

Förord

Den trettonde nordiska konferensen för masskommunikationsforskning ägde rum i Jyväskylä den 9-12 augusti 1997. Vård för konferensen var Föreningen för kommunikationsforskning i Finland (TOY). Drygt 275 forskare från samtliga nordiska länder samlades vid Jyväskylä universitet för att diskutera pågående forskning och forskningsresultat. I konferensen deltog också ett tiotal forskare från de baltiska staterna – Estland, Lettland och Litauen.

Konferensen innefattade plenarsessioner, arbetsgrupper och ett socialt-kulturellt program. Plenarsessionerna hade två teman, dels *teori och metodologi i medieforskningen*, dels *det förändrade medielandskapet – forskning om ny informationsteknologi*. I inbjudan till konferensen presenterades denna inriktning med följande ord:

Under de senaste femton åren har medielandskapet förändrats i ett tempo som inte erfarits tidigare. Rundradiomonopol har brutits i samtliga nordiska länder. Den teknologiska utvecklingen har skapat förutsättningar för en kraftig expansion av kommunikationskapaciteten. Internet är på väg att utvecklas till ett nytt medium som förenar de traditionella tryckta medierna med ljud och bild. Eller vad är det egentligen frågan om?

Frågorna om teori och metodologi tillhör de eviga, men får ytterligare aktualitet av att forskningsobjektet är i rörelse och får nya element. Vad betyder det att det numera också finns ett elektroniskt nät utöver de tryckta medierna och etermedierna? Åtminstone att masskommunikation inte längre är som förr. Men har vi tillräckligt skarpa verktyg för att begripa den nya situationen?

De nordiska konferenserna för masskommunikationsforskning kännetecknas i hög grad av *arbetsgruppernas* sessioner. Papers presenterades och diskuterades i 20 olika arbetsgrupper:

- | | |
|---|---|
| 1. Mediepedagogik | 11. Massmediernas struktur och ekonomi |
| 2. Lokala och regionala medier | 12. Historisk massmedieforskning |
| 3. Bilden i medierna – verklighet och bildspråk | 13. Medierad interpersonell kommunikation |
| 4. Reception och publikstudier | 14. Massemediernas virkelighedsbillede – realismens æstetik |
| 5. Mediernes konstruktion af køn | 15. Politisk kommunikation i Norden |
| 6. Barn, unge og medier | 16. Multimedia og ny medieteknologi |
| 7. Public Relations | 17. Public service i forandring |
| 8. Markedskommunikation: information og æstetik | 18. Medier og global kultur |
| 9. Mediernas språk och retorik | 19. Journalistikforskning och journalistikkritik |
| 10. Populärkultur | 20. Nyhedsformidlingens sociologi og æstetik |

Detta nummer av *Nordicom-Information* innehåller samtliga plenumanföranden samt redovisning av presenterade papers med abstracts. I ett specialnummer av *Nordicom Review* har ett antal av de papers som diskuterades på konferensen omarbetats till artiklar för publicering på engelska i syfte att visa på den nordiska medieforskningens bredd och fördjupning.

De nordiska konferenserna för medie- och kommunikationsforskning är mycket viktiga för utvecklingen av ämnet i de enskilda länderna. Ansvaret för genomförandet av dessa konferenser är tredelat. Överordnade frågor som konferenstema, plenumtalare, arbetsgrupper, samt deltagaravgift behandlas av en nordisk arbetsgrupp som denna gång bestod av Raimo Salokangas och Marianna Ruokonen, båda verksamma vid Universitetet i Jyväskylä samt Henrika Zilliacus-Tikkanen från Svenska Social- och Kommunalhögskolan vid Helsingfors universitet, Henrik Søndergaard, Köpenhamns universitet, Ove Solum, Universitetet i Oslo, Thorbjörn Broddason, Islands universitet, Lars-Åke Engblom, Högskolan i Jönköping och Ulla Carlsson, Nordicom. Det är de nationella forskarföreningarna som utser representanterna i denna grupp. TOY, Föreningen för kommunikationsforskning i Finland, var ansvarig på nationell nivå för arrangemangen medan genomförandet av konferensen låg på en särskild organisationskommitté bestående av Raimo Salokangas, Marianna Ruokonen och Pirjo-Leena Pitkänen. Ett stort tack riktas till denna grupp för en i alla avseenden lyckad konferens.

Värd för nästa nordiska konferens, den fjortonde i ordningen, är FSMK (Föreningen för Svensk Medie- och Kommunikationsforskning) och den äger rum på Nordiska Folkhögskolan i Kungälv den 14-17 augusti, 1999.

Göteborg i maj 1998

Ulla Carlsson
Nordicom

Finns det kommunikationsforskning?

ULLAMAIJA KIVIKURU

Finns det kommunikationsforskning? Om den finns, är den värd att underhållas och utvecklas? Har den någonting speciellt att säga? *The old big boys* funderade på saken för 30-40 år sedan, men numera finns det inte så många frivilliga på det här området. Från Bernard Berelson fick vi då *väg-sändemetaforen*, från Wilbur Schramm *väggkorsningsmetaforen*.

Berelson höll 1959 ett ”griftetal” över kommunikationsforskningen. Han påstod, att kommunikationsforskningens tid var över. Det fanns enligt honom fyra olika riktningar: Lasswells politikorientation, Lazarsfelds survey, Lewins smågruppsforskning och Hovlands experimenterande. Enligt Berelson var Lazarsfeld den enda som kunde betraktas som en riktig kommunikationsforskare, men också hans riktning hade vetenskapligt kommit till en vägsände i 15-20 år. Det var slut med allt, sade Berelson och flyttade själv över till befolkningsforskning.

Enligt Schramm sitter alla kommunikationsforskare i en väggkorsning, där vägarna går från socialvetenskap till humaniora, från teknik till juridik osv. Några stannar i korsningen, många fortsätter åt en eller annan riktning. De som stannar kan betraktas som kommunikationsforskare, men det finns inte bara ett enda slag av kommunikationsforskning. Det finns talrika möjligheter.

Berelson var alltså pessimist, Schramm optimist som ansåg, att mångfalden ger utrymme för fräscha idéer.

Trots att jag har valt en litet Berelson-inspirerad rubrik idag, menar jag att idealet ligger åt Schramms håll, om man talar generellt. Ändå känns det ganska konstigt att karakterisera dagens

kommunikationsforskning i Norden. Mina kommentarer baserar sig huvudsakligen på den finska forskningen, det bör väl konstateras här, i rättvisans namn.

Omstridd brukade kommunikationsforskningen vara på 70-talet, men det är den inte mera – har någon nyligen hört två kommunikationsforskare bråka, muntligt eller skriftligt? Omfångsrik har man sagt att den nutida kommunikationsforskningen är, och det är väl sant, om man talar om temata. Ändå påstår jag, att den nutida kommunikationsforskningen snarare är konformistisk och minimalistisk än mångsidig. Det finns nog många områden inom forskningen, men den grundlägganden ideologin är likadan inom praktiskt taget alla.

Hur har vi kunnat utveckla en sådan konformism?

Först har vi skapat oss en bekväm *åskådarroll*. Vi är inte aktörer, vi bara observerar. Vi är nonchalanta, vi är akademiker. Ändå vill vi forska i vad vi anser vara centralt – vetenskapen måste lämnas fri. För det mesta brukar vi fokusera på tv-tittandet.

Men är det inte forskningens roll att analysera väsentliga fenomen i samhället – att analysera, värdera och systematisera dessa fenomen? Det kan vi knappast säga att vi gör. Vi är nej-sägare nuförtiden. Vi undviker tillämpad forskning. Vi vill inte ha kvantitativ mätning, vi vill inte ha policyorientering, vi vill inte ha opinionsmätning. Vi vill välja själva. Sedan säger vi, att vi har valt människornas vardag som tema, men den vardagen är nog ofta en artificiell konstruktion, skraddad enligt våra behov. Det märkvärdiga i den vardagen är att

kommunikationen har en så central roll. Vem har sagt, att saken är så? Visst tillbringar människorna mycket tid med medierna, men intensiteten i deras liv kan ändå ligga på helt annat håll. Vi vet det inte, för vi koncentrerar oss bara på mediaprat och några enstaka observationer, som vi brukar kalla mediaetnografi. Vi har skämtat om den kvantitativa forskningens procental och tomheten bakom dem, men hur mycker mera vet vi själva om en modern människas liv på det hela taget?

Just nu kunde en grundläggande uppgift för kommunikationsforskningen vara att försöka skingra mystiken och euforin kring kommunikationen. I stället för att ta upp sådana grundläggande frågor tycker vi om att syssla med moderna, sofistikerade specialfrågor, som tv-tittandet. Tidigare var det djärvt att forska i underhållning och inte i nyheter, nu är vi djärva allesammans och nästan ingen granskar nyheter längre. Samtidigt vill vi understryka vår disciplins särart. Vi har någonting som de andra inte har, trots att det är svårt att precisera vad det är. Så i stället för att skingra kommunikationsmystiken så ökar vi den och utnyttjar i själva verket dess popularitet.

Vi kan väl ogiltigförklara Berelsons argumentation med höga publikationssiffror, som dessutom ökar varje år. Det går inte att ta lika lätt på Schramms uppmaning till mångsidighet och fräsch tänkande. Schramm kan väl betraktas som en överoptimistisk, naiv empiriker, men ändå gör han oss lite besvärade till mods. Kan vi säga, att vi har utnyttjat alla de möjligheter som vi har i den här kommunikationsorienterade världen?

En elaksinnad utomstående kunde gå rakt på sak. Den berömda nordiska kommunikationsforskningen är väl riklig, metodiskt elegant och påläst, men tråkig, anemisk och benägen till upprepning. Vi medverkar i en process, som drar kommunikationsforskningen i en riktning som får oss att preferera irrelevans och trivialitet. Det finns alltid undantag förstås. Nu har böjelsen för politisk korrekthet vuxit sig så stark, att den hotar att förlama tänkandet, beläsenheten och metodiken.

En annan källa till konformism är, att vi *satsar på metoderna på bekostnad av tänkandet* eller teorin, hur man nu vill uttrycka det.

Man har sagt, att kommunikationsforskningen har skiftat över från samhällsorientering till humanistisk orientering. Har detta faktiskt hänt? Kommunikationsforskningen har visserligen bytt ut kvantitativa metoder och fraser mot kvalitativa metoder och fraser – retoriken har förändrats, men om man har nått fram till humanismen det är jag inte så säker på. Eklekticism kanske? Som uppkom-

lingar är vi säkra på, att vi kan plocka ut ett par fascinerande begrepp från den humanistiska traditionen och använda dem som vi vill utan att ta hänsyn till den långa historia som dessa begrepp har vuxit fram i.

Vi har igen byggt upp en artificiell konstruktion som vi har kallat humanistisk orientering, trots att vi bara har plockat ett par bär i litteraturvetenskapens och lingvistikens trädgårdar. Den rika humanistiska traditionen känner vi knappast alls. Man kan nog säga, att inte en enda gång tidigare har den nordiska kommunikationsforskningen varit så mångsidig i sina metoder som idag. Men ändå måste man väl också erkänna, att vi ju lever i kulturforskningens och textanalysens tidevarv. Väckorsningen existerar, men dissidenterna placeras nog långt ute på väggkanten, fjärran från själva korsningen.

Om man talar om teori och metoder, måste man ju ta världen med – objektet för vår forskning. Det är väl bäst att inte använda begreppet ”verklighet”, annars blir det en omgång till i objektivitetsdebatten, som man begravnade för 10 år sedan. Själva saken var både viktig och intressant, men debatten blev nog trist. Kanske är det så, att vi i Norden inte har tillräckligt leklynn och det är därför som en akademisk debatt lätt blir en tjugit legitimitetsfråga?

Ärligt sagt är jag mera bekymrad över att vi förlorar kontakten med vårt objekt än över om vi kan forma en harmonisk relation mellan teorin och metoden i vår forskning. Det är väl världen och dess fenomen som skulle erbjuda utgångspunkten för forskningen, teorierna existerar och utvecklas för att hjälpa oss att förstå dessa fenomen. Metoderna är medel att samla och analysera materialet. I bra forskning integreras teorin och metoden, vare sig forskningen är kvalitativ eller kvantitativ. Vi har exempel på detta. Men i en idealisk situation växer väl alla ihop: forskningsobjektet, teorin och metoden. Det har vi inte många exempel på och om vi har, så är de av ministörlek. Det är förstås berättigat att studera också ”små” teman och områden, men tendensen i kommunikationsforskningen tycks vara, att vi opererar enbart i miniatyrformat. Ändå har väl världen och dess fenomen inte förändrat storleksskala, eller hur?

En tredje källa till konformismen är, att vi *brukar läsa samma böcker*. Och trots all retorik om ”nätet” är vi ännu ganska konservativa med källorna också.

Vi i kommunikationsforskningen är ytterst tidsmedvetna; jag påstår, att vi följer trenderna mera noga än forskarna i allmänhet. Våra arbetsvanor är

ytterst rutinbaserade. Först tar vi vår gamla expertis, sedan ett par så kallade klassiker och ett dussin ”moderna”, politiskt korrekta, mestadels utländska referenser. Vi formar våra teoretiska ramar av dessa välkända ingredienser. Kunskapens värld är hypertextualiserad och globaliserad, det finns olika nätverk att hoppa i, det finns intressanta latenta aktörer bakom all den sillsallad, som Internet serverar oss direkt. Så trots att vetenskapsbiblioteken brukar vara fattigare än någonsin tidigare, finns det mera möjligheter för professionella forskare än någonsin tidigare att välja litteratur. Men ärligt sagt är vi antingen konservativa eller blåögda i vårt förhållande till litteratur och via den till, teorierna. Vi väljer mestadels samma referenser som alla andra eller som vi har valt tidigare. Vi talar mycket om nätet, men vi använder dess möjligheter med liten måtta.

En intressant detalj karakteriserar åtminstone den finska forskningen numera. Vi har blivit ytterst konformistiska och legalistiska i vår ”utrikespolitik”. Habermas och Luhmann har blivit moderna, för deras verk har översatts till engelska och diskuteras i den angloamerikanska världen just nu. Bara vi lite mognare kommer ihåg, att man diskuterade Habermas redan på 1970-talet. Man brukade läsa hans texter på tyska eller svenska. Någon gång svettades även andra än Tarmo Malmberg med franska texter, då man hade läst eller hört någonting spännande i den vägen. Nu fungerar engelskan som det enda legitimationsfiltret för litteratur. Det är väl bra, att vi ändå läser vår Habermas, Foucault och någon gång även Martín-Barbero. Men nog är det synd, att vi gör det via engelskan. För texten förlorar så mycket i översättningsprocessen – det vet ju vi som använder främmande språk regelbundet i vårt arbete.

Numera tar man gärna distans till amerikansk litteratur också, om det bara är möjligt; den brittiska har gällt som den bäst lämpande under de sista 10-15 åren. Britterna producerar intressanta böcker – men inte bara de. Speciellt i USA har man brukat beundra nordiska forskare, för de har ansetts ha läst så mycket och så mångsidigt. Numera känner vi ju inte ens till forskningen i de andra nordiska länderna.

Amerikaner brukar säga, att de inte har någon åsikt om en sak, för att de inte har hunnit läsa veckans *Times* ännu. Gör vi inte samma sak nu? Är vi inte inne i en process av djup, indirekt anglo-amerikanisering? Är vi faktiskt bättre än Wilbur Schramm, som menade, att alla samhällen till slut ser ut som de västerländska? Vi här i den nordiska periferin borde vara känsliga för all slags domi-

nans, men vi har medvetet valt konformismen med den angloamerikanska uttolkningen av livet och samhället.

Enspråkigheten gäller alltså inte bara språk utan också legitimation. Om man vill vara elak, kunde man väl kalla detta mental lättja eller åtminstone överdriven försiktighet. För att bli godkänd i granskningen måste författaren vara på något sätt känd på i förhand, förläggaren likaså. Man är inte upplagd för några vilda läsäventyr. Det är väl därför som så få som har haft intresse att söka upp Martín-Barberos fascinerande bok. Allt detta har troligen mycket att göra med, att forskarna numera arbetar på specialiserade projekt med presade tidtabeller. Om man alltid har bråttom och mycket specifika krav att fylla, glömmar man väl lätt bort vardagsdjävheten och glädjen över överraskningar.

Allt detta är synd därför att så mycket intressant och spännande sätts åt sidan, och samtidigt är man beredd att acceptera mycket upprepning. När har du sist läst en bok av en icke-europeisk och icke-amerikansk författare?

Ännu en annan källa till konformismen är att vi försöker undvika samhälls- och moralfrågorna alltid då det är möjligt – och även då det är omöjligt.

Världen och människorna som lever i denna värld är samtidigt globaliserade, lokaliserade och glokaliserade – de använder ”juppi-nalle”, Internet och transnationell television, men ändå bor de konkret på ett ställe, besöker sina vänner, äter potatis och köper kläder som förr. Arjun Appadurai talar om fem olika landskap, som formar en modern människas mentala omgivning: *mediascape, ideoscape, etnoscape, financescape* och *technoscape*. En så komplicerad människa är en gående utmaning för en forskare. Men vad gör en kommunikationsforskare? Tittar på tv-tittandet. Igen en jämförelse med journalistiken: vi säger ofta, att journalister splittrar fenomen i sin rapportering, men vad gör vi då, i forskningsfrihetens namn?

Jag kommer väl ihåg den dagen för ett par år sedan, då en journalist ringde mig och frågade, hurudana studier man inom kommunikationsforskningen hade gjort om arbetslösheten. Jag kollade listorna och måste medge, att det fanns en pro gradu i statslära och en forskningsplan, utförda i Tammerfors – i ett land där man hade mera än en halv miljon arbetslösa! ”Ni skäms väl ändå?” sade han torrt och skrev en ganska sarkastisk artikel – lyckligtvis på svenska. Vi kommunikationsforskare klagar gärna över journalister som inte förstår, att det tar sin tid att analysera och forska ett fenomen. Då slutrapporten om ett storprojekt äntligen är färdig,

är inte en enda journalist intresserad av den... Kritiken är berättigad, men ärligt sagt måste man medge, att journalisternas förmåga att värdera saker inte alltid är helt befängd. De har sin värdeanarki ibland, men det har också vi.

