus, 2018, Palgrave Macmillan, 184 s.

This book uncovers how music experience—live and recorded—is changing along with the use of digital technology in the 2000s. Focus-

ing on the Nordic region, this volume utilizes the theory of mentalization: the capacity to perceive and interpret what others are thinking and feeling, and applies it to the analysis of mediated forms of agency in popular music. The rise of new media in music production has enabled sound recording and processing to occur more rapidly and in more places, including the live concert stage. Digital technology has also introduced new distribution and consumption technologies that allow record listening to be more closely linked to the live music experience. The use of digital technology has therefore facilitated an expanding range of activities and experiences with music. Here, Yngvar Kjus addresses a topic that has a truly global reach that is of interest to scholars of musicology, media studies and technology studies.



Contesting Religion

The media dynamics of cultural conflicts in Scandinavia

Knut Lundby (red.), 2018, de Gruyter, 368 s.

As Scandinavian societies experience increased ethno-religious diversity, their Christian-Lutheran heritage and strong traditions of welfare and solidarity are being

challenged and contested. This book explores conflicts related to religion as they play out in public broadcasting, social media, local civic settings, and schools. It examines how the mediatization of these controversies influences people's engagement with contested issues about religion, and redraws the boundaries between inclusion and exclusion.

Becoming a Journalist

Journalism education in the Nordic countries

Jan Fredrik Hovden, Gunnar Nygren & Henriikka Zilliacus-Tikkanen (red.), 2016, Nordicom, 334 s.

This edited volume addresses journalism education as a central component of journalistic professionalization,

making it necessary to understand what is a crucial period in most future journalists' lives. Nowadays, journalism scholars are realizing the need for more sustained, in-depth and critical studies of why students embark on such degrees, how they develop their professional views and practices at universities, how the educational curricula of journalism programs match the needs of the labor market, and also, what the news industry thinks about journalism courses and their graduates. This volume addresses all of these important questions in-depth, with admirable attention to different elements that may explain all these issues.

The comparative perspective of looking at the Nordic countries breaks new ground considering the paucity of comparative studies on journalism education in specific media systems. The authors that take part of this book employ an array of quantitative and qualitative approaches to study the field of journalism education, providing a rich account that, no doubt, will be essential reading for students, researchers, the media industry, policymakers and all people interested in journalism education and professionalization.

Prosjekter

Digitale nyhetsagendaer i Skandinavia

- **Tidsramme:** 2018-2021
- **Finansiert av:** Anderstiftelsen
- **Kontaktperson:** Helle Sjøvaag, Institutt for medie- og samfunnsfag, Universitetet i Stavanger, helle.sjovaag@uis.no

Prosjektet undersøker hvordan nyhetsjournalistikken i det skandinaviske digitale medielandskapet utvikler seg i møte med strukturelle endringer innen teknologi, økonomi og regulering.

Spørsmål prosjektdeltakerne forsker på handler om hvordan nettverksteknologier kobler sammen den digital nyhetsagendaen, hvordan Facebook og andre tredjeparts-aktører påvirker den digital dagsorden, og hvordan tradisjonelle aviser tjener penger i den digitale medieøkonomien.

Dette er et samarbeidsprosjekt mellom forskere fra Institutt for medie- og samfunnsfag ved Universitetet i Stavanger, IT Universitetet i København, Karlstads Universitet og Vrije Universiteit Amsterdam.

The Immigration Issue in Scandinavian Public Spheres 1970-2015 (SCANPUB)

- **Tidsramme:** 2016-2019
- **Finansiert av:** Norges forskningsråd
- **Kontaktperson:** Jostein Gripsrud, Institutt for informasjons- og medievitenskap, Universitetet i Bergen, jostein.gripsrud@uib.no

Starting from the general observation that Denmark, Norway and Sweden in spite of all of their similarities and close ties have had strikingly different public discourses on the issue of immigration, and have developed quite different political regimes in relevant policy areas, SCANPUB seeks to analyse and compare public discourses on immigration in Scandinavia, enabling (a) comprehensive and comparative description of developments and a basis for (b) a normative evaluation and (c) an attempt at a set of explanations.

The issue is well suited for a study of how liberal democracy handles important, complex issues. SCANPUB is therefore also designed to (d) improve public sphere theory in areas concerning the forms and role of deliberation in actually existing democracies, and the continued role of the nation-state.

SCANPUB aims to improve our understanding not only of mediated public discourse but also of the relations between the mediated public sphere and political decision-making on the one hand and the general public on the other.

Sverige

Dokumentalist: Karin Hellingwerf

Böcker

Visual Frictions

Karin Becker (red.), 2015, CoAction Publishing, antal sidor?

The collection of articles is the product of the Nordic Network for Digital Visuality (NNDV), a 4-year research network funded by Nordforsk and administered by the Section of Journalism, Media and Communication in the Department of Media Studies at Stockholm University. The network was designed to bring together researchers, primarily from the social sciences and representing primarily the Nordic countries, who were working on questions regarding visualization and digitally mediated communication. "Visual Frictions and Their Futures" was the theme of the network's final workshop in February 2015.