Man kan alltid säga, att Finlands Akademi eller forskningsrådet eller vad de nu kan heta i olika länder ger inte så lätt pengar för kommunikationsforskning. Man måste ju välja sådana teman som säljer och forska i det som man har kunnat skaffa pengar för. Men ärligt sagt ligger väl orsaken djupare. Det är inte modernt på 1990-talet att ta upp stora samhällsfrågor utom EU – identiteterna är det mest samhällseliga som man kan tänka sig att gripa tag i. Politiska och normativa frågor har ingen plats på vår agenda. Det här är kanske en återbetalning för 70-talet, men det är nog ganska intressant, att man utomlands ännu ganska ofta hör talas om den ”starka nordiska traditionen i kommunikationspolitik och mediaetik”. Var finns den och hur mår den?

Ännu en källa till konformism är, att *vi medvetet undviker diskussion och debatt. Därför börjar vi alltid på nytt* och uppfinner hjulen igen – *the hard way*.

Det kunde kanske så småningom vara tid att erkänna, att det finns kontroversiella faser, värda att diskutera, i den nordiska kommunikationsforskningens historia. Vi lever starkt i nuet och har en barnslig tendens att förneka allt som inte passar in i den aktuella bilden. Det är väl därför kurvorna i kommunikationsforskningen är så skarpa. Vi börjar alltid på nytt – alldeles från början utan att utnyttja vad vi eller våra kolleger har lärt oss under de föregående skedena. Det är därför också så, att vår relation till både teorierna och metoderna förblir ytlig – och det tycker jag är sant. I litteraturforskningen pågår just nu i flera länder en diskussion – kanske kunde man kalla den även strid i vissa länder – om kulturforskningens roll vis à vis äldre traditioner inom litteraturvetenskapen. Jag är säker på, att sådant inte kommer att hända i kommunikationsforskningen – då tiden är mogen, kastar vi bara bort kulturforskningen och plockar upp en ny trend.

Tidigare var kotteirerna inom kommunikationsforskningen mera avgränsade och enklare att förstå: vi hade ju ofta strider mellan teori och praktik, mellan de som forskade akademiskt och de som undervisade och kanske utförde lite tillämpad forskning om mediaproduktion och praxis. Praktikerna visste inte mycket om kommunikationsteorier – inte i alla fall om de teorier som vi på den mera akademiska sidan respekterade, men de hade mediaproduktionen på sin sida. Vi kunde inte svepa bort dem, men vi har heller aldrig på allvar

utnyttjat länken till media- och publicitetspraxis. Denna länk till praxis är ju en sak som gör oss unika, jämfört med till exempel sociologi eller politologi. Det är tragiskt, att vi är ihopkopplade med en spännande offentlighetsapparat, men vi har nått och sämst kunnat tolerera den, inte sett den som en utmaning. Vi har glatt utnyttjat de forskningsmöjligheter som mediafältet har erbjudit, men speciellt på 90-talet har vi känt oss besvärade av länken till praxis. Teori och praktik har gått parallellt, men de har mötts ytterst sällan.

Numera har den praktiska sidan blivit mycket mera synbar, och praktikerna slår oss med sin specialkunskap, som vi inte alls behärskar. Vi har ännu mindre möjligheter att nonchalera dem. Situationen har också blivit komplicerad på så sätt, att en del av specialisterna i kommunikationsteknologi är intresserade av samhälls- och kommunikationsteorierna – men intressena sammanfaller återigen inte med våra, för vi koncentrerar ju oss på textanalys. Vi har nog utvecklat en avancerad retorik om informationssamhället, men ingen vet faktiskt vad det riktigt betyder. Förstås accepterar vi med glädje stipendier och forskartjänster, om sådana erbjuds, men inte kan väl en kommunikationsforskare göra mycket i ett projekt med 10 ingenjörer? Vi har förklaringarna färdiga, men hur är det med moralen? Jag är säker på att hjulen blir uppfunna på nytt flera gånger i sådana processer.

Vad gör herrarna Schramm och Berelson egentligen i den här berättelsen?

Ärligt sagt fungerar de bara som metaforer här – eller inte helt och hållet ändå. Jag är inte enig med det mesta de säger, inte alls. De skrev dåligt och ytligt, de hade egendomliga politiska åsikter. Men de hade någonting som vi saknar: de hade djärvhet att ställa stora frågor. Vi för vår del försöker undvika sådana frågor, ofta i professionalismens namn. Inte kan väl en professionell, specialiserad forskare vara allvetare? De stora frågorna varierar med tiden. På Berelsons och Schramms tid var det viktigt att fråga, om det fanns kommunikationsforskning och hurudan den skulle vara, för kommunikationsforskningen var någonting nytt och herrarna kände att det var viktigt att försöka definiera den. Nu måste man formulera frågorna på andra sätt. Men det är igen dags för stora frågor om existens, relevans, samhälle och kultur. Annars är faran nära, att vi trivialiserar ihjäl oss.

Nå, finns det kommunikationsforskning? Har vi någonting som någon annan inte har? Första frågan är lätt: visst finns det. Den andra frågan är ytterst

komplikerad, mycket svårare än Schramm tänkte. Vi har inte ännu funnit essensen. Mitten av vägkorsningen står tom, men det är trängsel i första raden. Man diskuterade igår om *how* and *why* problematiken. Frågan är viktig, trots att för mig är "hur" och "varför" knutna tillsammans; man kan inte diskutera den ena utan den andra. Den mest tragiska i den här frågan är, att vi brukar söka material för frågan *how*, men vi tror att vi har sysslat med *why* också. Vi är inte ärliga. Kan vi inte, eller har vi inte kurage?

Är det då bara allvetare, något slags moderna Leonardo da Vincis som är goda nog för mig i det här skedet? Inte alls. Schramms vägkorsningsmetafor är nyttig här – trots att jag respekterar Berelsons passion. Han måste ha tyckt mycket om kommunikationsforskningen för att senare kunna hata den så häftigt. Sådan passion saknas i kommunikationsforskningen numera.

Vad jag föreslår är vettiga forskningsenheter, djärvhet, ärlighet, beläsenhet, sunt förnuft, tid och stora projekt. Men projekt är väl vad man håller på med nuförtiden, mer och mer därför att det är så svårt att få pengar loss för individuella planer? Men vad är våra projekt egentligen? Hopsummerade individuella forskningsplaner, som mer eller mindre konstlat satts under en gemensam rubrik? I "mina" projekt skulle medlemmarna samarbeta på djupet och dialektiskt, teoretikerna, empirikerna och praktikerna tillsammans för ett gemensamt mål. På så sätt kunde de med tiden producera någonting som ingen av dem kunde uppnå ensam. Så farväl till individualismen. Kanske är jag för idealistisk ändå? Vi är ju i hög grad individualister. Var och en går sin egen väg – trots att vi råker sitta i samma kanot och paddla med samma professionella fraseologi och samma referenser.

Medier, kommunikation och social kritik

JAN EKECRANTZ

Kris igen?

Mediernas betydelse ökar på alla plan – därom kan vi förmodligen vara ense. Samma ökade betydelse gäller däremot inte för den forskning som ägnar sig åt detta fenomenen, medie- och kommunikationsvetenskapen – ett mer kontroversiellt påstående, förmodar jag. Jag menar emellertid att det här forskningsfältet är på väg att marginaliseras. Kanske gäller detta mer i Sverige än i övriga nordiska länder. Marginaliseringen gäller både i förhållande till övriga samhällsvetenskapliga och humanistiska discipliner och till den samtida samhälls- och kulturkritiken. Vårt genomslag på dessa områden är ringa, men förklaringarna kan skilja sig åt. I det förra fallet kan orsaken vara att ämnet institutionaliserats inom universitetssystemet med viss avskärmning som ofrånkomlig följd. I det andra fallet, fjärmandet från samhälls- och kulturdebatten, kan problemet bero på en tilltagande brist på verklighetsförankring, en missanpassning i förhållande till den historiska verkligheten, t ex teknologiutvecklingen, transnationaliseringen och den nya världs(o)ordningen. I takt med att medierna fortlöpande integreras, eller intervenerar, i samhällslivet i övrigt sker en specialisering eller inre segregation inom forskningsfältet.

Man kan diskutera det här fältets ställning i förhållande till andra intellektuella fält, eller ta upp frågan om forskningens relation till sitt eget forskningsobjekt, medierna och deras producenter och konsumenter. Det är naturligtvis komplicerade vetenskapssociologiska frågor, som dessutom hänger ihop. Jag ska här begränsa mig till läget inom fältet såsom jag uppfattar det från min horisont. Ämnets

relativa betydelselöshet (relativt mediernas roll i samhället) har också att göra med dess *inre organisation* och därav betingade *tankefigurer*. Det finns onekligen en tendens till inre likriktning som inte står medierna efter, vilket ofta medför stelbenta och ofruktbara, ofta undertryckta polariseringar. Kanske är likriktningen ett desperat försök att åstadkomma en viss harmonisering inom ett fält som klyvt sig själv på flera led: i samhällsvetenskap och humaniora, i medier och kommunikation respektive journalistikforskning, osv. Sådana här uppdelningar och de *dualismer* som de förstärker kan fylla vissa funktioner i institutionernas inre liv, men också bidra till att medie- och kommunikationsforskningen fått en undanskymd roll i offentligheten och på den akademiska scenen.

Institutionaliseringen av disciplinen tycks ha lett till minskad öppenhet i förhållande till de tidigare "moderdisciplinerna". Ännu så länge sker en viss import av tankegods via studenter, doktorander och lärare som kommer från andra ämnen. Den andra sidan av saken är att vi inte heller sätter spår i angränsande discipliners teori- och metodutveckling. Det som sker i verkligheten är ju att medierna omdanar de andra disciplinernas traditionella forskningsobjekt, utan att dessa själva alltid har märkt det. Medierna har förändrat, inte bara de yttre formerna för den politiska opinionsbildningen, utan "politiken" som sådan; de har förändrat kultururs och subkultururs rumsliga organisering; de olika nya, interaktiva kommunikationsformerna har gett begreppet social interaktion ett nytt innehåll och de har också givit begrepp som "källor", "dokument" eller t o m "text" nya innebörder. Trots detta har inte medie- och kommunikationsforsk-

ningen förmått sätta märkbara spår i statsvetenskapens, antropologins, sociologins eller historievetenskapernas teoretiska korpus eller begreppsapparater. Mediernas mer vidsträckta sociala implikationer motsvaras alltså inte av att forskningsfältet utvidgats. Vad beror det på? Sysslar inte vi heller med sådana centrala problem, utan låter dem falla mellan alla bord för att vi själva föredrar att specialisera oss till döds – samtidigt som medierna fortlöpande integreras i samhället?

Jag skulle vilja argumentera för nödvändigheten av en öppen disciplin, men med ett distinkt forskningsobjekt och en teoretisk kärna (eller flera), som vill och kan ha en fruktbar dialog på lika villkor med andra discipliner. Det innebär en situation där den tvärvetenskapliga aktiviteten sker i samarbete med andra discipliner/institutioner. Men det fungerar knappast om tvärvetenskapandets alla barnsjukdomar grasserar inom de egna institutionerna, med allt vad det innebär av prestigekamp, revirstrider och ömsesidig misstänksamhet.

Jag utgår alltså från den premissen att forskningshorisonter och grundläggande tankefigurer inom dessa horisonter betingas av de sätt på vilka det vetenskapliga fältet är organiserat, dess interna uppdelningar, relationerna till andra fält osv. Horisonter och tankefigurer kan förstenas när fältet institutionaliseras och inlemmas i de akademiska strukturerna och detta på ett sådant sätt att yttre influenser, från andra fält eller från omvärlden i stort, motstås och i varje fall inte i första taget vinner inträde till fältet eller tillåts påverka konstruktionen av forskningsobjektet.

”Tvärvetenskapliga” institutioner går inte automatiskt fria från sådana tendenser. Det finns alltid en risk att de förhandenvarande kommunikationsmodellerna, t ex, utarbetade i en viss historisk situation, inte på ett adekvat sätt kan fånga in och tolka det som sker i en annan (läs postkolonial, postkommunistisk etc.) situation. John Downing har i sin *Internationalizing Media Theory*, argumenterat på liknande sätt när han där testat de traditionella masskommunikationsteorierna på den aktuella situationen i Östeuropa och Ryssland.

Teorier reflekterar emellertid nu inte bara sina egna organisatoriska förutsättningar. Jag tänker i första hand på det rådande fakultetssystemet med dess indelning i humaniora och samhällsvetenskap. Historiska skeenden kan också – trots förekommande intellektuellt motstånd – tvinga sig själva på det akademiska samhället. Trycket mot tvärvetenskapliga arbetssätt, liksom de enorma svårigheter som dessa alltid ställs inför, är indikationer på detta.

Jag ska närmast tala om *fältet*, dess gränser och, i synnerhet, dess inre organisation. Det leder över till förhållandet mellan *de två kulturerna* – humaniora och samhällsvetenskap – och de *dualismer* som bidrar till att upprätthålla och legitimera åtskillnaden. Text och Kontext är dessa dualismers regelskepp. De motiverar en inventering av *motstrategier* i form av olika försök att överbrygga eller förneka den strikt tudelade verkligheten. Dessa representerar de enda möjligheterna att ge medie- och kommunikationsvetenskapen en betydelse som står i bättre proportion till den medierade kommunikationens roll i senmoderna samhällen.

Ett akademiskt fält?

Det ligger i sakens natur att den institutionella organisationen till stor del bestämmer de intellektuella horisonterna och hur forskningsproblemen formuleras. Vi kan ta vår utgångspunkt i de varierande slagen av benämningar på tidskrifter inom området. Vi har t ex *Media, Culture & Society*, *Theory, Culture & Society*, *Discourse & Society* (*Theory & Society*, *Time & Society*...) Alltid detta ”&” i Europa. Ett undantag, det finns naturligtvis flera, är *European Journal of Communication*. I USA finns *Journal of Communication*, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, *Journal of Communication Inquiry*, *Critical Studies in Mass Communication*, m fl. De europeiska exemplen antyder en upptagenhet med kontexter, behändigt ihopbuntade under rubriken ”Samhället”. Vi kan också konstatera att nordiska tidskrifter har namn som *Mediekultur* (Danmark), *Tiedotustutkimus* (Finland) och *Norsk medietidskrift*. Sverige är inte på banan för vi har ingen tidskrift alls, om man bortser från den journalistiska produkten *Makt & Media*.

Går man till tidskrifternas egna policyförklaringar, eller till det faktiska innehållet, finner man sällan någon balans på så sätt att fenomenet ”samhället” eller begreppet ”kontext” ägnas lika mycket teoretisk möda, vare sig i de enskilda artiklarna eller i helheten. Men det är ändå en redaktionell markering. Hur ska man då tolka eller förklara den här skillnaden mellan, om inte mellan europeisk och amerikansk forskningskultur, så ändå mellan olika sätt att i tidskriftsnamn identifiera och definiera forskningsfält? ”Och”-et måste ju betyda någonting. Det finns ju t ex inga tidskrifter som heter *Medier eller Samhälle*, *Journalistik eller Kultur*, osv, signalerande att man får skriva om det ena *eller* om det andra. Jag ska kort

inrikta mig på detta *och*, varför det finns, vad det gör och vilka forskningsstrategier det symboliserar, eller ointetgör, och vilka alternativa strategier som kan tänkas.

Man kan förvisso ta bort *och*-et (och t ex ersätta det med ett ”/” som i Foucaults: makt/kunskap), man kan införa flera *och* och därmed lösa upp dikotomin (eller skapa flera), man kan ersätta det med *både/och* eller *antingen/eller*, allt representerande fundamentala vetenskapsfilosofiska förhållningssätt inom kommunikationsforskningen. De flesta kända, mer eller mindre aktuella -ismer och -iker kan betraktas som en sådan strategi. *Och*-et, med sina substitut, definierar det vetenskapliga fältet: medier *och* samhälle, språk *och* samhälle, makt *och* medier, osv. Det är ett *och* som både förenar och skapar de distinkta och åtskilda fenomen som därför måste förenas.

En annan vanlig variant är *som*-teserna: språket *som* samhälle, samhället *som* språk, och andra sådana identitetspåståenden. Vidare har vi *i*-modellen, som utgår från en inneslutningslogik: medierna *i* samhället, journalistiken *i* folkhemmet, kommunikation *i* organisationer, osv). ”*Och*”, ”*eller*” och ”*i*” är små ord som avslöjar en hel del om hur vi valt att konstruera vårt (våra olika) forskningsobjekt.

Varför är vi just inom kommunikationsvetenskapen så upptagna av, stundtals helt fixerade vid ”text och kontext” och besläktade distinktioner? Det hänger rimligtvis samman med att vi importerat hela den akademiska fakultetsorganisationen och placerat den mitt i den här ”disciplinens” fält: humaniora och samhällsvetenskap i första hand. Universitetsinstitutionerna i Norden har hamnat än inom den ena, än inom den andra fakulteten, ibland hör olika delar av institutionen till olika fakulteter, ibland huserar ämnet inom en annan institution och då kanske utan att ha egen institutionsstatus. De organisatoriska ramarna, i samspel med tidsandans svängningar, privilegierar antingen Texten eller Kontexten, men kanske aldrig själva *relationen* mellan dessa storheter.

Varje strategi för att hantera text/kontextproblematiken är samtidigt en strategi i förhållande till de organisatoriska – ytterst politiska – förhållanden som genererat och genererar de förledande förenklarna. Vi hamnar alltför lätt i de olika *reduktionismerna* som t ex John B. Thompson tagit upp: textualismen respektive sociologismen, representerande det ”internalistiska” respektive ”externalistiska” misstaget. Dikotomin leder till en systematisk eliminering av sådana perspektiv som implicerar ett underkännande av själva dualismen. ”Text och

kontext” betyder alltså i praktiken ”text *eller* kontext”. Det är en fråga om två kulturer vilkas samexistensmöjligheter inom ett och samma fält grovt överskattats.

Jag har avsiktlig spetsat till den här eländes-skildringen som en motvikt mot alltför idealistiska högtidstal om samarbete över olika gränser. I Sverige är man nog ofta benägen att se tvärvetenskap mer som ett byråkratiskt samordningsprojekt (utan konsekvenser för det som samordnas) än som ett intellektuellt äventyr, ett projekt med helt oförutsägbara slutresultat.

Två kulturer?

Man talar alltid från en bestämd plats och innan vi går vidare ska jag därför säga något om den materiellstruktur som utgör den aktuella basen för de metateoretiska reflektionerna. Det är en miljö i vilken jag själv varit relativt gynnad anslagsmässigt m.m. så det är ingen rönnbärsfilosofi det handlar om. Men den har givit insikter på gott och ont om den avgrund som kan skilja samhällsvetenskap och humaniora åt – en avgrund som jag alltså hävdar är generellt underskattad. Min redogörelse är hårdragen, precis som verkligheten ibland kan vara det.

Vid Stockholms universitet bildades Institutionen för journalistik, medier och kommunikation (JMK) genom en sammanslagning av journalistutbildningen (som från början inte hade någon fakultetsanknytning alls eftersom det inte var en universitetsutbildning), ämnet Informationskunskap och Centrum för masskommunikationsforskning. Den nya skapelsen kom mer eller mindre genom tillfälligheternas spel att tillhöra den humanistiska fakulteten, vilket fick en del praktiska konsekvenser för de inblandade. Samhällsvetarna fick skriva ansökningar om fakultetsanslag, utbildningsplaner osv med språk- och konstvetare inom fakultetsorganen som målgrupp. För samhällsvetarna blev det nära projektsamarbetet med språk- och litteraturvetare till en lärorik kulturkollision.

Men nu började också problemen, tvärvetenskapens alla kända problem och några till. Det rörde sig ju inte om två eller flera discipliner vilka som helst, utan om ämnen på ömse sidor av en kanske oöverstiglig hundraårig fakultetsmur som åtskiljer två epistemologiska, kunskapsteoretiska, metodologiska osv. världar. Två kulturer där t o m de vardagliga rutinerna är olika, eftersom de bygger på vitt skilda sätt att se på vad forskning är över huvud taget. Det visar sig redan i triviala saker som hur man utformar referenser, formulerar

forskningsproblem, om man nu alls gör det, och mycket annat. Vi menar ofta helt olika saker med "teori", "metod", "empiri" osv. Det som för några bara kan vara bra eller dåliga "källor" (för något annat) är för andra intressant i sig som diskursiv handling. Resultatet kunde med tiden bli ett ömsesidigt ointresse.

I en sådan struktur inställer sig alla möjliga svårigheter också för de administrativa organen. T ex i samband med det påtvingade rangordnandet av doktorander med vitt skilda typer av vetenskaplig meritering – mellan personer för vilka skrivandet är att rapportera om utförd forskning och sådana för vilka själva skrivandet är en viktig del av forskningen. Den ena gruppen underskattar och den andra överskattar skrivandets karaktär av skapelseakt.

För att visa på att det verkligen handlar om en djup intellektuell vattendelare ska jag formulera ett antal motsatspar som är besläktade med "text/kontext". Utmaningen ligger givetvis i att på ett eller annat sätt överskrida dessa motsatspar, på tvärs mot alla tröga strukturer. Kommunikationsforskningen måste med nödvändighet vara pragmatisk, dvs ägna sig åt komplexa sociala helhetsfenomen, men vi rör oss med distinktioner som som *individ* kontra *samhälle*, *handling* vs. *struktur*, *mikro* står mot *makro*, *medvetande* mot *medier*, eller *psykologi* mot *teknik*, *abstrakt* ställs mot *konkret*, vi rör oss i en *symbolvärld* eller en *materiell* värld, det handlar om *information* alternativt *tvång*, om *diffusion* eller en *relation*, vi sysslar med *konsumtions- eller produktionsfären*, med *kultur* eller *ekonomi*.

När det ena ledet privilegieras på bekostnad av allt vad det andra representerar reduceras kulturforskningen till en ren *andevetenskap* (geisteswissenschaft), och samhällsforskningen till en systemvetenskap eller *maskinlära*. De berättelser som genereras från dessa begränsade och begränsande positioner handlar om världen som *kontor* eller *nöjesfält*, alternativt som *fabrik* eller *slagfält*. Det handlar om (en viss form av) *humaniora* kontra (en viss form av) *samhällsvetenskap*. Det är stora berättelser som privilegierar en eller annan form av ensidigt aspektseende. I denna dualistiska värld sanktioneras parodiska text- respektive samhällsanalyser med samhället reducerat till tidsanda och texterna till epifenomen. Men det finns förvisso andra strategier, som jag strax ska återkomma till.

Vi kan se den följande figuren som en grundplan över en dikotomiernas fångelsegård. Det är en klassifikation som kan frilägga vetenskapssamhällets ideologiska segregationsmekanismer. Den står för två former av intellektuell inlåsning. Den

ena ligger i själva det dualistiska tänkandet. Den andra låsningen, som jag inte vidare ska befatta mig med här, är den som i sin grävsta form, den extrema reduktionismen, består av ett förnekande av den andra sidan, därmed legitimerande epistemologisk fördomsfullhet och intolerans, med mycket varierande grad av teoretisk sofistikation.

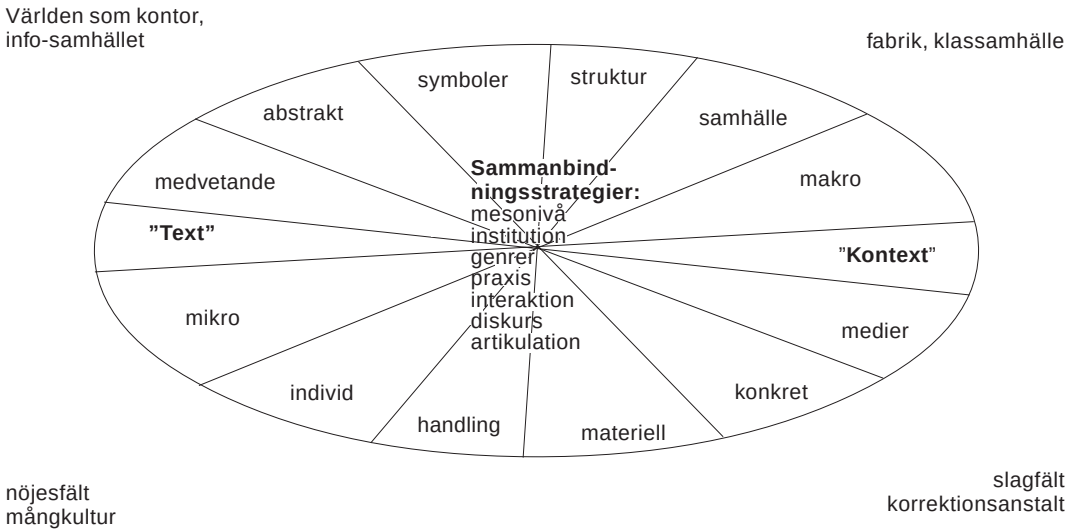
Livsvärld – systemvärld, privat – offentligt, kultur – natur... Listan kan göras mycket längre, men nu är inte det här ett förslag till ett heltäckande vetenskapsteoretiskt, taxonomiskt system, utan en utgångspunkt för en provisorisk analys av empiriska strategier inom medie- och kommunikationsforskningen. Den kan visa var gränslinjerna går och varför, på tankestrukturernas institutionella förankringar. Inom det sålunda ordnade forskningsfältet privilegieras vissa problematiker medan andra avvisas som ovetenskapliga och/eller ointressanta. Därmed motverkas i praktiken all tvärvetenskap och teoretisk integration.

Ambitionen att överskrida en eller annan dualism kan spåras i de talrika försöken att skapa begrepp för en tredje "nivå", eller någon sorts kopplingsmekanism, och de kan här få representeras av så blandade termer som "mesonivå", "institution", "genre", "praxis", "artikulation", "relationism". I vissa tappningar hör "diskurs" till denna kategori, då synonymt med "diskursiv praktik", eller med själva "artikulationen" mellan diskursiva och icke-diskursiva företeelser. I andra fall kan som bekant "diskurs" vara ett textuellt fenomen rätt och slätt. Så vitt skilda förhållningssätt kan rymmas inom poststrukturalismen.

En av de mer kända trikotomiseringarna på området är Jürgen Habermas' teori om det kommunikativa handlandet i vilken han ju med hjälp av Poppers trevärldsteori försöker förstå kommunikation som ett handlande som utspelar sig i och mellan de subjektiva, sociala och objektiva världarna. Olyckligtvis knyter inte Habermas själv denna konceptualisering på mikroplanet till sin tidigare offentlighetsteori, än mindre till realiteterna i dagens moderna mediasystem och de nya interaktionsmönster som dessa ger upphov till i både större och mindre skala. Här återstår det mesta att göra, vilket andra redan påpekat.

Distinktionen mellan *mikro* och *makro* är mycket illustrativ i det att den också erbjuder ett närmast oändligt antal uttolkningar, var och en representerande någon strategi, t ex den som går ut på att man upphäver dikotomin genom att just förvandla den till en trikotomi: mellan mikro- och makronivåerna placerar sig en tredje, mesonivån. Det handlar här om en endimensionell värld där

Figur 1. Plan över dikotomiernas fängelsegård med en karta över berättelser



allt kan sorteras in på sin variabelnivå. Den mellanliggande nivån antas förmedla mellan de två andra, utan att dessa alltid ens preciserats. De betyder ju litet vad som helst. Inte sällan rör det sig i själva verket om olika *perspektiv*, varvid nivåmetaforen slår helt fel. Vi känner igen idén om en socialpsykologi som tar hand om relationen mellan sociologi och psykologi, mellan samhälle och individ. Tre -logier som antas matcha en given verklighet. Genom addition erhålles hela bilden och var och en kan fortsätta med sitt.

Men verklig tvärvetenskap måste vara något annat än addition och vi får därför söka oss till just sådana idéer som av någon orsak ännu inte vunnit acceptans i det akademiska sorteringsverket, som kanske t o m allvarligt ifrågasätter det.

Andra strategier

Armand Mattelart skriver i sin *The Invention of Communication*, (Minneapolis: Univ. of Minnesota Press, 1996, sid. 8) om varför debatterna om dagens kommunikationsförhållanden blivit så banala och centrerade kring dualistiska visioner och omöjliga dilemman, där man t ex tvingas välja, än mellan fri vilja och social determinism, än mellan ett globalt och ett lokalt perspektiv, än mellan individ och kollektiv, än mellan abstraktion och levd erfarenhet, än mellan kultur och natur. Häri ligger utan

tvekan, skriver Mattelart, en verklig oförmåga att upptäcka subtila kopplingar och att se dessa olika nivåer som dimensioner hos fenomen som till syvende og sist utgör en helhet.

Mattelart tar inte upp de historiska, cartesianska, rötterna till dessa stela dualismer eller deras funktioner i det samtida akademiska systemet. Inte heller deras olika karaktär. Pierre Bourdieu har emellertid konstaterat, från sin sociologiskt realistiska standpunkt, att dualismer bara fyller den funktionen att de legitimerar avgränsningar av kompetensområden och därmed fungerar som sociala censurinstrument, vilka omöjliggör insikter om just relationer mellan godtyckligt separerade handlingsfält (se bl a Bourdieu, Pierre & Loïc J.D. Wacquant, *An Invitation to Reflexive Sociology*, Cambridge: Polity Press, 1992).

En handlingsorienterad, pragmatisk, dialektiskt syntesskapande och konstruktivistisk ansats har många förespråkare, låt vara att de opererar med mycket skiftande begrepp. Ett antal författare är intressanta i det här sammanhanget genom att de vägrar att ge ontologisk prioritet åt den ena eller andra sidan i en dualistiskt ordnad värld. De må sedan vara monister som Bourdieu (verkligheten är en och odelbar) eller så har de valt någon annan strategi. Här finner vi t ex Michail Bachtin som (löst) knyter litterära *genrer* till historiska *samhällsordningar*, upptagen av enheten mellan språk

och sociala formationer, Michel Foucaults studier av *diskurser* och *institutionella kontexter*, av makt och vetande, av hur diskursiva och icke-diskursiva verkligheter löser upp sig i varandra, Jürgen Habermas med byggstenarna *kommunikationshandlingar* och *offentlighetsstrukturer, system* och *livsvärld*, Anthony Giddens' *handling* och *struktur* – en konception föregripen tidigare av Bourdieu med *habitus* och *fält*.

Att alla dessa författare varit på modet inom kommunikationsforskningen, under kortare eller längre tid, trots att ingen av dem gett sig i kast med senmodernitetens kommunikationsförhållanden och -former, vittnar om deras perspektivs attraktionskraft. Kanske kommer vi att se mer av korsbefruktningsningar med en mer frigjord medie- och kommunikationsvetenskap.

Mediernas sociala centrum

Så har jag alltså nått fram till ett svar på den fråga som ställdes till den här panelen inför konferensen: hur är det med teori- och metodutvecklingen inom fältet, i termer av text och kontext? Det kortaste svaret blir att distinktionen är vetenskapligt ointressant, men att det inte hindrar att den, som andra dualismer, kan vidmakthålla en social och intellektuell organisering av fältet, som blockerar både teori- och metodutvecklingen. Dualismens "och" legitimerar åtskillnader, eller skapar falska nivåanalogier och ett missriktat intresse för samband mellan inkommensurabla storheter.

Medie- och kommunikationsvetenskapen kunde vara en autonom disciplin i det öde gränslandet mellan humaniora och samhällsvetenskap, där "texter" och "kontexter" möter varandra, inte som eviga slagord (!), utan som i lika utsträckning teoretiskt elaborerade begrepp. Så kan såväl internalism som externalism undvikas och en på det sättet integrerad teori kunde lämna viktiga bidrag till andra discipliner. Medie- och kommunikationsforskningen skulle på det sättet undvika att reducera sig själv till en av många "bindestreckssociologier", alternativt en tillämpning av existerande litteratur- eller språkteorier på sådana mindre statustyngda och prestigefyllda områden som inte vunnit accep-

tans som forskningsobjekt i de gamla disciplinerna. Endast på det sättet kan medie- och kommunikationsforskningen fylla ut det tomrum som samhällsvetenskapen och de humanistiska disciplinerna skapat mellan sig.

Det kan också bidra till den intellektuella basen för en *mediekritik* som samtidigt fungerar som en *samhälls-* och *kulturkritik*. Framför allt är denna form av teoretiskt ingrerade tvärvetenskap en nödvändig förutsättning för att forskningen ska kunna fånga in verklighetens förvandlingar då såväl "text" som "medier" och "politik", "ekonomi" och "kultur" är på väg att fyllas med nya innehåll. Fler problem än någonsin i världen är *medierelaterade*: de har att göra med postkommunismen och globaliseringen, de urbana offentligheterna, de kulturella identiteterna och de nya klasstrukturerna, nationalitet och nationalism... I många fall är ju mediernas närvaro och kommunikationsförhållandena en del av själva problemet.

Medie- och kommunikationsvetenskapens marginalisering inom vetenskapssamhället beror på dess egen inre marginalisering av de syntesskapande strategier som skulle kunna göra disciplinen mer intressant och relevant också för den bredare intellektuella diskussionen i en tid av stora och snabba förändringar. Det kräver en transnationalisering (inte bara internationalisering) av kommunikationsforskningen (nu häpnadsväckande nationsbaserad och nationsbunden på alla sätt). Listan över teoretiskt gränsöverskridande forskningsproblem kan göras hur lång som helst och till exempel inkludera sociologiska genreteorier och textanalyser, ideologikritik baserad på samtalsanalys, teknosystem och medvetendestrukturer, social förändring och kommunikativt handlande, estetik och offentlighet, reflexivitetsformer och modernisering, postkommunismens medierade klassdiskurser, informationssamhällets produktionsförhållanden och teknokultur, journalistikens politiska ekonomi, den industriella medieringen av emotioner, globala/lokala fiktioner, de instabila kulturella avstånden, samtidighetens kultur... Det finns alltså mycket att göra för en historisk och komparativ kultursociologisk handlingsteori med fokus på mediekommunikationen.

Ti år i bransjen

Fortid, samtid, framtid

JOSTEIN GRIPSRUD

1. august 1987 begynte jeg som førsteamanuensis ved det nye Institutt for massekommunikasjon ved UiB. Dette er altså omtrent tiden for et tiårsjubileum. Jeg var den første humanisten ved instituttet, ja, jeg var faktisk en hel seksjon helt for meg selv: Humanvitenskapelig seksjon. Dermed var det institusjonelt markert at den samfunnsvitenskapelige medieforskningen i Norge hadde fått et humanvitenskapelig vedheng. Noen av dem poeten og litteraturprofessoren Georg Johannesen flere år tidligere kalte *"feilplasserte sosiologer"*, som du [JG] og han derre Helge Rønning" hadde altså endelig blitt riktig plassert: under samme tak som et knippe statsvitere og sosiologer.

Ti år seinere fins det ikke lenger noen humanvitenskapelig seksjon ved vårt institutt. Ikke noen samfunnsvitenskapelig heller, for den saks skyld. Instituttet heter nå Institutt for medievitenskap. Humanistenes flaggskip gjennom flere år, hovedfagsstudiet vi kalte "massekommunikasjon og kulturformidling" er i ferd med å bli et sett av moduler blant andre i et felles samfunns- og humanvitenskapelig hovedfagsstudium i medievitenskap. Mens det gjennom de første 5-6 årene var en rekke skarpe konflikter ved instituttet, er det nå i all hovedsak fred og fordragelighet som rå. Det samme synes absolutt å være tilfelle i Oslo, der de aldri har hatt separate seksjoner eller hovedfag. Hva er det som har skjedd?

Stemningen for omkring ti år siden kan illustreres med en episode fra Norsk Medieforskerlags vårkonferanse i 1986. Den gjorde et visst inntrykk på meg.

Det hadde da foregått forhandlinger om opprettelsen av et felles human- og samfunnsvitenskapelig medieinstitutt også ved UiO. Lederen for samfunnsviterne hadde satt som betingelse for å komme til vårkonferansen at lederen for humanistene *ikke* skulle komme. Den siste kom ikke, så den første kom. Samfunnsviteren som kom, holdt en forelesning om teori og metode i medieforskningen. Hovedpoenget hans var at medieforskere hadde så *kolossale tekstmengder* å ta for seg at det rett og slett ikke var *tid* til annet enn å bruke kvantitativ innholdsanalyse. Jeg mente den gang som nå at det *helt åpenbart skal brukes både kvantifiserende og såkalt kvalitative metoder*; det er et enkelt spørsmål om hvilket verktøy man trenger til å løse de oppgaver man står overfor. Derfor gidder jeg heller ikke å bruke plass eller tid på spørsmålet her. I diskusjonen etter det nevnte innlegget den gangen stilte jeg imidlertid følgende spørsmål: "Om en nå tenker seg at en velger ut en mindre del av all teksten i aviser, TV eller andre medier, og har en del tid til rådighet, kan det da tenkes at andre metoder er akseptable?" Svaret var kort, og lød i sin helhet slik: "Hvis ikke Gripsrud har oppdaget at tid er en knapp ressurs her på jorden, har han en oppdagelse i vente. Forøvrig finner jeg ikke innlegget verdt å kommentere."