<http://dx.doi.org/10.3402/jac.v7.30347>



Mellom samfunnsoppdrag og marked

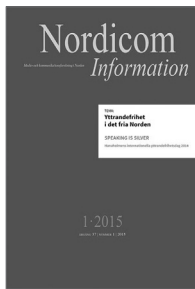
En studie av utviklingen av sjefredaktørrollen i utvalgte norske og svenske mediehus fra 1985 til 2015

Turid Borgen, 2017. Institutionen för mediestudier, Stockholms universitet, 371 s.

The dissertation analyses changes in the role of editors-in-chief in ten leading Norwegian and Swedish media houses – today owned by either Bonnier or Schibsted – in light of the potential tensions between journalistic ideals and market demands. This duality is studied over a period of 30 years, from 1985 to 2015. The most

defining changes in the structural framework under which editors-in-chief work are the ongoing technological revolution, the transformation from an analogue into a digital society, and structural, economic changes related to this development. Methodologically, the study builds on data from qualitative in-depth interviews, mainly with 33 past and present editors-in-chief. It also contains a study of how the role of editors-in-chief has been reported and discussed in the magazines of two media branch organisations. The changing role of editors-in-chief is analysed within an institutional perspective.

<http://su.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1085471&dsid=-8249>



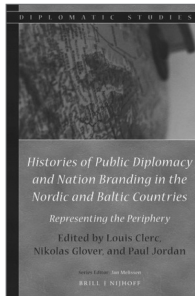
Yttrandefrihet i det fria Norden

Speaking is Silver: Hanaholmens internationella yttrandefrihetsdag 2014

Ulla Carlsson (red.), 2015, *Nordicom Information* 37, *Nordicom*, 143 s.

Tema för den internationella yttrandefrihetsdagen 2014 på Hanaholmen var Yttrandefrihet i det fria Norden.

Ämnet behandlades från många olika aspekter med offentligheten och det offentliga samtalet i fokus. I detta nummer av *Nordicom-Information* återges de anföranden och inlägg som gjordes under dagen.



Histories of Public Diplomacy and Nation Branding in the Nordic and Baltic Countries

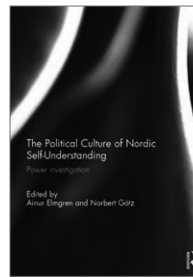
Representing the periphery

Louis Clerc, Nikolas Glover & Paul Jordan (red.), 2015, Brill Academic Publishers, 337 s.

Histories of Public Diplomacy and Nation Branding in the Nordic and Baltic Countries provides an historical perspective on public diplomacy and nation branding in the Nordic and Baltic countries from 1900 to the present day. It highlights continuity and change in the efforts to strategically represent these nations abroad, and shows how a self-understanding of being peripheral has led to similarities in the deployed practices throughout the Nordic-Baltic region.

Länk till omslag och publikation:

<https://brill.com/abstract/title/24023>



The Political Culture of Nordic Self-Understanding

Power investigation

Ainur Elmgren & Norbert Götz (red.), 2016, Routledge, 113 s.

'Power investigation', or the practice of power to legitimize itself through commissioned programmes of scientific enquiry, is a hallmark of Nordic democracy. Five power investigations have been conducted in the Nordic countries since 1972. The close connection to state power has not dissuaded prominent scholars from participating in them, nor have their findings evoked strong criticism. Combining politically guided perspectives with collaborative research, power investigations represent public events that typify the ostensibly open political culture of the Nordic countries, rather than simply existing as texts or as a politico-scientific genre. Although such investigations have been thought of as critical studies of power, the authors in this book show that their findings have varied greatly and that they have served as tools for wielding power. Whatever shortcomings they uncover, the utility of these investigations in suggesting transparency and self-reflection enhances the legitimacy of Scandinavian government. The investigations are persuasive exercises through which the commissioning authorities and those scholars hired to carry them out engage in a mutually beneficial exchange. Underlying this strategy is the perception, deeply embedded in Nordic political culture, that politics is a progressive, rational endeavour, and that identification with the state is an honourable role for academics.

This book was published as a special issue of the *Journal of Contemporary European Studies*.



Nordens historia

En europeisk region under 1200 år

Harald Gustafsson, 2017, Studentlitteratur, 322 s.

I olika omgångar har Norden knutits närmare andra europeiska regioner, från kristnandet över 1600-talets storpolitik till dagens marknadsintegration. Samtidigt

har Norden hela tiden haft gemensamma särdrag, tex den fredliga, kompromissökande politiska kultur som varit framträdande de senaste århundradena. Men skillnaderna inom Norden har också satt sin prägel på utvecklingen. Politiskt har Norden gradvis

sönderfallit, från Kalmarunionen till dagens fem nationalstater, som i sin tur utmanas av självstyrelsekrav från grupper som grönlänningar eller samer. I denna tredje upplaga har texten aktualiserats på en mängd punkter utifrån senare forskning. Större utrymme har t ex ägnats åt den nordiska kolonialismen. I ett nyskrivet avslutningskapitel diskuteras tendenser i det tidiga 2000-talets värld. Den europeiska integrationen, globaliseringen och migrationsrörelserna ställer de nordiska samhällena inför nya utmaningar. Denna bok vänder sig i första hand till universitetsstuderande i historia men också till andra som vill ha en kortfattad, lättillgänglig och vetenskapligt grundad översikt över de nordiska samhällenas historia.