Alle de involverte her er nå forlenget venner og vel forlikte. Men sånn var tonen i mange fora den gangen. Den bar preg av en usalig blanding av makt- og tradisjonskonflikter. Tradisjonskonfliktene var skarpe fordi de omfattet så mye, så mange nivåer. De gjaldt teori og metode, ja, epistemologiske grunnproblemer. De gjaldt oppfatninger av

hva vitenskapens og forskningens rolle og formål er og bør være. De gjaldt også mer generelle oppfatninger av hva forholdet mellom vitenskap og et bredere intellektuelt interessefelt er, og dermed kom også mer generelle forskjeller i orienteringer og personlige disposisjoner i spill. Er vitenskapelig arbeid i prinsippet som et hvilket som helst kontorarbeid, eller er det en integrert og helt nødvendig del av vår personlige eksistens, som arbeidet er for blant annet kunstnere?

Dette var ikke særnorsk. Det var en del av en strid som foregikk på 80-tallet i internasjonal medieforskning, og som mest av alt minner om en forsinket positivismestrid. Jeg har sagt det i innledningen til boka *The Dynasty Years*, og jeg gjentar det gjerne her: Den "gjæringen i feltet", *the ferment in the field*, som kom til overflaten omkring 1980 i tidsskrifter som *Journal of Communication*, er et uttrykk for hvor tilbakestående den samfunnsvitenskapelige medie- og kommunikasjonsforskningen internasjonalt hadde vært i teoretisk og metodisk henseende, sett i forhold til andre samfunnsvitenskapelige felt og disipliner. Medieforskningen har da også relativt lav status blant samfunnsvitenskapene, selv om alle er enige om hvor viktig medier, kommunikasjon osv. er i det såkalte "informasjonssamfunnet".

I land som Storbritannia og USA kom opprøret mot den enkle positivismen og empirismen i stor utstrekning fra samfunnsvitenskapelige, særlig sosiologiske miljøer. I Norge, Danmark og kanskje også Sverige, kom det i stor utstrekning fra de "feilplasserte sosiologene" i humaniora, de som gjorde medievitere av seg. For de var grunnleggende preget av den kritiske teorien som blomstret opp igjen i samband med positivismestriden og alt 1968 står for, de var sterkt preget av sosiologiske klassikere og vitenskapsteoretiske debatter som primært var av samfunnsvitenskapelig observans og relevans. Samfunnsviterne i medieforskningen var så seint som midt på 80-tallet teoretisk og metodisk sett trygt plassert i USA-dominert mainstream sosiologi og mainstream statsvitenskap. Deres kunnskap om kultur- og tekstvitenskapelige områder svarte på ingen måte til humanistenes kjennskap til samfunnsvitenskapelige. Mens humanister som jeg selv på kort tid satte seg inn i samfunnsvitenskapelige medieforskningsområder og -tradisjoner, i det minste tilstrekkelig til å kunne undervise på grunnnivå, var det ingen av de etablerte samfunnsvitenskapelige forskerne som foretok liknende etterutdanning i tekstteori, kulturhistorie, filmanalyse eller liknende. De forsker og underviser fortsatt på aviser, radio og TV, selvfølgelig egentlig motivert

av en interesse for disse mediernes innholdsmessige sider, uten å foreta en nærmere teoretisk fundert analyse av hvordan disse mediernes tekster egentlig er strukturert og hvordan de egentlig betyr noe, virker underholdende eller vakre eller opphissende eller avslappende eller lignende.

Endringer i dette bildet kom først etterhvert som de yngste samfunnsviterne på feltet snappet opp *ferment in the field*-signaler fra Storbritannia og USA samt fra de nordiske, humanistisk influerte miljøene. Disse yngre, nå thirty-somethings, begynte å interessere seg for offentlighetsteori, et felt humanistene hadde holdt på med siden 1970. De begynte å arbeide med resepsjonsteori, noe som hadde vært hot stuff i nordisk litteraturvitenskap siden midt på 70-tallet. De interesserte seg for kvalitative metoder i utforskningen av sosialt liv mer enn kvantitative, noe som var nytt i nordisk medieforskning men som har tradisjon i samfunnsvitenskapen siden dens begynnelse i forrige århundre, og med vesentlige bidrag i mellomkrigstiden. Det kostet til dels bitre strider og altfor lange, legitimerende avhandlingskapitler å skape rom for kvalitativ publikumsforskning i samfunnsvitenskapelige miljøer. Disse yngre kreftene fikk imidlertid etterhvert støtte også av sosiologisk orienterte forskere med mer varierende alder, som i kraft av en markant interesse for europeisk sosiologisk teori også kom til å representere en forbindelse mellom de "gamle" samfunnsvitenskapelige miljøene og de nyankomne humanistene, altså de "feilplasserte sosiologene". En stadig større del av samfunnsviterne kom til å havne i det som på mitt institutt en tid gikk under navnet "gråsonen" = et begrep tidligere anvendt om omstridte områder i fiskerigrenseforhandlinger med Sovjetunionen, altså de store deler av Barentshavet som man var enige om å unnlate å dele opp med grenser.

Det humanistiske miljøet hadde, i kraft av å ha bakgrunn som feilplasserte sosiologer, på sett og vis alltid befunnet seg i denne gråsonen. Den humanistiske tradisjonen som ble representert i skandinavisk medieforskning hadde hele tiden vært en *teoretisk reflektert*, *holistisk* og *politisk* orientert tradisjon. Dette henger selvfølgelig sammen med at den har utspring i den kritiske teori og nylesning av Marx som preget universitetene i årene omkring 1970. En sosiologisk refleksjon direkte inspirert av eller i en eller annen grad og forstand i slekt med Frankfurterskolen som et samfunnskritisk, tverrfaglig prosjekt er den historiske roten til humanistisk medievitenskap i Skandinavia. I Frankfurterskolens arbeid inngikk filosofi, sosiologi, historie, psykoanalyse, estetiske studier og empiriske under-

søkelser av samfunnsmessige forhold med alt fra statistiske til myk-sosiologiske metoder. Tenkningen omkring ulike kunnskapsinteresser og deres rolle for forskningen stammer fra samme tradisjon = ved Jürgen Habermas. Og det var som kjent denne Habermas som leverte den klassiske studien av offentlighetens strukturforandring, en studie som fortsatt gir mye av grunnlaget for en prinsipiell medie- og kulturkritikk ut fra en demokratisk synsvinkel.

Tilknytningen til Frankfurterskolen, og gjennom den også til den sosiologiske tradisjonen mer generelt, er vesentlig for å forstå hvorfor så mange av humanistene i skandinavisk medievitenskap har interessert seg for så mange sider ved samfunnsvitenskapelig medieforskningstradisjon og dessuten stadig engasjert seg direkte i medie- og kulturpolitiske spørsmål. De fleste av oss 70-tallister er politiske dyr, av legning, sosialisering og gammel vane. Vi trives følgelig godt i den "gråsonen" som etterhvert omfatter størstedelen av aktuell nordisk medievitenskap. Men det er nå også på tide å tenke gjennom hva som ligger av begrensninger i den tilsynelatende så åpne gråsonetilværelsen.

Mens sneversynt samfunnsvitenskapelig positivisme fagpolitisk sett nå er helt marginalisert, kan en samtidig si at samfunnsvitenskapelig tenkning i bredere forstand dominerer feltet. Den dominerer på den ene siden i et ikke nødvendigvis eksplisitt krav ved grunneksamener såvel som i forskningsbevilgningssammenhenger om *orientering mot aktuelle mediepolitiske spørsmål*. På den andre siden dominerer den på et mer grunnleggende nivå i forståelsen av hva som kjennetegner medievitenskapelig kunnskap og hva som er medieforskningens mål.

Til det første: Noen av oss har flere ganger konstatert at noenlunde intelligente og skrivekyttinge studenter som tar eksamen i medievitenskap grunnfag, og til dels også på andre nivåer, vil kunne oppnå brukbare karakterer ved å lese aviser og følge med på radio og TV de siste månedene før eksamen. De vil selvfølgelig belønnes ekstra om de er i stand til å anvende mer prinsipielle teoretiske innsikter og faktakunnskap fra pensum på de aktuelle spørsmålene. Men de vil også ved hjelp av aktuell debatt i ganske stor grad kunne peile inn hvilke deler av pensum de bør kjenne og hvilke deler de kan hoppe over eller ta meget lett på. De skal vite noe om public service broadcasting, om policy-spørsmål som gjelder TV- og videovold, og noe om tabloidisering og kommersialisering av nyhetsformidlende medier. Hvis de i tillegg kan definere

og anvende tre begreper i en rask og gjerne muntlig analyse av annonser i glansede magasiner, gjør de det rimelig bra.

Denne orienteringen mot aktualiteter og policy-spørsmål, har en parallell innenfor forskningen. Nordisk samfunnsvitenskapelig medieforskning har alltid vært preget av en slik orientering. Den har i denne forstand med Paul F. Lazarsfelds term alltid i hovedsak vært av "administrativ" art, ikke "kritisk". Det samme gjelder jo hovedstrømmen av nordisk samfunnsforskning etter 2. verdenskrig. I de siste 15-20 årene har denne orienteringen blitt styrket, og den har bredd seg innover humanvitenskapelige felt på to måter.

Politiseringen av samfunnsvitenskap og humaniora på 70-tallet ga seg selvfølgelig utslag i prosjektformuleringer som var politiserende i en eller annen grad og forstand, det vil si at et slags kriterium om politisk relevans eller "nytteverdi" kunne gjøres gjeldende ved prioritering av både individuell innsats og institusjoners bevilgninger. Men forståelsen av "politisk relevans" var her likevel av en ganske så generøs, teoretisk og historisk reflektert karakter, slik at den ikke utelukket verken historiske eller teoretiske grunnlagsproblem. Dette hang selvfølgelig sammen med at radikaliseringen innenfor Akademia var knyttet til en sterk interesse for nettopp basale filosofiske og teoretiske spørsmål. På 80-tallet kom det imidlertid også ulike forskningspolitiske forandringer som var uttrykk for et politisk motivert ønske om sterkere statlig kontroll med universitetene og forskningssektoren ellers med sikte på å styrke *forskningens samfunnsmessige nytteverdi*. I både humaniora og samfunnsvitenskap har dette gitt seg utslag i at bevilgningene i all hovedsak gis til *kollektive prosjekter innenfor forskningsprogrammer* som formuleres ut fra *aktuelle politiske problemstillinger*. Det er åpenbart at dette kan gjøre det vanskeligere å etablere rom for ulike typer forskning på grunnleggende spørsmål og på områder som synes mer eller mindre marginale i forhold til aktuelle politiske problemstillinger. Individuelle prosjekter på slike felt, med usikker "framdriftsplan", vil ha magre kår i et slikt system.

Nordisk medievitenskap har imidlertid hatt liten grunn til å klage over denne utviklingen. Særlig når den er tilført human- og kulturvitenskapelige perspektiver, er den politiserende, aktuelt orienterte medievitenskapen av "gråsonetypen" nærmest perfekt tilpasset Tidens Krav. Medie- og kommunikasjonsrevolusjonen som preger vår tid er av uomgjengelig samfunnsmessig interesse på mange plan og områder. I det minste i Norge og Danmark

har medievitenskapen gjort det til dels meget godt i konkurransen om forskningsmidler fra omkring 1990. Det har ikke vært spesielt vanskelig å demonstrere at våre faglige interesser er i nært samsvare med intensjonene i forskningsprogrammenes formuleringer.

Som alle vet, er det langt på vei et spørsmål om retorisk dyktighet å formulere sine prosjekter slik at de kan sies å passe inn under et overordnet forskningspolitisk program. Er man egentlig interessert i grunnleggende retoriske problemstillinger, velger man et materiale og et par problemstillinger som demonstrerer relevansen for aktuell politisk diskurs. Er man egentlig interessert i samfunnsmessig moderniseringsteori, sørger man for å få fram hvor viktig dette er for begripelsen av aktuell byutvikling og spørsmålet om integrasjon eller assimilering av ikke-europeiske innvandrere. Men hva gjør man hvis man egentlig er interessert i begrepet "uendelig semiose"? Hvordan motiverer man et studium av lyssettingens rolle i 1930- og 40-årenes franske filmer? Hvilke grunner skal man angi for at et studium av visse romantiske diktere og filosofers oppfatning av forholdet mellom fornuft og følelse bør få forskningspenger? Jeg for min del har skrevet så mange søknader i mitt liv at jeg nok skal kunne tilby konsulenthjelp for den som har slike interesser, men på ett eller annet sted eller tidspunkt kan nok den nødvendige retorikken også fortone seg en smule anstrengt.

Spørsmålet jeg gjerne vil reise, er imidlertid om slike retoriske anstrengelser også er og må være like nødvendige *innenfor medievitenskapen selv*. Er det slik at den type samfunnsvitenskapelig hegemoni som viser seg i en gjennomgående politiserings- og aktualitetsorientering virker blokkerende på utviklingen av visse typer forsknings- og undervisningsemner? Og hvis så er tilfelle = behøver det å være slik?

Jeg håper jeg som "feilplassert sosiolog" ikke forstås dithen at jeg er motstander av politisk og aktuell orientering i medievitenskapelig forskning og undervisning. Tvert om mener jeg det er et selvfølgelig krav både til oss forskere og til våre studenter at vi på ulike plan og i ulike situasjoner faktisk forholder oss aktivt og på særlig kvalifisert vis til sentrale medie- og kulturpolitiske spørsmål. Det trengs edruelig ekspertise i hverdagslige såvel som offentlige diskusjoner når svakt fundert mediepanikk og like svakt fundert teknologisk *hype* veksler om overtaket i politisk diskurs om et stadig mer kommersialisert medie- og kommunikasjonsområde. Selv har jeg brukt store deler av min tid det

siste året på offentlig arbeid med *public service*-politikk. Problemet jeg prøver å formulere gjelder hvorvidt en aktualitets- og policyorientering unødig og med uheldige virkninger fortrenger andre viktige områder som vi *også* som fagfelt skal ha rom for.

De områdene jeg bekymrer meg over, kan vi kalle historie, filosofi og estetikk. Det dreier seg med andre ord om de feltene som er *konstituerende for humaniora* = men også helt grunnleggende for en samfunnsteori som er verdt navnet. Dermed er disse områdene også grunnleggende for en solid fundert medievitenskap. Likevel vil jeg mene at de er for svakt representert i faget, både i studiefaget (pensum, undervisning, eksamener) og i forskningen.

Det er særlig på det vi kan kalle det estetiske feltet, med dets historiske og filosofiske aspekter, at jeg mener det står for dårlig til. I Norge er medievitenskap rubrisert som et estetisk fag, og f.eks. plassert sammen med litteratur-, teater- og filmvitenskap i forskningsrådet. Men i forhold til andre estetiske fag er det særlig ett moment som skiller studiefaget medievitenskap fra f.eks. studiefaget litteraturvitenskap: Det mangler et egentlig *tekstpensum*, altså en fyldig liste over bestemte ikke-vitenskapelige tekster som studentene forutsettes å kjenne ved siden av den teoretiske og forskningsbaserte litteraturen. I Bergen har vi riktig nok et krav om at studentene skal ha sett tre klassiske filmer og tre TV-program, de skal ha hørt et bestemt aktuelt radioprogram og lest to rimelige aktuelle aviser og to ukeblader. Filmene er av historisk karakter, i den forstand at de er kanoniserte klassikere, forøvrig er disse tekstene bare noen ytterst få *tilfeldige eksempler* på ulike medier og genre. Her finnes ingen dokumentarfilm, ikke populære romaner, ikke popmusikk eller sangtekster. Ingen dramatiske tekster = beregnet på scene, radio eller bildemedier. Det finnes for den saks skyld heller ingen data- eller TV-spill, og ingen CD-Rom/hypertekst. Hvorfor finnes det ikke et ordentlig tekstpensum når studentene vitterlig skal lese en hel del *tekstteori*?

Det første svaret ligger i det faktum at mediestudiet omfatter *mange* medier, hvorav bare film har utviklet noe som ligner en *kanon*, altså en liste over *de tekster som forutsettes tilegnet ved etableringen av kulturell kapital på feltet*. Aviser, ukeblad, TV og radio er utpreget efemære medier, hvis tekster forutsettes å ha et liv på lengde med døgnfluenes. Tekster i disse mediene gir ingen kulturell kapital av betydning; de inngår ikke i Kulturarven skolen formidler. Medieinstituttene ved universitetene mangler dermed den rollen litteraturviten-

skapelige institutter har når det gjelder å kontinuerlig oppdatere den litterære arven skolen så skal bringe videre. Medieundervisning i skolene er ikke innrettet på formidling av kulturarv, den er primært konsipert som en slags sosialpolitisk profylakse, altså forebyggende ungdomsarbeid.

Bortsett fra film fins det ingen kanon å forvalte for medievitene. Men det er ikke vanskelig å tenke seg at vi i studiesammenhenger *etablerer* kanon'er på ulike felt der slike alt er i emning: Det fins en populærmusikkhistorie der slike som Elvis og Beatles og så videre må være med. Denne kan lett bygges bakover til blues- og jazztradisjonene. Det fins også en populærlitterær kanon, som både nasjonalt og internasjonalt kan strekkes bakover i alle fall til omkring år 1800. I reklamefaget finnes det også internasjonale og nasjonale "nyskapere" både bildemessig og ellers, merkepunkter i utviklingen som kan danne basis for en historisk liste over historisk signifikante "verk". TV har etter 40-50 års historie også sine stilistiske og innholdsmessige topper i ulike genre, og går en til journalistikken vil det være en smal sak å grave fram tekster i ulike genre av mer eller mindre signifikante journalister og skribenter. Og hva med fotografiet = det journalistiske, det kunstnerisk ambisiøse, det kommersielle = her fins det da allerede visse bilder og fotografer som er viktigere enn andre?

Spørsmålet er hvorfor dette ikke blir gjort, hvorfor vi ikke av oss selv og våre studenter krever kjennskap til disse tekstlige tradisjonene, som i høy grad utgjør forutsetninger for de tekstene de møter i dagens mediesituasjon. Selv filmens kanon er pinlig svakt representert, selv om den faktisk er rimelig veletablert.