Newspapers in the Nordic Media Landscape 2017

Denmark, Finland, Iceland, Norway, Sweden

Eva Harrie (red.), 2018, Nordicom, 124 s.

The Nordic region has traditionally been characterized as a "newspaper region",

with high circulation and extensive readership. But contemporary trends of globalisation and digitization have profoundly changed the media landscape and the way we use media, and have put the strong position of the Nordic newspaper markets under pressure. This volume, *Newspapers in the Nordic Media Landscape 2017*, is an attempt to map the development of the Nordic newspaper industries, looking at the trends from 2000 onward. It offers unique statistical time series on the structure of the newspaper landscape in Denmark, Finland, Iceland, Norway and Sweden (number of newspapers, circulation, etc.); the economy of the newspaper markets (advertising and audience revenues, indirect and direct state support, etc.); and reading trends (print and digital).



Nordic Contributions in IS Research

Ulrika Lundh Snis (red.), 2016, Springer, 190 s.

This book contains the refereed proceedings of the Third Scandinavian Conference on Information Systems (SCIS), held in Sigtuna, Sweden, in August 2012. The digitization of modern society's information and

communication structures has fundamentally changed our everyday life, economy, business, and

society. How can information systems research as an academic yet pragmatic discipline contribute to designing the interactive society? The Scandinavian IS tradition with its emphasis on engaged scholarship, action research, and socially embedded design has a lot to contribute to this discussion. The 10 papers accepted for presentation at the conference were selected from 33 submissions, and they are grouped into two main themes: the interactive society and design.

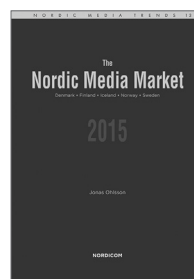


Kampen om reklamen

Jonas Ohlsson & Ulrika Facht, 2017, Nordicom, 228 s.

Digitaliseringen av medielandskapet har förändrat hur vi kommunicerar med varandra, hur vi söker information, hur vi använder medier och inte minst hur medier finansieras. I den här boken är det finansieringen av me-

dierna som står i fokus, och då särskilt den del som kommer från annonsörerna. Globala företag som t ex Google och Facebook utmanar i allt högre utsträckning de inhemska medieföretagens ställning på de nationella reklammarknaderna. Det växande inflytandet från utländska reklamplattformar är ett uttryck för en mer omfattande transformation, som omfattar både publik och annonsörer, och som drivs framåt av den teknologiska utvecklingen på medieområdet. Det gäller inte minst i Norden, som hör till de regioner i världen där den nya informationsteknologin kommit att få starkast fäste. Kampen om reklamen handlar om vad digitaliseringen av reklammarknaden har fått för konsekvenser för de nordiska medieföretagens möjligheter att finansiera sin journalistiska verksamhet.



The Nordic Media Market

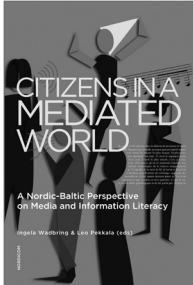
Denmark, Finland, Iceland, Norway, Sweden

Jonas Ohlsson, 2015, Nordicom 70 s.

The Nordic Media Market 2015 is the thirteenth publication in the Nordic Media Trends series, which documents, describes and

analyses developments in the media sector from a Nordic perspective. Previous publications in the series have presented both general media statistics and overviews of major media companies on the Nordic media markets. The present publication uses a somewhat more qualitative approach, as it ana-

lyzes current trends in Nordic media development against previous characterizations of the Nordic media landscape. The report focuses particularly on the development of the Nordic newspaper industries, Nordic media policy and the market position of the Nordic public service companies.



Citizens in a Mediated World

A Nordic-Baltic perspective on media and information literacy

Ingela Wadbring & Leo Pekkala (red.), 2017, Nordicom, 108 s.

Digital technology has become a natural part of our daily lives and requires new

skills, knowledge and attitudes. Everyone can create their own media content and share it with others, and the distinction between reception and perception is erased. This development represents a marked departure from the traditional media use of people, and challenges the perceptions about what it means to use and produce media in appropriate and meaningful ways. Critical media literacy, communication skills and competencies for creative and responsible content production have become

increasingly important means for empowering people with Media and Information Literacy (MIL) in present media culture. This book presents the discussions and conclusions from a conference on Media and Information Literacy that was held in Helsinki in May 2016, financed by the Nordic Council of Ministers.

En gemensam nordisk undersökning av barns och ungas kulturvanor?

En rapport på uppdrag av Kulturanalys Norden

Kulturanalys Norden

En gemensam nordisk undersökning av barns och ungas kulturvanor?

En rapport på uppdrag av Kulturanalys Norden

Mats Björnsson, 2018, Kulturanalys Norden 35 s.

På uppdrag av Myndigheten för kulturanalys har

Mats Björnsson analyserat aktuella och tidigare undersökningar om barn och ungas kulturvanor i Norden. Analysen visar de möjligheter och utmaningar som finns på området. Resultaten tyder på att det i nuläget är svårt att genomföra en gemensam nordisk undersökning. Därför rekommenderar Kulturanalys Norden att som ett nästa steg anordna ett nordiskt forskningsseminarium med fokus på dessa frågor.

Projekt

Beyond the Gender Paradox: Women's careers in technology-driven research and innovation in and outside of academe

- **Tidsperiod:** 2017-2021
- **Finanserad av:** NordForsk
- **Projektleddning:** Gabriele Griffin, gabriele.griffin@gender.uu.se
- **Länk till projekt:** <https://www.gender.uu.se/nordwit/about-us/>

The objective of NORDWIT (Nordic Centre of Excellence on Women in Technology Driven Careers) is to investigate and enhance women's career opportunities and trajectories in technology-driven research and innovation cross-sectorally in public and private sectors, and in civil society. The goal is to improve the gender balance in the research and innovation fields in the new technology driven economies. Three core research teams located at Uppsala University (co-ord.), Tampere University, and the Western Norway Research Institute are focusing on four pillars of research: 1) Women's technology-driven careers in rural regions. 2) Research-intensive science and innovation areas. 3) eHealth and 4) Digital humanities.

Collecting Social Photo Samla social digital fotografi

- **Tidsperiod:** 2017-2020
- **Finanserad av:** Stockholms läns museum, Nordiska museet, Finlands fotografiska museum, Aalborgs stadsarkiv, Socialantropologiska institutionen vid Stockholms universitet och Riksbankens Jubileumsfond
- **Projektledning:** Kajsa Hartig, kajsa.hartig@nordiskamuseet.se
- **Länk till projekt:** <http://collectingsocialphoto.nordiskamuseet.se/>

The strongest reasons to collect social digital photography are that these images have now by far replaced the analogue photographs, traditionally collected by museums and archives. In the future there will be no shoe boxes with granddad's old photos or fascinating photo albums brought into the museums or archives. The same notion goes for diaries and personal letters.

The project is a cooperation between The Nordic Museum in Stockholm, Stockholm County Museum, The Finnish Museum of Photography, and Aalborg City Archives in Denmark.

The Medialities of Community Singing: The Cases of Denmark and Sweden

- **Tidsperiod:** 2017-
- **Finanserad av:** Danmarks Frie Forskningsfond
- **Projektledning:** Lea Wierød Borčák, Linnæus University

Både i Danmark og Sverige er der en stærk tradition for at synge sammen i større og mindre forsamlinger. Fællessang/allsång er i begge lande en stærk kulturel praksis, som transmitteres på TV-shows og tiltrækker mange deltagere ved offentlige live-events og mindre arrangementer på barer etc. Historisk har fællessang/allsång for det meste været bærer af et budskab (konfessionelt, nationalistisk osv.), men i dag er der tegn på at man i højere grad synger blot for selve sanghandlingens skyld og for den æstetiske nydelse. Dette projekt analyserer hvordan fællessang har været medieret historisk og i dag – gennem live events, sangbøger, optagelser etc. Samtidig undersøges det, hvordan sang er udspændt mellem de basale medier ord og musik. Gennem en sådan undersøgelse af fællessangens medialiteter vil projektet fremanalysere nogle svar på hvilken funktion fællessang har i samfundet i dag, og hvorfor denne udtryksform ikke er blevet udkonkurreret af opblomstringen af nye tekniske medier for musikkonsumption og underholdning; nærmest tværtimod. Det er antagelsen, at projektet vil vise at fællessang tilbyder unikke muligheder for en direkte deltagelse og fællesskabsfølelse.

Recensioner

Birgit Røe Mathiesen og Lisbeth Morlandstø (red.)

Lokale medier. Samfundsrolle, offentlighed og opinionsdanning
Oslo: Cappelen Damm Akademisk 2018, 240 s.



Bogen *Lokale medier – samfundsrolle, offentlighed og opinionsdanning* har Norge som omdrejningspunkt. Bogen er en antologi og bygger på delstudier fra et forskningsprojekt om de lokale mediers rolle i skabelsen af en offentlighed, et forskningsprojekt udført af forskningsmiljøet ved journalistuddannelsen i Bodø.

Overordnet beskæftiger bogen sig på et empirisk niveau med på den ene side nye tiltag i lokaljournalistikken og på den anden side udfordringerne for de selvsamme lokale medier i en ny medievirkelighed. Det er kærkomment at se et forskningsbidrag med fokus på lokale medier, som alt for ofte ignoreres til fordel for empiriske studier af de større nationale medier. Formentlig fordi, den lokale journalistik ligger længere nede i hierarkiet både blandt forskere og journalister, når offentlighed skal diskuteres, hvilket selvsagt er en fejl og hvad denne bog med alle dens interessante empiriske analyser også illustrerer.

Bogen udgøres primært empiriske casestudier, og det forekommer ikke tydeligt, hvem målgruppen er for sådan en bog. Er det andre forskere, så mangler den en teoretisk dybde og for studerende vil den udgøre et informativt baggrundstæppe, men vil næppe kunne bruges på et mere generelt analytisk plan. Dertil

er de empiriske kapitler meget snævre i deres fokus på særlige cases og tiltag i lokale mediehuse. Alligevel er bogen brugbar i kraft af dens mange diskussioner af skred i forskellige journalistiske genrer, i skellene mellem privat og offentlig og i diskussionerne af, hvordan digitaliseringen præger de lokale medier på godt og ondt.