Svaret på spørsmålet er selvfølgelig det samfunnsvitenskapelige hegemoni som viser seg i den aktualitets- og policy-orienteringen folk som jeg selv på mange måter også støtter. Det er lettere å få innpass for "teori" og "metode" enn *konkret, historisk materialkjennskap og analytisk, fortolkende praksis*. Konsekvensene er at studentene våre blir meget usikre når de skal til å gjøre analyser, fortolkninger og vurderinger av konkrete tekster, f.eks. på hovedfagsnivå. Dette er desto verre siden de i sine framtidige jobber nettopp skal bedrive kritikk, undervisning, journalistisk virksomhet eller film- og TV-produksjon, altså nettopp *arbeide med tekster*. Begrepene om historie og historiske utviklingstrekk blir dessuten uten arbeid med gamle tekster meget lett til ekstremt tynne abstrakter. Følgelig blir forestillingene om historiske perioder tilsvarende uklare og vi risikerer hårreisende misforståelser og sammenblandinger i alt som har med

historie å gjøre. De tekst-teoretiske begrepene blir tilsvarende tynne abstrakter, og forståelsen av forholdet mellom begrepene og de fenomener de er tenkt å si noe om blir svakt utviklet. I noen tilfeller kan en konstatere at studentene nærmest blir dummere av å studere = de glemmer sine egne erfaringer og praktisk common-sense-fornuft så lenge de er på universitetet, og kjemper i stedet med uforståtte abstrakter uten forbindelse til deres eget mediekonsum og liv forøvrig. Først på hovedfags- og doktorgradsnivå blir det endringer i disse forholdene, og det er etter min oppfatning for seint: For mye av studiene og undervisnings- og veiledningsinnsatsen blir lett av elementær karakter. Dette kan over tid kanskje føre til at den teoretiske utviklingen og dermed det generelle refleksjonsnivået på feltet blir hemmet.

Dette resonnementet er ikke av bare bergensk eller norsk interesse. Det er heller ikke noe som bare humanister vil kunne se poenger i. Mange samfunnsvitenskapelige medievitene har også fag som litteraturvitenskap og kunsthistorie i sin studiebakgrunn, og trekker på lærdom derfra = og ikke minst på disse fagenes kunstneriske materiale = i sin forskningspraksis. Det er heller ikke noe som bare angår studiefaget medievitenskap, det angår i høyeste grad forskningen = og det på internasjonalt nivå.

Det er ikke helt enkelt å plassere nordisk medieforskning i det landskapet av "skoler" eller "retninger" som dyrkes i internasjonale forskningssammenhenger. I vår del av verden er vi stort sett mer eklektiske og mindre opptatt av merkelapper og grensetrekninger. Dette til tross for en markert britisk innflytelse.

Jeg sier "til tross for", fordi medieforskningen i Storbritannia har vært meget "skole"-segregert de siste tjue år. Det fins noe som heter "political economy"-tradisjonen, og denne retningen har i to tiår stått i opposisjon til en annen "skole" eller "retning", nemlig "cultural studies". Det foregår stadig polemikk mellom disse to retningene, og jeg har interessert meg for motsetningsforholdet mellom dem av flere grunner. For det første har jeg vært opptatt av cultural studies siden studietiden på 70-tallet, for det andre leste jeg på den tiden også *Kapitalen* og annen litteratur innenfor det som heter Kritikken av den politiske økonomi. Jeg oppfattet ikke disse to typene lesning og impulser som prinsipielt i motstrid til hverandre, og det gjør jeg heller ikke nå. Men i medieforskningen fins det altså strid mellom to skoler som er knyttet disse to retningene.

Temperaturen i denne striden henger ikke minst sammen med at de begge har opphav i nettopp 70-tallets marxistisk inspirerte radikalisme. Å lese polemikk mellom dem er til dels som å møte ekko'er fra 70-tallets akademiske stridigheter i politisk teori. Den gang het det, med Georg Johannesens formulering, "vi er mye marx'ere enn dere". Det dreide seg, stadig ifølge Georg Johannesen, om å kunne "marxe". I engelsk medieforskning heter det noe sånt som "vi er mye mer kritiske enn dere". Men røttene i 70-tallsmarxismen er ikke det eneste de to retningene har felles. De har også felles at de ikke interesserer seg for kunst og kultur annet enn som ideologiske størrelser i betydningen mer eller mindre falske virkelighetsgjengivelser eller, eventuelt, mer eller mindre tjenlige i forhold til en eller annen form for "motstand", eller "frigjøring" eller til og med kanskje "revolusjon". Fordelen med cultural studies er at denne retningen i noen grad interesserer seg hvordan medienes tekster faktisk er skrudd sammen, noe folk i "political economy" stort sett *aldri* arbeider med. Dette er og blir et slående hull i deres vitenskapelige arbeide, ettersom deres egen politiske kunnskapsinteresse klart burde gjøre dem interesserte i *hvordan*, nærmere og mer konkret bestemt, medienes tekster er i stand til å influere ideologiske forståelsesmåter og dermed det borgerlige samfunnets overlevelseskraft.

Dette er bare ett eksempel på at det etter min oppfatning ikke nødvendigvis er så mye å hente i de tradisjonelt sterkeste inspirasjonskildene utenfor Norden i det jeg mener må skje med den teoretiske og metodiske orienteringen i medievitenskapen. Jeg mener det er nødvendig med en sterkere orientering mot og fordykning i estetiske og filosofiske emner. Jeg skal av tidshensyn fatte meg i korthet, men forhåpentligvis på en måte som får fram behovet for tenkning omkring disse tingene.

Når folk flest setter seg ned for å se en film eller et TV-program, lese en avis eller en bok, studere bilder eller lytte til musikk, hva er de da interessert i? De vil engasjeres på en eller annen måte, og de er interessert i hva den teksten de tar for seg faktisk sier dem, betyr eller gjør for dem. Folk flest har altså en orientering mot den enkelte teksten og dens engasjerende evne, dens meningsinnhold og dens lystpotensiale. De vil opplyses om noe de ikke visste fra før, de vil underholdes, de vil ha en skjønnhetsopplevelse, de vil få nye perspektiver på seg selv og sin tilværelse, de vil lengst mulig bort fra den kjedelige hverdagen. For folk flest er det meget stor forskjell på å lese Dostojevski og å lese Jan Guillou. Det er en meget stor forskjell på opp-

levelsen av Kieslowskis og Steven Spielbergs filmer. Det er også stor forskjell på å lese seriøse avisartikler og tabloide sensasjoner. Folk flest *respekterer den enkelte teksten*. De har sine genreforventninger og de har alle mulige andre forberedende forutsetninger i møtet med hver enkelt tekst. Men de *tilegner seg den enkelte tekst og vurderer de ulike tekstene hver for seg*. Dette var en god artikkel, denne filmen fikk jeg virkelig noe spesielt ut av, dette var en tåpelig reportasje.

Dette har ikke bare åpenbar relevans for resepsjonsstudier.

Den fundamentalt *idiografiske* kunnskapsinteressen i seriøs analytisk omgang med tekster svarer meget godt til det folk flest gjør. En idiografisk kunnskapsinteresse er som kjent en interesse for det spesifikke ved enkeltfenomener. I medievitenskapen er det imidlertid en meget sterkt tendens til å gjøre en slik interesse suspekt. Selv forskere med humanistisk bakgrunn framstår nå gjerne med perspektiver på medieforskning som innebærer at vi utelukkende skal interessere oss for tekster som *elementer i sosial interaksjon*, som elementer som inngår i større sosiale sammenhenger, og *det er disse større sosiale sammenhengene som vitenskapen "egentlig" skal ha som objekt*. Tendensen i medievitenskapen i dag er med andre ord i all hovedsak *nomotetisk*, lov-søkende, en orientering mot *sosiale regelmessigheter*.

Dette kan umulig danne grunnlag for en *kritikerfunksjon* som kan virke veiledende for både produsenter og publikum. *For både produsenter og publikum er "idiografisk" orientert*. En manglende orientering mot den enkelte teksten og dens kvaliteter undergraver helt sentrale samfunnsmessige funksjoner for medievitenskapens forskere og studenter. Vil vi produsere studenter og forskere som ikke er i stand til å framlegge solid begrunnede oppfatninger av hva som er godt og dårlig i medietilbudet? Hvis vi ikke vil det, må vi i langt sterkere grad gi rom for estetiske teorier og analytisk praksis i forhold til tekster, inngående studier av tekster og deres kvaliteter. Dette innebærer også en åpning for de "meningsløse" aspektene ved alle mulige tekster, altså alt fra danseopptrinn i TV-shows og musicals til rytmikkens fascinasjonskraft i både verbale og audiovisuelle og rent musikalske tekster. Vi trenger ikke bare en medie-"hermeneutics", vi trenger også en medie-"erotics", for å parafrasere Susan Sontag.

Det andre poenget gjelder så behovet for historisk og filosofisk fordykning og refleksjon. Samfunnsvitenskapene ble utskilt fra humaniora for ganske kort tid siden, historisk sett. (I Bergen forlot

sosialantropologien filosofisk institutt så seint som på 60-tallet.) Den historiske hukommelsen er kanskje bl.a. av den grunn gjennomgående kortere i samfunnsvitenskapene enn i humaniora, som stadig er opptatt av 2500 år gamle innsikter. Med kort historisk hukommelse følger også tendensen til å finne opp hjulet på nytt hvert tiår, og dessuten en tendens til manglende refleksjonsdybde. *Ad fontes!* = til kilden = er en god, gammel parole. Den vaksinerer mot dumme misforståelser av mange slag. La meg gi et eksempel.

I de siste år har Pierre Bourdieus arbeider blitt svært populære i mange kretser. Hans berømte distinksjon mellom "barbarisk" og "ren" smak er med god grunn tatt inn i mange medievitenskapelige arbeider. Men denne distinksjonen er uttrykkelig basert på Immanuel Kants estetiske teori i *Kritikk av dømmekraften*. Hvor mange medievitere har lest denne utteksten? Den samme Immanuel Kant skrev en flott liten tekst som heter *Was ist Aufklärung?*, "Hva er opplysning?". Hvor mange medievitere har lest denne før de gir seg i kast med vurderinger av folkeopplysningstanken og public service broadcasting og offentlighetens aktuelle tilstand og post-modernismens kritikk av Opplysningsprosjektet? Meget få, vil jeg påstå. Denslags overlates til andre disipliner, til filosofer, litteraturvitere og seriøse sosiologer og statsvitere. Dermed markeres medievitenskapen som en plebeisk vitenskap, en anvendt disiplin, der svarene på de grunnleggende spørsmålene innhentes fra andre hold.

Den altfor utbredte estetiske og filosofiske uviethet i medievitenskapen er blant annet en vesentlig grunn til at nettopp Bourdieu både i Norden og i USA og Storbritannia gjentatte ganger er presentert som en enkel populist. Dermed blir det selvfølgelig vanskelig å fatte at han de siste årene nettopp har markert seg som en glødende forsvarer av kunstens autonomi, av den seriøse offentlige samtalen og av kunnskapens status som allment gode. Ved et nærmere studium av Kant ville denne utviklingen kanskje blitt mindre overraskende.

Oppsummerende vil jeg gjerne understreke at de ti årene som har gått siden jeg offisielt og formelt kom i fast stilling i medievitenskapen har vært meget spennende år, der utviklingen har gått forbløffende fort. Det er veldig mange, store og positive forandringer og faglige resultater å se tilbake på. Nettopp derfor er også tiden inne til å se nærmere etter om det er noe vi har mistet eller oversett på veien. Og her mener jeg altså vi må gå ned til noen grunnleggende spørsmål.

Jeg betrakter meg fortsatt ofte som en slags "feilplassert sosiolog" når jeg opptrer i estetisk-faglige sammenhenger. Jeg oppfatter meg imidlertid også iblant som "feilplassert estetikker med filosofiske og historiske interesser" i medievitenskapelige sammenhenger. I de sistnevnte feltene fins det etter min mening svært verdifulle innsikter å hente for både samfunnsvitere og humanister, for både idiografisk og nomotetisk orienterte forskere. Medievitenskapen er som et vitenskapsteoretisk og forskningspraktisk laboratorium i kraft av sin tverrfaglige karakter. Alle kan ikke gjøre alt, og vi trenger absolutt til spesialister på ulike delområder, både emnemessig, teoretisk og metodisk. Men vi kan heller ikke leve og utvikle oss som felt hvis vi i tråd med dum liberalisme ganske enkelt erklærer "fredelig sameksistens" som målsetning, etter den gamle hippie-devisen "*you do your thing, and I'll do mine*". Den norske dikteren Bjørnstjerne Bjørnson sa en gang at "fred er ej det bedste, men at man noget vil". Vi må stadig regne med noen konfrontasjoner, og vi kommer ingen vei uten å erkjenne motsetninger og forskjeller.

I ti år har i alle fall de "feilplasserte sosiologene" så å si levd ut sine sosiologiske sider, og det har bidratt til fred i denne delen av verden. Svært mange av våre samfunnsvitenskapelige kolleger og venner, samt sosiologiserte humanister, bør i det kommende tiåret kunne følge oss i nærmere undersøkelser av våre historiske, filosofiske og estetiske forbindelseslinjer.

Digitala gränsland

Identitet och interaktivitet i kultur, medier och kommunikation

JOHAN FORNÄS

Vilka krav ställer ny informationsteknologi på medie- och kommunikationsforskningen? Hittills har åtminstone svenska medieforskare haft förvånansvärt lite att komma med på detta område. De verkar ofta ha svårt att släppa sitt gamla men allt mer oförsvarliga fokus på press, TV och i viss mån radio och film, och tenderar att se nyare datormedier antingen som underordnade hjälpmedel eller som hotfulla konkurrenser till dessa traditionella massmedier. Därigenom missas chansen att ta itu med några fundamentala frågor som länge försumats av traditionell medieforskning men som nu åter aktualiseras av den debatt som digitala medier givit upphov till.

En kulturteoretisk reflektion kan å sin sida problematisera både den alltför ensidigt tekniskt och kognitivt inriktade IT-forskningen och den överhettade debatten runt den påstådda "cyberrevolutionen". Nya medieformer landar ofta i virvlar av förenklande och ömsesidigt spegelvända utopier och dystopier. Det har gällt telegrafan och telefonen, filmen och fonogrammen, radion och televisionen, och det gäller i hög grad de digitala kommunikationsmedierna. Först överdrivs det nyas nyhet, men snabbt inträder en fas av rutinisering, där i detta fall datormedierna vävs in i vardagens nätverk av praktiker. I denna process blir det uppenbart att det som först verkade totalt revolutionerande i själva verket har långa förhistorier och många äldre paralleller, och att en hel del av de potentiella omvälvningarna genast disciplineras och begränsas av förhärskande institutioner som tvingar in nyheterna i mer traditionella kommuni-

tionsmönster, även om emancipatoriska rester kan hänga kvar och återaktualiseras i senare faser.

Nya datormedier har gjort vissa aspekter av kultur och medierad kommunikation tydligare och inspirerat till modeller och begrepp som på ett fruktbart sätt kan knytas an till äldre kulturteori. En kulturteoretisk genomlysning kan å ena sidan slipa av IT-debattens överdrifter genom att relatera dem till medieteoretiska grundbegrepp, och å andra sidan använda nya digitala tankemodeller till att återaktualisera behövliga revisioner av medieforskningens paradigm. Jag efterlyser därför fler bryggor mellan IT-forskning, mediestudier och kulturteori, som förmår att kritiskt nybelysa en serie skenbart självklara gränsdragningar. Dessa gränser har knappast suddats ut, utan snarare kommit i fokus och tematiserats av nyare medier, som öppnat flera spännande kommunikativa gränsområden. Låt mig antyda några sådana problematiseringar, grupperade i fem steg.

Kultur

För det första gäller det gränser mellan *kommunikationsområden* som har med *nytta och nöje* att göra. Nya digitala tekniker betjänar långtifrån bara nyhetsförmedling, studier och arbete, utan har inte minst med lek, estetik, underhållning och populärkultur att göra. Sådana kulturaktiviteter ses alltför ofta som ett litet specialområde för nöjen och skön konst i marginalen på livets viktigare frågor – ett utsmyckande bihang till de "verkligt väsentliga" tekniska, ekonomiska, politiska och pedagogiska

verksamheterna. Men underhållningsutbudet har stor kvantitativ och ekonomisk omfattning, och de spelar en enorm politisk, ideologisk, social och psykologisk roll för samhället och dess individer, genom att leverera verktyg för formerandet och bearbetningen av individuella och kollektiva identiteter, omvärldsförståelse, demokratisk meningsbildning och konflikthantering. Hela IT-utvecklingen har från början styrts lika mycket av faktorer som hör hemma på kulturområdet (exempelvis av stilorienterade och lekfulla ungdomliga subkulturer, estetisk lust och intertextuella genreinfluerer från konst, musik och litteratur) som av snävt tekniska, politiska eller ekonomiska imperativ. Nyare medieformer bryter dessutom upp de tidigare relativt fasta gränserna mellan nytta och nöje, arbete och fritid, fakta och fiktion, nyheter och underhållning. Inte nog med att datateknik, massmedier och populärkultur smälter samman industriellt, utan det uppstår också hybrida genrer som *faction*, *infotainment* och *edutainment* vilka förenar underhållning med utbildning, politik och arbete, så att allvaret estetiseras samtidigt som nöjet blir allvarligare. Det finns därför sammantaget många goda skäl att ägna sådana uttalanden (inte minst populär-) kulturella IT-områden seriös uppmärksamhet, i stället för att hamna i den fälla som gillrats av medieforskarnas ensidiga fixering vid nyhetsförmedling i kombination med IT-forskarens fokus på datorer som ”nyttiga” problemlösare i arbete och undervisning. Att studera hur relationer, mening och identiteter skapas i senmoderna *kulturella* offentligheter måste vara minst lika viktigt. Jag förrespråkar därför kulturstudier av digitala kulturfenomen, som förenar hermeneutik och kritisk teori, förståelse och förklaring, och som inser att motsägelserna och komplexiteten i vardagen nödvändiggör tolkningsarbete och kulturteoretisk reflektion. Estetiska former och lek ligger i botten på mycket av den nyare digitala utvecklingen, och nöjen bör tas på största allvar.