Bogen synes at bygge på en præmis om en i stigende grad fragmenteret offentlighed. Spørgsmålet er dog, om ikke altid offentligheden har været fragmenteret, og om ikke altid dikotomien mellem medieindhold, der tjener offentligheden og medieindhold på markedets præmisser, har været til stede, men at der netop er behov for at analysere af, om og hvordan fragmentering udspiller sig lokalt. Her kommer bogen et stykke af den vej.

I kapitel 1 gennemgår de to redaktører det norske landskab for lokale medier. De præsenterer definitioner af, hvad der menes med lokal journalistik og det fremgår, at fokus både er på public service, små lokalaviser og regionale aviser. Det synes dog særligt at være skriftlige platforme under lup i de enkelte kapitler, og der siges meget lidt om de lokale og regionale mediers tilstedeværelse på deres egne digitale platforme, hvilket højest sandsynligt foregår i samspil med tilstedeværelsen på sociale medier. Det er ærgerligt, når nu de to redaktører selv slår fast, at der "satses stadig mer digitalt i mediebranchen". Det er heller ikke helt tydeligt, hvordan de forskellige casestudier er udvalgt, og hvad skellet mel-

Boganmelder: **Jannie Møller Hartley**, Ph.d., lektor i journalistik, Institut for Kommunikation og Humanistisk Videnskab, Roskilde Universitet.

lem publicistiske og kommercielle medier har betyder for bogens analyser. I kapitel 1 gennemgås udviklingen i mediemarkedet, og den betydning, det kan have for de lokale medier og dermed også for demokratiet. Vi lærer, at NRK og andre regionale medier har trukket sig tilbage til deres udgivelsescentre og i højere grad end før centrerer sig omkring byerne og bliver mere urbane. Teoretisk lægger forfatterne sig på dels et medieøkologi-perspektiv og på et offentlighedsperspektiv og de baserer sig på international forskning for at pege på de udfordringer, der findes for både medieøkologien og offentligheden. De trækker disse linjer videre ud i verden og redegør for, hvorfor Norge er særlig, idet at landet er langt mere decentraliseret end eksempelvis nabolandene Danmark og Sverige.

I de følgende tre kapitler dykkes der ned i nye innovative tiltag taget på forskellige lokale medier for at imødekomme nogle af de nævnte udfordringer. I kapitel 2 undersøger Karianne Sørgard Olsen, hvordan lokaljournalister forholder sig til Facebook. Kapitlet diskuterer det interessante dilemma mellem journalisten som privatperson og journalisten som offentlig person, hvor der er tydelige forskelle mellem journalisterne på redaktionen. Karianne Sørgard Olsen peger på, hvordan Facebook både er et research redskab og distributionsplatform til netop at nå andre offentligheder end tidligere og fremlægger en vigtig konklusion, nemlig at dikotomierne mellem hensynet til hvad publikum gerne vil have og hensynet til samfundet flytter sig med brugen af Facebook. Her kunne det have været interessant, hvad forskellene mellem journalisterne skyldes, da det nok ikke alene er et spørgsmål om alder.

I kapitel 3 tager Birgit Røe Mathiesen og Lisbeth Morlandstø fat i en ny satsning, idet den regionale avis *Nordlys* etablerer en digital debatsektion. Gennem analyser af indholdet viser de, at det i høj grad er politik, der diskuteres, og at langt de fleste har tydelige holdninger frem for at have en mere reflekterende tilgang.

Også kapitel 4 tager fat i en satsning, Brif, etableret i *Bergens Tidende* og datagrundla-

get er interview. Derfor fremstår det tydeligt, hvorfor Brif blev etableret, og hvordan forskellige genrer blandes for at nå den yngre målgruppe, som i stigende grad forlader print. Desværre må spørgsmålet, om hvorvidt satsningen virkede, stå åbent, da redaktionen på Brif ikke har andet end indikationer på, at de når ud til de unge læsere, hvilket også har fået Bergens Tidende til at forlade målet om specifikt at nå de unge læsere. Måske har vi alle brug for forklaring og analyse i et samfund med informations-overload? Til gengæld ser vi, at journalisterne, som arbejder med at forklare og analysere, er vældig positive, hvilket tyder på, at det på det journalistiske felt – også regionalt – giver prestige at indtræde i kommentator-rollen og tager ejerskab over projektets udvikling. Dette kunne med fordel udforskes nærmere i fremtidig forskning, særligt savner jeg en uddybning af objektivitetsspørgsmålet.

I kapitel 4 undersøger Malene Paulsen Lie lokalavisen og Facebooks betydning for menneskers tilknytning til bestemte steder. På baggrund af teorier om stedfølelse – og denne teoretiske begrebsliggørelse er interessant i sin egen ret – analyserer Lie 29 kvalitative interview med mediebrugere i alderen 17–84 år. Analysen viser, at lokalavisen skaber en form for *identitet*, mens Facebook skaber *relationer* mellem menneskene på stedet (s. 145). Men denne konklusion bygger på, hvad respondenterne bruger Facebook til mere generelt, hvilket måske slet ikke er lokale nyheder og det kunne være interessant at dykke ned i, hvordan der skabes lokale fællesskaber omkring Facebook og andre sociale medier, og hvordan de lokale medier ved brug af nye medier kan få både den identitetsskabende og den relationskabende rolle i lokalsamfundet. Her synes at være et forsømt potentiale for lokale medier.

Kapitel 6 bevæger sig ud over Norge og til Wales. Forfatterne Willams og Rachel Howells tager et helikopterperspektiv på udviklingen for lokale medier, og giver god indsigt i, hvordan de-lokaliseringen af journalistikken også finder sted uden for Norge, og hvordan det giver plads til hyperlokale medier. Og det er måske kapitlets berettigelse, selvom det på mig som læser virkede underligt, at valget lige faldt

på Wales og i øvrigt, at kapitlet som det eneste i bogen så er skrevet på engelsk.

Bengt Engan diskuterer i bogens andet sidste kapitel, hvem offentligheden er? Spørgsmålet synes mere present end nogensinde, men selvom kapitlet på glimrende vis gennemgår offentlighedsteorier, fremstår det uklart, hvad målet med kapitlet er. Forskellige medborger-tilgange diskuteres, og udfordringer for sådanne medborgerskaber belyses med udgangspunkt i særlig international forskning i ”public og civic connection”, men her ville det være interessant at se, hvordan sådanne lokale medborgerskaber ser ud empirisk, og hvad lokale medier betyder for skabelsen af medborgerskaber. Uden de empiriske analyser fremstår bekymringer for ekko-kamre, populistiske strømninger og manglende politisk deltagelse som noget udokumenteret i en norsk kontekst.

Lisbeth Morlandstø og Birgit Røe Mathiesen konkluderer i bogens afsluttende kapitel, at lokaljournalistikken er vigtigere end nogensinde, og hvordan de nye teknologier åbner op for nye netbaserede arealer. Forfatterne synes at advare mod, at debatten flyttes til de sociale medier, men problemet med det argument er, at lokale medier som både er *indhold* og *platform* sammenlignes med sociale medier, som primært er distributionsplatforme. Facebook som medie kan derfor sagtens siges at udfylde en kritisk samfundsmæssig rolle, hvis lokalmedierne og andre medier vel og mærket bruger Facebook til at distribuere deres publicistiske indhold. Her savnes der, at bogen i højere grad tager fat i de finansielle udford-

ringer, som det lokale mediemarked har, noget der især berøres i bidraget fra Wales.

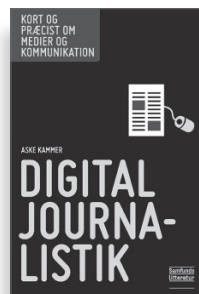
Jeg er enig med forfatterne i, at det fortsat er vigtigt at studere den journalistiske praksis og journalisterne selv (s. 212) og som bogen her viser, er det er frugtbart både at undersøge brugerne og den journalistiske praksis. Man skal dog passe på med at sætte causalt lighedstegn mellem populistiske strømninger og det stigende fravær af lokale medier – eller rettere sagt fravær af læsere af de trykte lokale medier. I en digital medievirkelighed kan brugerne opdateres på et hav af platforme og her er lokalmediernes rolle måske netop som curatorer at skære igennem den informations-overload, brugerne oplever, og være til stede og gøre sig relevante på de platforme, hvor brugerne nu engang befinder sig og skabe betalingsmodeller, så denne rolle kan styrkes i en tid, hvor færre og færre læser på print.

Hele bogen kredser omkring forholdet mellem publikum interessen og samfundsopdraget og det er synd, at dette ikke udvikles mere teoretisk, da mange af konklusionerne er et ekko af tidligere forskning i dette modsætningsforhold, der blot nu synes at fremstå i en radikaliseret form som følge af de digitale mediers indbyggede markedslogikker. Det interessante er, at argumenter om, at nye medier kan skabe stemmer i det offentlige rum og at debat på nye platforme eksempelvis kan være et redskab til at mindske afstanden mellem traditionelle medier og folket, jo også afspejler en markeds-mæssig logik – nemlig det, at det handler om at få flere læsere og brugere i den publicistiske butik.

Aske Kammer

Digital journalistik – kort og præcist om medier og kommunikation

København: Samfundslitteratur, 110 s.



Det är vanligt att kurslitteratur för journalistutbildningar är författade av verksamma journalister, eller journalister som sadlat om, och gett sig in på en akademisk bana. Lite ovanligare är det med grundläggande litteratur om journalistik för journalistutbildning, som är skriven av en ren akademiker.

Digital Journalistik av den danske medieforskaren Aske Kammer, är en liten bok som tar ett mycket stort grepp. Här introducerar Kammer läsaren till de senaste decenniernas stora forskningsfrågor inom det journalistiska forskningsfältet – i kondensat. Det finns därför inte en mening som inte fyller en funktion i denna späckade, välskrivna och mycket korta bok. Kortformatet förutsätter dock att man som läsare håller koncentrationen uppe genom hela boken, i stark kontrast till i exempelvis amerikansk kurslitteratur där det ofta förekommer upprepningar, illustrativa exempel och sammanfattande pedagogiska faktarutor som uppmuntrar till ett annat sätt att läsa – där man kan tillåta sig att släppa på koncentrationen och stundtals skumma igenom texten.