Interaktivitet

För det andra relativiseras tidigare ingrodda gränser mellan *kommunikationstyper* genom de intensifierade former för *interaktivitet* som växer fram. Interaktivitet är ett notoriskt mångtydigt begrepp, som kan implicera antingen den sociala interaktionen mellan mediebrukare, den tekniska interaktionen mellan användare och maskiner, eller den kulturella interaktionen mellan användare och texter. Alla medier är i någon mån tekniskt och kulturellt ”interaktiva”, i den meningen att de inbjuder

användare till aktivitet som innebär en interaktion dels mellan mediet och dess användare och dels mellan de olika människor som binds samman genom kommunikationsteknikens mediering. Men vissa nyare, digitala tekniker har radikalt förhöjt denna interaktivitet genom att göra mottagarnas aktiva medverkan i själva medietextens (i ordets vida mening) utformning till en explicit huvudsak och medvetet bygga in redskap för att underlätta denna. Hela ”cyber”-metaforiken betonar styrandet och pekar alltså ut användarnas ökade chanser att gripa in i och medskapa de medierade texter som hämtas hem utifrån. Även sådan intensifierad interaktivitet är emellertid långtifrån ny. En gammaldags målarbok med fält att fylla i och ett vanligt sånghäfte är interaktiva i denna mer omedelbara mening: brukarens aktivitet behövs för att förverkliga dem inte bara som meningsvävar utan också som materiella verk. Interaktiviteten kring digitala medier har alltså alltid funnits annorstädes men ifrågasätter inte minst just därför många av medieforskningens invanda gränsdragningar.

Denna intensifierade interaktivitet ligger egentligen inte hos medietekniken utan i människors sätt att använda den. Enligt vilken av de ovannämnda definitionerna som helst kan varje medium och varje text användas interaktivt eller ej. En bok kan läsas från början till slut, eller också kan den fyllas med anteckningar i marginalerna och tvärsöver den tryckta texten. En karaoke video kan konsumeras ”passivt” av tittare och lyssnare eller användas ”aktivt” av en sångare. Olika teknologier har endast varierande potentialer för interaktivt bruk, precis som olika individer har skiftande benägenhet att vara interaktiv i sitt mediebruk, eller som olika kontexter i högre eller mindre grad inbjuder till sådana interaktiva praktiker.

Gränsen mellan interaktiv och annan mediereception är oskarp, och därmed problematiseras också den traditionella uppsplattningen mellan *produktion* och *reception*. De låter sig inte särskiljas helt skarpt vare sig som kommunikationsmoment, som institutionaliserade praktiktyper eller som forskningsområden, även om några traditionella massmediegenrer har råkat differentiera relativt strikt mellan dem, särskilt då det handlat om texter som skapats och spritts i kulturindustriell varuform.

Att entydigt skilja *massmedier* från andra medier låter sig knappast heller göras nu längre. Massreproduktion förekommer i högst skiftande grad inom olika medier, och Internet är en blandform som erbjuder dels massmedieutbud som liknar TV och fonogram, och dels mer individualise-

rade medieringar i stil med brev och telefon. Poängen med att tala om medier i stället för massmedier måste då bli att radikalt dekonstruera just den traditionella hierarki som proriterar press, radio och TV och istället studera en mycket bredare medievärld där film, böcker, skivor, telefon, vykort och datorer helt självklart är likvärdiga ingredienser. Genom en "efterhandsverkan" kan IT-studier därvid skapa insikter om kommunikationsaspekter som även gällde tidigare medieformer, men som medieforskare hittills blundat för.

En strikt uppdelning mellan *medierad* och *direkt kommunikation* relativeras också, i en tid då medieringar i vardagslivet uppträder i allt mer integrerade former. Fenomenet karaoke exemplifierar hur medierade och direkta inslag kan vävas samman på ett synnerligen komplext sätt, och medialiseringen gör medier ständigt närvarande i även skenbart "direkt" mellanmännisklig interaktion.

Uttrycksformer

För det tredje blandas *kommunikationselement* på kreativa sätt. Skilda *uttrycksformer* sätts inte endast sida vid sida utan förenas till nyskapande hybrider. Digitala medier är fortfarande i hög grad primärt verbalskriftliga, men orden möter i detta sammanhang flera gränser. Tyvärr har många IT-forskare hittills varit lika logo- eller verbocentriska som medieforskarna brukat vara. I bägge fallen försummas musikens och bildernas roll. Dessutom problematiserar bl.a. e-post gränserna mellan *tal* och *skrift*, genom att kombinera egenskaper från telefonsamtal och skrivna brev. Här behövs tvärestetiska studier.

De alltmer komplexa kommunikationsformerna gör det därtill än mer än inom etermedierna oklart hur den analyserade *texten* ska avgränsas i de digitala nätens korsande interaktionsströmmar. Gränserna mellan utsaga, verk, flöde och kanal utplånas väl inte, men behöver många gånger tänkas om.

Virtualitet

Även gränsen mellan *representation* och *realitet* eller fantasi och verklighet problematiseras, så som den dyker upp i polariteten mellan *cyberrymdens virtualitet* och det som betecknas som *IRL* ("in real life"). Här ifrågasätts såväl äldre synsätt på mediebilders "avbildande" relation till "verkligheten" som IT-entusiasternas egna terminologi. Alla medier har alltid erbjudit imaginerade rum eller "*virtuella verkligheter*" att kliva in i, öppnat symboliska världar som erbjudit användarna utvidgande

upplevelserum. Tänk bara på den hela värld som vilken roman som helst låter läsarna konstruera och för en tid "leva sig in i". Den diktade världen är varken mer eller mindre virtuell än det rum ett dastapel låter sina användare uppleva. Hermeneutiskt orienterad receptionsforskning har länge utformat teorier om hur läsare, lyssnare och tittare genom en "försvinnandets akt" (Tania Modleski) går in i de använda texternas meningsvävar, fyller ut dess öppna "hål" (Wolfgang Iser), konstruerar "virtual space" och "virtual time" (Susanne K. Langer) och inom bestämda tolkningsgemenskaper (Stanley Fish och Janice Radway) skapar ny mening.

Kroppen förblir en fundamental bas även för den daterade medierade kommunikationen, trots alla ideologier om dess rena kroppslöshet. Med hjälp av redskap och teknologiska apparater kan vi nå längre bort, men kroppen förblir det första och sista steget. De digitala näten förblir beroende av den, såväl praktiskt som i sin språkliga metaforik. Utan kropp når man inte ens fram till datorns tangentbord, skärmen måste ses av levande ögon, och den virtuella värld som skapas i cyberrymden förblir bunden till kroppsliga metaforer om den alls ska bli begriplig och användbar för oss: även en cyborg eller en robot ges lemmar och sinnesorgan. Där konstrueras "mentala kroppar" och "skrivna röster" – kommunikation och narration kräver ett slags "förkroppsligande" av meningsskapandets interagerande subjekt. Gränsen mellan kroppslig och andlig gemenskap är således också en chimär. Inte minst har nyare feministisk genusforskning och postkoloniala etnicitetsstudier tydliggjort detta. Kroppen är aldrig långt borta, och imaginerandet respekterar inga gränser, även om det gärna leker med dem.

Gemenskaper

Med glidningarna mellan föreställd och verklig värld problematiseras slutligen även talet om *virtuella gemenskaper*. Alla textanvändare utvecklar tolkningsgemenskaper där de "samlas på avstånd" och gemensamt delar vissa verk, medieutbud, smaker och förståelseformer. Det gäller både brevskrivare och tidningsläsare, bokälskare och popfans. Ny teknologi knyter an till sådana äldre former, och bidrar med mer vidsträckta, intensiva, effektiva och snabba möjligheter för detta, samt en bredare kombinatorik av olika kommunikationsmöjligheter inom samma teknologiska apparatur. Att gemenskaper inte förutsätter fysisk samnärvaro har man vetat i århundraden – exempelvis byggde den tidiga borgerliga offentligheten inte bara på sa-

longskulturen utan även på tidningspressen och bokmarknaden. Och man kan därtill fråga sig om inte sådana spridda gemenskaper är lika reella som de som råkar befinna sig i samma rum.

Likaväl som textanalysens objekt blir mer svår-fångat gäller det *medieetnografin* och *djupintervjuerna*. Om informanterna själva främst umgås digitalt är kanske deltagande observation i form av en långvarig digital kontakt med dem lika etnografisk som att besöka dem ansikte mot ansikte. Detta problematiserar ytterligare gränsen mellan *etnografi* och *textanalys*.

Korsningar

Nya medier knyter sålunda alltid an till äldre. Först i en *fördjupad dialog* med kommunikations- & kulturperspektiv kan det nya i datormedierna rätt uppskattas. Och samtidigt kan analyser av nya mediefenomen berika kulturteorierna genom att tydliggöra element i kommunikationen som tidigare varit underbelysta. Liksom datormedierna genom digitalisering och konvergens har skapat nya hybridformer, vill jag därför hoppas på nya tvärvetenskapliga korsningar för att bättre förstå både det gamla och det nya.

Kommunikationsforskning efter Mediasaurus'en?

Digital konvergens, digital divergens

JENS F. JENSEN

Today's mass media is tomorrow's fossil fuel

Michael Crichton

Forfatteren til bogen *Jurassic Park*, Michael Crichton, har i en artikel med titlen *Mediasaurus* sammenlignet massemedierne med dinosaurerne. Massemedierne, skriver han, er blevet til kæmpemæssige, kluntede skabninger, der ikke er tilpasset den nye informationsteknologiske verdens omgivelser af fleksible minimedier og computernetværk. De er derfor på vej til at blive forældede, uddaterede, udslattede. Og – lyder hans centrale spådom – "Today's mass media is tomorrow's fossil fuel".

Hvis Crichton har ret i sin spådom – at dagens massemedier er uddøende og kommer til at udgøre morgendagens fossile brændstof – så er spørgsmålet naturligvis: Hvad er dagens massemedieforskning så? – Og dagens massemedieforskere?

En anden skribent med sans for de hurtige formuleringer, George Gilder, taler om "Life after Television". Gilder beskriver på mange måder udviklingen i samme termer som Crichton. Han hævder, at 'television, in technical terms, ... [is] dead', at på samme måde som 'den centralistiske mainframecomputer og IBM kollapsede i 1980'erne til fordel for PC'en, så vil den samme centralistiske tv-struktur nu kollapse; således at "In coming years, the very words "telephone" and "television" will ring just as quaintly as the words "horseless carriage", "icebox", "talking telegraph", or "picture radio" ring today" (1994: 12).

'Er der et liv efter tv og broadcasting?' er hans centrale spørgsmål. 'For massemedieforskeren?' kunne man fristes til at tilføje. Gilders svar på det første spørgsmål er: Ja, det hedder PC eller 'telecomputeren'. Men hvad er svaret på det andet spørgsmål?

Redaktørerne på det trendsættende computer- og livsstilsmagasin *Wired* mener ikke, at TV, som vi kender det, slet og ret vil uddø, men at broadcasting blot vil komme til at udgøre en enkelt kanal i et nyt netværk af konvergerende medier, hvor der vil opstå helt nye 'medie-arter': "As everything gets wired, media of all kinds are moving to the decentralized matrix known as the Net. While the traditional forms – broadcast, print – show few signs of vanishing, the Net is being invaded by new media species" (Kelly et al. 1997: 12). Og hvad der kendetegner denne nye population af netværksbaserede mediearter, er deres mangfoldighed og deres diversitet rækkende fra de store mastodonte medier til helt små mini-medier. De nye mediearters "most revolutionary advance" – hedder det – "may be the creation of a whole universe of small-scale (and not-so-small-scale) broadcast networks ... Networked media ... can create broadcasting networks of any size and shape, especially the intermediate size between TV and, say, personal mailing lists. You can push-pull broadcast to Llama keepers or home schoolers ... the Net ... will ... be a Net of push-laden networks, a world of nichcasting – thousands of mini-net-

works, ranging from micro-TV stations to totally customized personal programming ... Let a thousand media types bloom" (: 21-22).

Og endelig taler den digitale guru, Nicholas Negroponte, på samme måde om forandringer i medielandskabet i termer af 'push' og 'pull': "The economic models of media today are based almost exclusively on "pushing" the information and entertainment out into the public. Tomorrow's will have as much or more to do with 'pulling', where you and I reach into the network and check out something the way we do in a library or video-rental store today" (1995: 170). Hvorfor "Mass media will be redefined by systems for transmitting and receiving personalized information and entertainment" (1995: 6). Forandringer i medierne, der bl.a. forbindes til digitaliseringen og informationsmotorvejen, når de et andet sted uddybes: "Being digital will change the nature of mass media from a process of pushing bits at people to one of allowing people (or their computers) to pull at them. This is a radical change, because our entire concept of media is one of successive layers of filtering, which reduce information and entertainment to a collection of "top stories" or "best-sellers" to be thrown at different "audiences". As media companies go more and more toward narrowcasting, like the magazine business, they are still pushing bits at a special-interest group, like car fanatics, Alpine skiers, or wine enthusiasts ... The information industry will become more of a boutique business. Its marketplace is the global information highway" (1995: 84-5). Og hvad Negroponte her siger om de hidtidige økonomiske modeller og de radikale forandringer, de står overfor, har måske også signifikans for de videnskabelige modeller.

Hver på deres egen måde synes de – Crichton, Gilder, *Wired*-redaktørerne og Negroponte – således at sige: "Ingen Mediasaurus'er på Informationsmotorvejen!", "Nul Dinoer på Nettet!". Men hvad er massekommunikationsforskningens og massekommunikationsforskerens rolle i dette medielandskab efter evolutionsspringet?

Ovenstående er én mulig vinkling eller udlægning af overskriften: "Det förändrade medielandskapet – forskning om ny informationsteknologi". Der i en mere polemisk formulering kunne lade sig: "Kommunikationsforskningen efter Mediasaurus'en?".

'Det förändrade medielandskapet' og 'ny informationsteknologi'

'Det förändrade medielandskapet' og 'ny informationsteknologi' ... det er termer, der hyppigt anvendes i disse år. Og ofte uden det gøres klart, hvad der egentlig menes med disse 'landskabsmæssige forandringer' og denne 'nye teknologi'.

Man kunne måske indvende, at et 'forandret medielandskab' ikke repræsenterer nogen forandring i sig selv. Medielandskapet har altid forandret sig. Tænk på, hvad tv i løbet af bare 40 år har betydet for forandringer i familielivet, fritidsaktiviteter, underholdningsformer og forbrugsmønstre. Tænk på, hvad telefonen har betydet for etableringen og vedligeholdelsen af sociale relationer og social interaktion. Eller tænk på – i et lidt længere tidsperspektiv – hvad det trykte medie, bogen, har betydet for forandringer i, hvordan information distribueres, opbevares og overleveres.

Så det nye er ikke, at medielandskapet forandrer sig. Det har det for så vidt altid gjort. Det nye er ikke 'ny informationsteknologi'. Det er en gammel nyhed. Den har altid fornyet sig.

Derfor først et par indledende ord om, hvad der i denne sammenhæng menes, når der tales om 'ny informationsteknologi' og 'forandringer i medielandskapet'. Og om hvorfor det – alligevel – er specielt vigtigt at tale om lige nu.

Digitalisering & konvergens

Skal man indfange 'det nye' i den 'nye informationsteknologi' og de aktuelle og signifikante forandringer i et 'medielandskab i bestanding forandring', kunne det være gennem begreberne 'digitalisering' og 'konvergens'. Ikke kun brugt som præcist definerende termer, men også som en art fikserbillede, hvor billedet ændrer sig alt efter den synsvinkel, man vælger at anlægge. Hvad der fra et synspunkt kan tegne sig som konvergens, kan nemlig fra et andet synspunkt tegne sig som divergens. Deraf den kalejdoskopske subtitel: Digital konvergens, digital divergens.

'Digital' skal først og fremmest forstås i forhold til sin modsætning 'analog'. Analoge medier baserer sig – meget kort fortalt – på signaler, der består af kontinuert varierende værdier. Ved at måle på disse værdier kan der uddrages information. Digitale medier baserer sig omvendt på diskontinuert

information. De nedbryder den naturlige verdens kontinuum og konstante flow af data til en serie af adskilte 'samples', der tages med jævne intervaller (jo mindre intervaller, jo bedre kvalitet). Et digitalt signal kan kun have én af to mulige værdier: 0/1, on/off, fraværende/nærværende etc. Det er denne binære kode eller digitale kode, der er computerens sprog. 'Digitalisering' og 'den digitale revolution' refererer således til skiftet fra analoge til digitale medier og teknologier: oversættelsen af forskellige former for information – bogstaver, tal, lyd, billeder – til et universelt sprog af 0'er og 1'er, til en sekvens af manipulerbare numre, der kan læses af en computer.

Dette tilsyneladende fundamentale teknologiske skifte i, hvordan signaler kodes, får en række meget vidtrækkende konsekvenser for mediernes egenskaber og karakter:

Digital information kan repræsentere mange forskellige udtryksformer og underliggende informationstyper, og disse forskellige informationstyper behandles på principielt samme måde. Dermed bliver det også muligt at overføre information fra et medie til et andet og således frigøre informationen fra det enkelte medie. Med digitalisering bliver alle medier derfor oversættelige til hinanden, og computeren bliver en slags universelt medie eller et metamedie, der kan simulere alle andre medier, teknologier og udtrykssystemer.¹ Ydermere vedrører digitaliseringen både transport, processeering, lagring og genfindning af information – og dermed alle væsentlige aspekter af kommunikations- og informationsbehandlingsprocessen.

Digital information er lettere at bearbejde og kan i princippet bearbejdes i det uendelige. Informationsbearbejdningen kan her foregå på alle tidspunkter og stadier i processen: i produktionen, dvs. i oversættelsen til den digitale form, i overførslen af information, eller i brugerens modtagelse og brug af produktet.

Digital information kan indeholde meta-information, information om information, bits om bits, der øger fleksibiliteten, bearbejdningmulighederne og 'intelligensen' i informationen.

Bl.a. på grund af de to sidste muligheder – at informationen også kan bearbejdes i selve reception- eller brugssituationen, og at den kan indeholde information om information – har digitale medier særlige muligheder og kapaciteter i forhold til interaktivitet.