Det är därför nästan som att författaren förutsätter att läsaren på förhand känner till vad digital journalistik är och forskningen kring den i stora drag. Kunskapsbidraget för den som läst boken blir istället att följa den röda tråd som tecknas upp i form av den ordning Kammer introducerar centrala begrepp och teoretiska ramar, samt den dignitet han tillskriver dessa. Kanske är detta upplägg dock ett genialiskt sätt att fånga intresset hos den

generation av studenter som växer upp med digital journalistik och aldrig upplevt den för mediebolagen ganska smärtsamma digitaliseringsprocessen under slutet av 1900-talet och början av 2000-talet.

Det är först förvånande att historieskrivningen från analog till digital journalistik näst intill helt har utelämnats i boken. Det gäller framför allt de många stadier av hybridlösningar, där analoga processer alltmer genomsyrats av digitala inslag för att idag landa i näst intill digitala processer med begränsad manuell påverkan. Men, kanske är det mest av gammal vana man längtar efter att få lite mer bakgrund till hur medievärlden blev digital.

Författaren låter i boken primärt danska, norska, brittiska och amerikanska forskare få stå för den normativa beskrivningen av vad digital journalistik har utvecklats till och är idag. Det man går miste om då är de många deskriptiva studier som är tradition inom det till medie- och kommunikationsvetenskap angränsande medietekniska forskningsfältet. Här är studier ofta skrivna i samverkan med medieindustrin och inriktade på att tidigt beskriva processer och teknologier. Sådana studier har exempelvis handlat om flerkanalspublicering, personalisering och ny teknik för mediebranschen av olika slag. För riktigt tidiga studier av detta slag se exempelvis Södergård et al. (1999), Jokela et al. (2001), Appelgren (2004), Hedman et al. (2005), Uskali (2005), Nygren (2008), Hvitfeldt och Nygren (2008), Leckner och Appelgren (2007) och Westlund (2013). Avsaknaden av referenser till forskare som verkar i Sverige och Finland listade ovan, gör därför att boken blir svår-använd för en svensk eller finsk utbildningskontext, men det danska språket sätter förstås

Bokrecensent: **Ester Appelgren**, tekn.dr. i medieteknik, lektor i journalistik, Södertörns högskola.

också en naturlig begränsning här, och det är också förståeligt att rena produktionsstudier valts bort i bokens korta format. Boken tar heller inte nämnvärt upp de näst intill helt automatiserade processer av idag som finns på redaktioner eller de senaste innovativa inslagen av artificiell intelligens i dessa processer (Lindén 2017) samt nya tekniska innovationer som journalister intresserar sig för såsom drönare (Gynnild och Uskali 2018) eller VR. Dessa avgränsningar kan också ha att göra med att boken egentligen inte tar ett så stort grepp som titeln utlovar, utan mer är inriktad på digitala affärsmodeller samt sociala medier och journalistik utifrån primärt institutionell teori.

Stundtals påminns läsaren om att det funnits en "godare tid" för mediebranschen i refererade citat och i bisatser, men det förgångna är alltså inget som Kammer fördjupar. På ett sätt är detta verkligen befriande. Det har varit obligatoriskt att beskriva den medietekniska utvecklingen med start i tryckpressens funktion i samhället, tidiga stadier av dagens internet, och nostalgiska beskrivningar av ett medielandskap där det var fullt acceptabelt att publiken hölls utanför de redaktionella processerna. Vidare får vi inte veta mycket om den period som kännetecknar pappers-tidningarnas begynnande kris och de många aningslösa tekniska satsningar som då såg dagens ljus, för att därefter krascha när IT-bubblans löften om nya affärsmodeller sedan inte införlivades.

Det är djärvt, och på tiden att det analoga inte nödvändigtvis är ett inslag i beskrivningen av det digitala. Men historieberivningen är samtidigt en mycket viktig, för att inte säga nödvändig pusselbit i att förstå det arv som den digitala journalistiken av idag bär med sig, och som format och fortfarande formar dagens redaktionella processer. Här saknar jag därför en mer kritisk reflektion till mediebranschens motsträvighet mot att omfamna den tekniska utvecklingen å ena sidan, och de aningslösa satsningar på nya digitala kanaler, inklusive de negativa effekterna av isomorfism å andra sidan, som kanske lett till att vi idag har medieprodukter som inte blivit fullt opti-

mala, demokratiska eller lönsamma.

Dagens journalister har kanske aldrig behövt vara så tekniskt kunniga som nu. Det här är dock inte en bok om digital journalistik i teknisk bemärkelse. Men i näst intill en McLuhansk anda börjar Kammer med att förklara vad digitalisering av journalistik innebär genom att ta avstamp i att förklara de mest grundläggande byggstenarna i det binära talsystemet. Detta är aningens förvirrande eftersom exempelvis överföringen av analoga tidningssidor till tryckerierna för tryck av papperstidningen sedan årtionden egentligen varit digital på just detta binära sätt, trots att slutprodukten var analog. Här saknas därför några led i resonemanget för att förklara vad det digitala egentligen innebär för journalistiken, dvs den flora av infrastruktur som möjliggör överföring av digitala data, de produktionsprocesser som bygger upp tekniska lösningar på redaktioner, de digitala verktyg som underlättar för produktion, de datakällor som idag allt mer digitaliserats och distributionsvägar till publiken, inklusive återkopplingsvägar till journalisterna. I senare delar av boken beskrivs dock återkopplingsvägar i form av sociala medier och så även den "nya" kuratorsrollen.