Og derudover har digital information en lang række fordele af mere praktisk karakter: Den kan kopieres såvel som bearbejdes i det uendelige uden kvalitetsmæssige forringelser; den er ikke så udsat

for påvirkninger af 'støj' og fejlfortolkning som analog information; den er mere robust i forhold til fejl og giver bl.a. mulighed for effektiv fejlfinding og fejlretning; den kan deles af og udveksles mellem mange brugere over netværk; den er lettere at kryptere; den fylder mindre og er derfor nemmere og mere økonomisk at lagre og transportere; og ikke mindst kan den i modsætning til analog information komprimeres i et efterhånden betydeligt omfang. Digitalisering tilbyder derfor også muligheder for at levere traditionelle, lineære og ikke-interaktive informationer og medier på en mere økonomisk måde. I mange tilfælde vil digitalisering således også blive brugt af den etablerede medieindustri til at levere traditionelle produkter og indhold (digitalt broadcast-TV og -radio) i nye mere økonomiske og effektive former.

Begrebet 'konvergens' refererer tilsvarende til flere samtidige og delvis sammenhængende bevægelser i det aktuelle medielandskab:

På det teknologiske niveau refererer det til, at forskellige tidligere adskilte medier (tryk, broadcast, telefoni, kabel, etc) – netop i kraft af digitaliseringen – baseres på de samme teknologiske principper, således at de indbyrdes bevæger sig mod hinanden – og at alle konvergerer mod computeren. Konvergens og digitalisering er således, hvad det teknologiske niveau angår, to sider af samme sag.

På det produktmæssige plan refererer det til, at forskellige tidligere adskilte udtryksformer og informationstyper – såsom tekst, lyd, faste og levende billeder osv. – nu umiddelbart kan kombineres og dermed konvergerer i flermediale udtryk, såkaldte *multimedier*. Hvad medieproduktet angår, er konvergens og multimedier således tilsvarende to sider af samme disk.

På det distributionsmæssige plan refererer det til, at forskellige tidligere adskilte tjenester og mediesystemer nu kan samles i de samme distributionskanaler og integrerede servicere eller netværk, såkaldte *full service networks*. For så vidt angår distributionssiden, er konvergens og digitale netværk således ligeledes to ord for det samme.²

Og endelig på det industrielle plan refererer det til, at forskellige tidligere adskilte branchegrene inden for især medie-, informations- og underholdningsindustrien indgår i forskellige samarbejdsformer: fordi den mediemæssige, teknologiske og produktmæssige konvergens forudsætter tilsvarende multimediale kompetencer hos producenter og udbydere; fordi de enkelte virksomheder vil (for) sikre sig i forhold til en usikker, uforudsigelig teknologisk og markedsrettet fremtid; og endelig fordi brancherne i stigende grad bevæger sig ind på

hinandens domæner. De mange fusioner, strategiske alliancer, opkøb og partnerskaber, der specielt inden for telekommunikations-, computer- og film-/tv-branchen annonceres i disse år, er det konkrete udtryk for denne store industrielle konvergens. På dette niveau er konvergens og industrielle alliancer således to sider af samme profitable mønt.

På dette sidste industrielle eller branchemæssige plan må man nok sige, at Crichtons spådom rammer ved siden af målet. Der er ikke meget, der tyder på, at massemedierne – betragtet som industri eller branche – står foran en snarlig uddøen. Snarere tværtimod. Aldrig før har mediekoncernerne vel været så livskraftige, mastodonte – og dinosauragtige.

Begrebet 'konvergens' har på samme måde som 'digitalisering' fået status af *buzzword* i det aktuelle medielandskab. Spørgsmålet er imidlertid, om begrebet fanger hele dynamikken i, hvad der er i gang. I alle tilfælde i det omfang 'konvergens' signalerer en bevægelse, der tager form af samling, indsnævring og koncentration. Måske er den modsatte term i virkeligheden lige så signifikant: *divergens*.

Det gælder f.eks., hvis man kigger på aktører og tilbud på markedet. Her er der ikke tale om en koncentration eller indsnævring af antallet af spillere og tilbud og dermed af den faktiske konkurrence. Der er tværtimod tale om, at de enkelte industrier og forretninger ekspanderer i form af stadig flere aktiviteter og dermed kommer til at overlappe hinanden. Konsekvensen er et stigende antal af spillere og tilbud i det enkelte område og dermed en dramatisk forøgelse af den generelle konkurrence.

Det gælder tilsvarende, hvis man ser på teknologierne. For selv om digitaliseringen betyder, at nye og gamle medier smelter sammen, og at mange teknologier og medier konvergerer mod computeren, så resulterer det langt fra i én enhedslig teknologi eller et enkelt standardiseret produkt. Tværtimod synes det at resultere i et helt spektrum af divergerende medier, teknologier og produkter. På den ene side synes medierne således at konvergere. På den anden side synes de samtidig at sprede sig i en bred vifte af nye medier og produkter – at divergere. Ligesom det enkelte medie synes at indoptage stadig flere forskelligartede, divergerende funktioner. Konvergens & divergens.

Om det gælder endelig, hvis man ser på tjenester og distribution. For selv om de digitale net betyder, at tjenester samler sig i *full service networks*, så synes mængden og typerne af services også at sprede og mangfoldiggøre sig. Heller ikke den meget omtalte 'informationsmotorvej' ser ud til at blive et

enkelt integreret system, men snarere et netværk af netværk, der kan udveksle informationer og tjenester med hinanden på en sammenhængende måde. På den ene side synes distributionsnet og tjenester således at vokse sammen. På den anden side synes disse net og disse tjenester at eksplodere i forskelligartethed.

På alle disse områder gemmer der sig bag konvergensbevægelsen en spredning og en mangfoldiggørelse af aktører, teknologier, produkter og tjenester. Hvad der for et synspunkt tegner sig som konvergens, tegner sig således for et andet som divergens. Som en art fikserbillede synes billedet at ændre sig alt efter den synsvinkel, man vælger at anlægge. Konvergens og divergens i samme digitale bevægelse.

Medierevolution?

Der har hersket stor uenighed om, hvordan man skulle vurdere disse udviklinger. Folk som Crichton og Gilder har måske overdrevet radikaliteten af omvæltningerne og solgt skindet inden Mediasaurus'en var død. Mere besindige mediasaurus-forskere har midt i den teknologiske turbulens ment, at der ikke var noget væsentligt nyt under solen, at man skulle klappe hesten – og klappe dinosaurer.

Men aktuelt er der måske større farer for, at forandringsprocesserne undervurderes, end at de overvurderes. Radikaliteten af og hastigheden i forandringerne er betydelig. Og samtidig har (masse)-medieforskere generelt været forholdsvis træge til at tage udfordringerne fra de nye medier op.

Digitalisering er ikke noget, der skriver sig fremtiden til. Den såkaldte 'digitale fremtid' er allerede forlængst ankommet. En lang række teknologier og medier er blevet eller er i øjeblikket på vej til at blive digitaliseret. Computermedier, multimedier og netmedier som Internet har selvklart været det fra begyndelsen – de er født digitale. PC'en har kun eksisteret i godt 15 år, og den står allerede i over halvdelen af f.eks. de danske hjem. Ydermere er der i arbejdssammenhæng mere end én computerarbejdsplads per funktionær. Det gør PC'en til en af de hurtigst voksende medieteknologier nogensinde. Internettets vækst er som bekendt helt uden sidestykke.

Samtidig er det ikke kun de 'nye medier' eller 'ny informationsteknologi', der repræsenterer forandringerne og digitaliseringen. Også de gamle medier og teknologier digitaliseres.

Det er allerede i stort omfang sket for teksten og de trykte medier gennem elektronisk tekstbehand-

ling, desktop publishing, elektronisk publicering, elektroniske on-linetjenester og elektroniske aviser. Der er – forbavsende hurtigt – sket for musikdistributionen gennem overgangen fra LPen til CDen. I de seneste år har telefonen og telenettet gennemgået en digitaliseringsproces, som yderligere med voice-response-systemer, interaktive telefon-tjenester osv. er ved totalt at forandre opfattelsen af, hvad telefonen er og kan være som medie. Digitale billeder og digital video er blevet accepteret som fremtidens standard med konsekvenser for fotografiet og levende billeder. Og netop i disse år tager de store traditionelle massemedier som radio, tv og film hul på deres 'digitale fremtid'.

Ydermere smelter mange af de nye og gamle medier nu sammen – konvergerer – i digitale udgaver: tv & computer; avisen & computer & telefon-baserede on-linetjenester; computer & fax & mail & telefon. På den ene side synes medierne således at vokse sammen. På den anden side synes det enkelte medie at indoptage stadig flere forskellige kommunikationsfunktioner. Igen: Konvergens & divergens.

Dertil kommer yderligere, at computere forstået som mikroprocessorer (som vi kun har kendt i ca. 40 år) i dag findes allevegne i de teknologier, vi omgiver os med i hverdagen: armbåndsure, vaske-maskiner, mikrobølgeovne, brødristerere, telefonsvarere, termostater, CD-afspillere, legetøj, spillende lykønskingskort, biler osv.

Så det er ikke kun den såkaldt 'ny informations-teknologi', der udgør omvæltningerne, også de 'gamle medier' og ældre konsumteknologier bidrager til det forandrede medielandskab. Faktisk kan man hævde, at stort set alle væsentlige medier, der er blevet opfundet fra det 15. århundrede til i dag, nu – på forskellige niveauer og i forskelligt omfang – er på vej til at blive digitaliseret. Digitaliseringen er allestedsnærværende og omnipotent.

Samtidig er disse omvæltninger kommet overraskende hurtigt. Så sent som i begyndelsen af 90'erne var der europæiske iagttagere, der argumenterede for, at digital video først ville blive en realitet inde i det nye årtusinde. Og man kan endog finde 'fremtidsorienteret' forskning fra begyndelsen af dette årti, som overhovedet ikke nævner digitaliseringen som en relevant faktor i de næste ti års udvikling i de elektroniske medier. Så hvis begrebet 'medierevolution' eller 'kommunikationsrevolution' – i betydningen af ganske hurtige, omfattende og dybtgribende ændringsprocesser – nogen sinde har haft nogen berettigelse, så må det være i forbindelse med computeriseringen og digitaliseringen. Bl.a. på baggrund af de tidligere store

medieforandringer, der ellers har gjort sig fortjent til denne betegnelse: Gutenbergs bogtryk eller mekaniseringen, som forløb over flere århundreder, og elektrificeringen eller de elektroniske medier, som har været undervejs i det meste af dette århundrede.

Nogle har da også udpeget denne digitalisering som *det* centrale tema i 90'ernes medieudvikling. Enkelte har – muligvis overpointeret – hævdet, at den igangværende digitale revolution og netmedierne har samme skelsættende karakter som – netop – Gutenbergs opfindelse af bogtrykket. "Computeren er en ny type af medium. Gutenberg er kommet, og vi har endnu ikke genkendt ham", siger f.eks. 'new media'-guru Allan Kay. "Internettet vil have større indflydelse på civilisationen end Gutenbergs opfindelse af bogtrykket", siger Bill Gates.

Men ligegyldigt *hvor* det epokale sidestykke skal søges, så er der formentlig gode grunde til at ofre forskningsmæssig opmærksomhed på forandringsprocesserne netop i disse år, hvor de for alvor tager fart. Hvis det er rigtigt, at den digitale revolution har samme karakter som Gutenbergs opfindelse, så skulle vores eftertid nødt til kunne sige om os, at vi – ligesom de håndkopierende klostermunke i scriptorierne på Gutenbergs tid – desværre ikke opdagede det, fordi vi var optagede af langt vigtigere gøremål.

Mediasaurusforskning

Spørgsmål, der hermed melder sig, er selvklaart, hvad alt dette betyder for medieforskningen?: Er den gamle massekommunikations- eller mediasaurus-forskning i besiddelse af de dækkende begreber, teorier og metoder til at indfange de aktuelle forandringer i medielandskabet og til at analysere de nyopdagede medieformer? Eller bliver den eksisterende massemedieforskning i takt med den igangværende udvikling i stadig ringere grad i stand til at begribe og forklare sit eget objekt? Kort sagt: Må revolutionen i medierne nødvendigvis følges af en tilsvarende revolution i medieforskningen? Og hvordan ser en sådan 'ny' – digital, konvergerende – medieforskning i givet fald ud? Post Mediasaurus.

Frem til i dag har medieforskningen i al overvejende grad været en 'mediasaurus'-forskning, i den forstand at den har baseret sine begreber, modeller, teorier og indsigter på broadcast-medierne – primært tv, radio, avis, film – og dermed på envejs-kommunikation og en-til-mange kommunikation. Bl.a. på grund af den dominerende rolle netop massemedierne har spillet i de vestlige samfund i

det sidste halve århundrede – og *massekommunikationsforskningen* følgelig er kommet til at spille i medie- og kommunikationsstudierne.³ Med denne model er også fulgt bestemte opfattelser og grundkoncepter som: afsender, modtager, intention, effekt, kanal, medie osv. samt bestemte implikationer for forholdet mellem aktiv afsender, passiv modtager, informationstransport osv.

Den igangværende medieudvikling med fremkomsten af de nye digitale computerbaserede medier er imidlertid mere eller mindre entydigt kendetegnet ved en bevægelse væk fra massekommunikation af broadcast-typen og mod andre typer af kommunikation. I dén forstand har Crichton måske ret, når han siger, at "Today's mass media is tomorrow's fossil fuel".

Der er mange måder, hvorpå man kan anskueliggøre den aktuelle medieudvikling og "det forandrede medielandskab". I denne sammenhæng skal der opstilles 5 billeder af et landskab i forandring – af pladshensyn kommer det imidlertid til ske i en art stenografisk kort-form.

Interpersonel kommunikation versus massekommunikation

Én mulighed for at anskueliggøre den aktuelle medieudvikling er ud fra den måde kommunikationsstudierne traditionelt har differentieret og organiseret sig selv.

En af de mest fundamentale og bedst bevogtede distinktioner i kommunikationsstudierne er opdelingen mellem massekommunikation på den ene side og interpersonel kommunikation på den anden. Denne opdeling har – mindre af saglige og faglige grunde end af historiske og institutionspolitiske årsager – antaget en så konstituerende karakter, at forskningen i de to områder har udspaltet sig i to separate forskningsinstitutioner og videnskabelige traditioner. Distinktionen er konstitutiv, forstået på den måde, at traditionerne i stort omfang har defineret sig negativt i forhold til hinanden. Det bliver tydeligt, hvis man ser på, hvordan de to traditioner har defineret og konstrueret deres objekt.

- Massekommunikationsforskningen definerer sit objekt som 'medieret kommunikation', dvs. kommunikation, der foregår gennem tekniske udbredelsesmedier, mens interpersonel kommunikation definerer sit objekt som 'umedieret kommunikation', 'face-to-face kommunikation', dvs. kommunikation, der foregår uden tekniske udbredelsesmedier.

- Massekommunikationsforskningen definerer sit objekt som indirekte kommunikation, dvs. kommunikation, der har en rumlig eller tidslig distance mellem kommunikationspartnerne, mens interpersonel kommunikation definerer sit objekt ved direkte kommunikation og interaktion, dvs. inden for samme tid og rum.
- Massekommunikation definerer sit objekt som 'envejskommunikation', dvs. kommunikation, hvor informationen kun flyder den ene vej, og hvor der ikke er nogen rolleveksling og gensidighed mellem afsender og modtager; mens interpersonel kommunikation definerer sit objekt ved tovejs-kommunikation og ved gensidighed mellem afsender og modtager.
- Massekommunikation er derfor karakteriseret ved minimal feedback fra modtager til afsender, mens interpersonel kommunikation er karakteriseret ved maksimal feedback.
- Massekommunikation er karakteriseret ved fravær af interaktion (eller udelukkende ved såkaldt 'simuleret' eller 'parasocial interaktion') mellem afsender og modtager, mens interpersonel kommunikation er præget af høj grad af interaktion mellem kommunikationens parter.
- Massekommunikation er defineret ved kommunikation, der er henvendt til et stort, spredt, heterogent, anonymt publikum; mens interpersonel kommunikation er defineret ved to eller få deltagere, der er placeret ansigt til ansigt.
- Massekommunikation er defineret ved kommunikation, der er offentlig, dvs. uden begrænsning og personligt definerede deltagere, mens interpersonel kommunikation er defineret ved privat, personlig defineret kommunikation.

Masse-kommunikation	Interaktiv kommunikation	Interpersonel kommunikation
Medieret	medieret p.-til-p.	Umedieret
Indirekte	indirekte	Direkte
En-vejs	én-og-to-vejs	To-vejs
Min. feedback	stor feedback	Max. feedback
Ingen interaktion	interaktivitet	Interaktion
Én afsender vs stort publikum	mange afsendere vs. mange brugere	Få ligeberettigede deltagere
Offentligt	offentligt/privat	Privat

De nye informationsteknologier og netmedier kan vanskeligt rubriceres i en sådan skematik. De udgør derimod på mange måder med deres inter-

aktivitet og dialogiske kapacitet en mediering eller en konvergens af massemedier og interpersonelle medier – som en art 'interpersonelle massemedier'. Umiddelbart synes de nye medier derfor at falde ved siden af eller i et ingenmandsland mellem de to forskningstraditioners traditionelle beskæftigelsesområder og udsynsfelter. Det er måske én af grundene til, at kommunikationsforskere fra de to lejre har haft blinde vinkler i forhold til de nye interaktive medier og derfor har været så forholdsvis træge til at tage udfordringen fra disse medier op. På længere sigt nødvendiggør de nye medier imidlertid en reintegration af teoridannelser fra forskningen i henholdsvis massekommunikation og interpersonel kommunikation og dermed også en gentænkning af nogle af kommunikationsstudiernes mest fundamentale grænser og opdelinger og mest centrale forudsætninger og begreber. Konvergens i medierne må med andre ord nødvendigvis følges af en konvergens i mediestudierne.

Det kan allerede spores i en ny og voksende interesse for at anskue fænomener inden for massemedierne ud fra teorier hentet fra interpersonel kommunikation,⁴ ligesom det kan spores i, at den teoretiske inspiration i stigende grad hentes fra skoler, der opstod i reaktion til Shannons lineære opfattelse af kommunikation til fordel for f.eks. ældre cirkulære og retroaktive – og mere komplekse – modeller, som bl.a. var foreslået af Norbert Wiener (Bateson, Hall, Goffman).