Kurslitteratur som den här är oftast skriven för studenter i slutet av sin utbildning som introduktion till forskning vid uppsatsförfattande. Men jag tror – även om det inte konkret nämns – att den här boken skulle passa riktigt bra under den första tiden som student på journalistutbildning. Eftersom bokens inledande avsnitt innehåller få exempel skulle jag då i en undervisningssituation låta studenterna få i uppgift att hitta konkreta exempel på de olika aspekter av digital journalistik som tas upp genom bokens sex fullmatade kapitel. De kunde då få i uppgift att hitta de marknadsmässiga, tekniska men också organisatoriska exempel från redaktionella miljöer som behandlas teoretiskt i boken.

Särskilt väl tror jag att detta skulle funka som litteratur i samband med studenters praktikperioder på redaktioner. På det sättet skulle denna ganska teoretiska bok kunna bli en naturlig del av att knyta samman forskning

och praktik, något som jag uppfattat som en av många ständiga stötttestenar inom journalistutbildning. Det ska dock sägas att lite längre in i boken blir det mer av exempel och det danska medielandskapet får där också ta lite mer plats. Det är just den danska kontexten som för mig utgör den största behållningen av boken och det hade gärna fått ta större utrymme.

Digital journalistik är en läsvärd och mycket välskriven bok, med en oerhört korrekt sammanfattning av den forskning och de studier som refereras. Jag hoppas att boken kommer att utgöra en tillgång på journalistutbildningar som komplement till de många praktiskt inriktade böcker studenterna använder.

Referenser

- Appelgren, Ester (2004). Convergence and Divergence in Media: Different Perspectives. Paper presented at the *ICCC 8th International Conference on Electronic Publishing 2004*, Brasilia, Brazil, pp. 237–248.
- Gynnild, Astrid & Uskali, Turo (2018). Drones, Teaching and the Value of the Explorative Player-Coach, pp. 58–70 in Gynnild, Astrid & Uskali, Turo (eds.) *Responsible Drone Journalism*. London: Routledge.
- Hedman, Lowe; Alström, Börje; Enlund, Nils; Hvitfelt, Håkan & Nygren, Gunnar (2005). Medieutveckling: ett forskningsområde med många ingångar. *Nordicom-Information*, 26(4): 25–41.
- Hvitfelt, Håkan & Nygren, Gunnar (red.) (2008). *På väg mot medievärlden 2020: journalistik, teknik, marknad*. Lund: Studentlitteratur.
- Jokela, Sami; Turpeinen, Marko; Kurki, Teppo; Savia, Eerika & Sulonen, Reijo (2001). The Role of Structured Content in a Personalized News Service, pp. 10–15 in *System Sciences, 2001. Proceedings of the 34th Annual Hawaii International Conference on System Sciences*. Washington: IEEE Computer Society.
- Leckner, Sara & Appelgren, Ester (2007). E-paper News Publishing. *Nordicom Review*, 28(2): 25–50.
- Lindén, Carl-Gustav (2017). Algorithms for Journalism: The Future of News Work. *The Journal of Media Innovations* 4(1): 60–76.
- Nygren, Gunnar (2008). *Nyhetsfabriken: journalistiska yrkesroller i en förändrad medievärld*. Lund: Studentlitteratur.
- Södergård, Caj; Aaltonen, Matti; Hagman, Sari; Hiirsalmi, Mikko; Järvinen, Timo; Kaasinen, Eija; Kinnunen, Timo; Kolari, Juha; Kunnas, Jouko & Tammela, Antti (1999). Integrated Multimedia Publishing: Combining TV and Newspaper Content on Personal Channels. *Computer Networks*, 31(11–16): 1111–1128.
- Uskali, Turo (2005). Paying Attention to Weak Signals – the Key Concept for Innovation Journalism. *Innovation journalism*, 2(11), 19.
- Van Dalen, Arjen (2012). The Algorithms Behind the Headlines: How Machine-Written News Redefines the Core Skills of Human Journalists. *Journalism Practice*, 6(5–6), 648–658.
- Westlund, Oscar (2013). Mobile News: A Review and Model of Journalism in an Age of Mobile Media. *Digital journalism*, 1(1), 6–26.

Ge oss feedback!

Berätta för oss vad du tycker – ge feedback via webbformulären:
<http://nordicom.gu.se/sv/feedback>



Give us feedback!

Tell us what you think – send us feedback via this online form:
<http://nordicom.gu.se/en/feedback>



NORDICOM

Nordiskt Informationscenter för Medie- och Kommunikationsforskning

Göteborgs universitet
Box 713, SE 405 30 Göteborg
Telefon +46 31 786 00 00 • Fax + 46 31 786 46 55

e-post info@nordicom.gu.se

www.nordicom.gu.se



ISBN 978-91-88855-08-4



Nordiska
ministerrådet



GÖTEBORGS UNIVERSITET