'Tomitas Grid' og kommunikationens 'sorte hul'

En anden – i hvert tilfælde hurtig og illustrativ – måde at anskueliggøre den aktuelle medieudvikling på er via 'Tomitas Grid'. Medier kan fra en bestemt synsvinkel opfattes som særlige bestræbelser på at overvinde tid og rum. Den japanske kommunikationsforsker Tetsuro Tomita har derfor forsøgt at indplacere de forskellige medier i et tids-rum netværk. Tiden angiver her den tid, det tager for afsenderens meddelelse at nå modtageren, og rummet angiver antallet af modtagere, meddelelsen kan nå. Det enkelte medie vil her okkupere en signifikant del af dette tids-rum netværk, der siger noget om mediets særlige natur, kommunikative funktion, indhold osv.⁵

Hvad 'Tomitas Grid' afslørede, var et 'media gap', dvs. et område, hvor det ikke var muligt at kommunikere. En art 'sort hul' i kommunikationsrummet, der netop som sort hul ikke hidtil havde været synligt. Mange af de nye computerbaserede medier og computernetværk – da Tomita skrev sin

artikel: e-mail, bulletin boards, databaser; i dag også: Internet, intranets og WWW – placerer sig imidlertid netop i dette 'media gap' og udfylder det dermed. Disse mediers opstået fra græsrodderne og deres aktuelle popularitet og vækst – hævder Tomita – indikerer, at der var behov for kommunikation af denne type, som de traditionelle medier ikke havde understøttet eller kunne understøtte.

Samtidig er de fleste af disse medier mere fleksible med hensyn til tidsdimensionen såvel som med hensyn til antal af brugere. Hvad tidsdimensionen angår, kan eksempelvis et bulletin board nå næsten øjeblikkeligt, og det forudsætter ikke – til forskel fra broadcastmedierne – samtidig tilstedeværelse af afsender og modtager, men har en permanent karakter. Medier af denne type kan således fylde hele den lodrette akse i netværket. Og hvad angår antallet af brugere, kan eksempelvis en database være tilgængelig fra kun én bruger, nemlig den, der opretter basen, til i princippet alle på kloben. Medier af denne art kan således udfylde hele den horisontale akse.

De nye computerbaserede, digitale medier okkuperer derfor ikke kun det 'sorte hul', men i realiteten hele 'Tomitas Grid'. Som et nyt gravitationsfelt suger de nye mediers 'sorte hul' hele netværket til sig, netværket imploderer eller eksploderer og gør som tendens dimensioner som tid og rum irrelevante for kommunikationen.

Medietypologi og informationstrafikmønstre

En tredje – også rimelig hurtig – måde at anskueliggøre medieudviklingen på er gennem Bordewijk og Kaams matrix og medietypologi, der ikke baserer sig på tids- og rum-dimensionerne, men derimod på kommunikationens magtrelationer. Matrixen tager udgangspunkt i to grundlæggende spørgsmål, der drejer sig om, hvem der ejer og leverer informationen, og hvem der kontrollerer distributionen af den med hensyn til tid og emne. Ved at krydstabulere disse to momenter i forhold til, om de varetages af henholdsvis en central informationsudbyder eller en decentral informationsbruger, fremkommer der en matrix med fire principielt forskellige medietyper eller kommunikationsmønstre.

1) Hvis informationen produceres og ejes af en central informationsudbyder, og dette center også kontrollerer distributionen af informationen, har vi et kommunikationsmønster af typen *transmission*. I dette tilfælde bliver der tale om envejskommunikation, hvor den signifikante brugermodus er den forholdsvis passive reception. Prototypiske eksempler

er klassiske broadcastmedier som radio og tv. Det er i dette hjørne Mediasaurus'en bor.

2) Hvis informationen produceres og ejes af et informationscenter, men kontrollen over, hvad der distribueres, og hvornår det distribueres, ligger hos informationsbrugeren, har vi et kommunikationsmønster af typen *konsultation*. I dette tilfælde er der således tale om, at informationsbrugeren retter en anmodning til centeret, hvorefter den ubede information leveres, hvor den karakteristiske brugermodus er det aktive valg mellem disponible muligheder. Prototypiske eksempler er her forskellige *on-demand*-tjenester, *on-line*-informationsressourcer, browsing, input til mediet, der bestemmer medietekstens forløb, indhold og varighed etc.

3) Hvis informationen produceres og ejes af informationsbrugeren, og kontrollen over distributionen også ligger hos disse informationsbrugere, har vi et kommunikationsmønster af typen *konversation*. Her er der tale om traditionel tovejs-kommunikation, dialog eller medieret interpersonel kommunikation (en-til-en, en-til-få, få-til-få), hvor den signifikante brugermodus er produktion af meddelelser, levering af input i dialog-struktur. Typiske eksempler vil her være telefon, e-mail etc.

4) Endelig, hvis informationen produceres af informationsbrugeren, men behandlingen og brugen af informationen kontrolleres af et informationscenter, har vi et kommunikationsmønster af typen *registrering*. I dette kommunikationsmønster indsamler centret m.a.o. information fra eller om brugeren, hvor det karakteristiske træk bliver mediesystemets oplagring, bearbejdning og udnyttelse af data og viden om brugeren. Man kunne måske kalde det mange-til-en kommunikation. I dette tilfælde vil typiske eksempler være forskellige centrale overvågnings- og registreringsformer. Men også forskellige former for individuel tilpasning af mediet i form af programmerbare software agenter, intelligente interfaces, adoptiveness, personalization, customization osv.

Blandt disse fire informationsmønstre er *transmission* det eneste, der er karakteriseret af envejskommunikation fra informationscenter til bruger, dvs. ved ikke at have en returkanal og dermed muligheden af et informationsflow *fra* informationsbruger til mediesystem. Frem til nu har kommunikations- og mediestudierne i al overvejende grad baseret sine modeller og indsigter på netop dette transmitterende mønster, og i mindre grad – primært inden for interpersonel kommunikation – på det konverserende mønster. Mens de to sidstnævnte kommunikationsmønstre er så godt som ubehandlede i kommunikationsforskningen – ligesom kom-

binationer af de forskellige informationsmønstre i øvrigt er det.⁶

Betrakter man den igangværende medieudvikling, som den former sig i forbindelse med digitalisering, telematik, computere, computernetværk etc., inden for rammerne af denne 2-dimensionale matrix, lader den sig bedst beskrive som en relativ bevægelse væk fra den øverste højre position og i retning af de andre positioner, dvs. fra det traditionelle transmitterende mønster mod især det konsulterende, men også det konverserende og registrerende mønster⁷ – og ikke mindst mod forskellige kombinationer af disse kommunikationsformer. Dette implicerer følgelig også en generel bevægelse væk fra de stærkt asymmetriske, centralistiske magtstrukturer og i retning af en større symmetri i eller distribution af magten. Disse nye medier, der åbner mulighed for forskellige former for input og informationsflow fra informationsbruger til system, repræsenterer på mange måder en modsætning til Mediasaurus'en og massekommunikationstankegangen og lader sig kun dårligt beskrive af envejsmodellerne og den terminologi, de har affødt. Set fra dette perspektiv kan man således hævde, at den eksisterende medieteori i takt med den igangværende udvikling i stadig ringere grad bliver i stand til at begribe og forklare aktuelle mediefænomener. Eller man kan fra den anden side hævde, at de nye medier udgør en voksende udfordring for den traditionelle medie- og kommunikationsforskning og nødvendiggør en gennemgribende gentænkning af alle de centrale modeller og begreber.

'Push-pull'-medier

De nye medier er imidlertid ikke kun udtryk for en forrykning i informationstrafikmønstrene, men også for nye kombinationer af og konvergenser mellem allerede kendte informationsmønstre. Inden for de senere år er disse nye medieformer ofte blevet diskuteret under buzzwords som 'push media' og 'pull media'.

'Push media' defineres her ved, at "Content is pushed to you" (Kelly et al. 1997: 14), hvor prototypen naturligvis er tv, radio og film: "Push media arrive automatically – on your desktop, in your email, via your pager ... The distinguishing characteristic of the new push media is that it finds you, rather than you finding it" (:17, 23). Mens 'pull media' omvendt karakteriseres ved "the invitational pull you make when you click on the Web" (:14). 'Push media' er således medier, der styrer dig (passive medier), mens 'pull medier' er

medier, du (interaktivt) styrer, og de svarer således i store træk til, hvad Bordewijk og Kaam kalder henholdsvis 'transmitterende' og 'konsultative' medier.

Indtil nu har de nye medie i form af 'Nettet' først og fremmest haft karakter af 'networked pull media', som det eksempelvis kommer til udtryk i the World Wide Web, men efterhånden vil de også – spår Kelly et al. under rubrikken "The radical future of media beyond the Web" – få karakter af 'networked push media'. Web'et, som vi kender det, er således ved at forsvinde, og i stedet tegner der sig omridset af en ny medietype i form af et distribueret, punkt-til-punkt medie: "a new medium is arising, surging across the Web in the preferred, many-to-many way: anything flows from anyone to anyone – from anywhere to anywhere – anytime. In other words, a true network like the telephone system, rather than a radiating system like radio or TV. This new medium doesn't wait for clicks ... It means personalized experiences not bound by a page ... It means information that cascades, not just through a PC, but across all forms of communication devices ... And it means content that will not hesitate to find you – whether you've clicked on something recently or not. It means, in short, a more full-bodied experience that combines many of the traits of networks with those of broadcast" (:14).

De nye 'networked push media' kan således på nogle punkter ligne TV og broadcasting, men ligheden bedrager: "The new networked media do borrow ideas from television, but the new media landscape will look nothing like TV as we know it. And indeed, it will transform TV in the process" (:17). Push medias mest revolutionerende udvikling bliver her måske (som citeret i indledningen): "...the creation of a whole universe of small-scale (and not-so-small-scale) broadcast networks. Until now, broadcast networks had to be huge to be ubiquitous. Smaller ones were proprietary and fixed. Really small ones were called mailing lists or videoconferences. Networked media, on the other hand, can create broadcasting networks of any size and shape, especially the intermediate size between TV and, say, personal mailing lists. You can push-pull broadcast to llama keepers or home schoolers, reconfiguring the shape of the network on the fly. Until now, the Net has been a place of pull-laden networks; now it will also be a Net of push-laden networks, a world of nichecasting – thousands of mini-networks, ranging from micro-TV stations to totally customized personal programming" (:21).

Men de nye medier bliver måske først og fremmest karakteriseret af en kombination af eller konvergens mellem 'pull media' og 'push-media' i nye former for hybride, innovative 'push-pull'-media, hvor det er muligt at "move seamlessly between media you steer (interactive) and media that steer you (passive)" (:12). Kelly et al. skriver: "the center of interactive media – increasingly, the center of gravity of all media – is moving to a post-HTML environment, a world way past a Web dominated by the page, beyond streamed audio and video, and fast into a land of push-pull, active objects, virtual space, and ambient broadcasting" (:12-3).

Det løfte, der ligger i 'push-pull'-medier, er således: "...to marry the programmed experience of television with two key yearnings: navigating information and experience, and connecting to other people. With networked media you get TV's high production values along with the intense communal experience of watching something together – virtual communities. You also get the ability to address small self-organizing audiences that broadcast could never afford to find. And you get well-crafted stories seamlessly integrated into other media, such as online conversations. This heightened ability to extract meaning, experience, or community – rare with content pushed by broadcast – is almost the rule with content pushed on a network" (:18).

De nye medier vil således, spår Kelly et al. – i øvrigt helt i overensstemmelse med Tomitas pointe – udfylde hele medie-kontinuumet: "Networked media offer nothing more and nothing less than this: an expanding set of possible in-between states, combinations of push and pull and the means to slide between them" (:19). Hvorfor disse medier "...take us one more step toward closing the gaps between existing media, toward one seamless media continuum, viewable in an infinite number of ingenious ways" (: 21-2).

Kommunikationsbegreber – Post Mediasaurus

En femte måde at anskueliggøre den aktuelle medieudviklingen på er ved at se på massekommunikationsstudiernes kernemodeller og -begreber. Her er der særlig én model, der har været solidarisk med massemedierne – bl.a. i kraft af sin betoning af kommunikationens lineære karakter, af kommunikation som transport, af aktive afsendere og passive modtagere osv. – og som derfor vandt stor tilslutning i massemediernes epoke. En model, der nu hører til blandt de mest udskældte, men også mest

tykhudede og sejlivede. Det drejer sig naturligvis om Claude Shannons kommunikationsmodel. Kommunikationsmodellernes dinosaur.

At kritisere Shannons model og kommunikationsteori i dag er selvkært at sparke åbne døre ind, at prøve at slå allerede ekstinkte arter ihjel. Det skal der ikke bruges energi på her. Derimod skal en række af disse kernebegreber – som måske indfangede centrale træk ved de traditionelle (masse) medier, men som i forhold til de nye medier måske ikke viser sig at være så selvfølgelige og sigende – tages op til genbesigtigelse, revurdering og reformulering.

<i>Medie-begreber</i>	
Medie – i teknisk forstand	Kommunikationsstruktur
Medie – som tjeneste	Medieanvendelse
Afsender	Organiserende deltager
Modtager (seer, læser, forbruger, konsument)	Bruger (deltager)
	...
Feedback (feedforward)	Interaktivitet
Informationstransport	'Communication'
...	Elektronisk medieret
...	kommunikationsrum
Støj	Brugervalg
Tekst	Proces

Tag f.eks. selve begrebet 'medie'? Tidligere kunne man umiddelbart sammenholde et teknisk apparat, en kommunikationstjeneste og dertil hørende afsenderinstitutioner og lade alle disse tre aspekter henhøre under 'medie'-begrebet, som f.eks. 'fjernsyns-mediet', 'radio-mediet', 'avis-mediet'. Nu kan forskellige apparater med konvergensens funktionelt varetage de samme opgaver: Man kan både modtage faxtjenester pr. faxapparat, pr. computer og pr. telefon. Man kan både modtage avisnyheder via avisen i papirudgave, via tekst-tv og via Internet. Man kan både høre radio over radiomodtagere, over kabeltv og over Internettet. Og omvendt kan ét apparat varetage mange forskellige funktioner. F.eks. computeren som tekstbehandler, datakommunikator og tv-modtager. Tv-apparatet som terminal for fjernsynsprogrammer, tekst-tv, radioprogrammer, videogames, e-mail og surfing på World Wide Web. På én gang sammenvoksning og differentiering af kommunikationsfunktioner. Konvergens og divergens.

Men hvad betyder begrebet 'medie' så overhovedet? Og på hvilken måde giver det mening at tale om f.eks. computeren som medie? radioen som medie? fjernsynet som medie? Vi kan tydeligvis ikke længere omgå begreberne med samme tryghed og selvfølgelighed som før. Tilsvarende kan vi heller

ikke med samme selvfølgelighed som før kalde os tv-forskere, computerforskere, presseforskere osv. Måske er det nødvendigt helt at skrotte den terminologi, der baserer sig på massemediernes og nu viser sig at være belastet af disse mediers særtræk, og i stedet forsøge at udmønte helt nye begreber. Og eksempelvis – som Lutz Goertz har foreslået det – erstatte 'medie' forstået som 'teknologi' med begrebet 'kommunikationsstruktur', og 'medie' forstået som 'tjeneste' med begrebet 'medieanvendelse', defineret som et produkt i slutmodtager-apparatet.

Den shannonske model og de shannonske begreber tog entydigt udgangspunkt i en transportmetafor, forstået som en overførsel af information, hvor kommunikationen kunne beskrives som en forholdsvis symmetrisk proces, idet indkodning og afkodning udgjorde ligedannede, men spejlvendte operationer. Fokus blev derfor ofte sat på den perfekte overførsel fra afsender til modtager. De nye digitale medier er imidlertid ikke kun kendetegnet ved at transportere, men også at processere – behandle, manipulere, omskabe – de data, der overføres. Her er der således ikke nødvendigvis tale om symmetri. Brugerens tekst kan i kraft af processeringen (og interaktiviteten) adskille sig betydeligt fra afsenderens tekst. Og det mest interessante aspekt er ofte, hvordan brugeren faktisk skaber teksten i brugen eller læsningen. Det kan give sig udtryk i hypertext og hypermedier, hvor brugeren tildeles stor indflydelse på den medietekst, der faktisk realiseres i mediebrugen. Det kan give sig udtryk i, at mediebrugeren selv ved hjælp af bit-ombit bestemmer, hvordan de data, der modtages, skal repræsenteres: som tekst, lyd, billeder, video eller 3-D grafik – uden afsenderen har nogen anelse om, hvordan bits'ene faktisk realiseres i modtagelsen. Eller det kan give sig udtryk i, at medieproduktet snarere end en fikseret meddelelse er en verden, der kan udforskes relativt uafhængigt af de forestillinger, 'afsenderen' måtte have gjort sig.⁸ Den teknologiske konvergens resulterer på dette plan med andre ord i en ny divergens mellem afsender, medietekst og modtager. Den klassiske model fanger ikke – eller kun meget ufuldstændigt – disse aspekter. I modellen havde man begrebet 'støj' til at dække alt det, der interfererer med eller modificerer den transmitterede meddelelse og forandrer det modtagne i forhold til det afsendte. I den forstand er de nye digitale, interaktive medier ekstremt 'støjende'. Men begrebet rammer kun i meget begrænset forstand, hvad der faktisk er på spil.

Forestillingen om kommunikation som blot og bar 'informationstransport' må således afløses af

en model for kommunikation som *både* overførsel og processering – bearbejdning, manipulation, håndtering – af information. Anthony Oettinger udmøntede f.eks. termen *communication* for at indfange den kobling af kommunikation og informationsbehandling (eller *computation*) som et særligt træk ved computeren som medie. Og Fredrich Kortz har foreslået, at forståelsen af kommunikation som informationstransport erstattes af en forståelse, som tager udgangspunkt i brugeren og som forstår kommunikation som et elektronisk medieret kommunikationsrum.

De samme reformuleringsbehov gør sig gældende for en lang række af de andre centrale kommunikationsbegreber. Den instans, som i den traditionelle model mere eller mindre uproblematisk kunne betegnes ved begrebet 'afsenderen', producerer i de nye medier – i visse ekstreme tilfælde – overhovedet ikke nogen meddelelse, men kontrollerer måske blot kommunikationens tekniske forløb, som det f.eks. er tilfældet ved et bulletin board-system, en video-on-demand service eller en web-server. Denne instans skulle måske – som ligeledes foreslået af Goertz – snarere betegnes 'organiserende deltager'. Og den instans, som i den traditionelle model blev betegnet 'seer', 'lytter', 'læser', der refererer til en bestemt informations-type, eller 'modtager', 'recipient', 'konsument', 'forbruger', 'publikum', der refererer til relativt passive praksiser, skulle måske udskiftes med betegnelser, der er neutrale overfor informationstype, og som betoner kommunikationens deltagende, aktive karakter som f.eks. 'bruger' eller 'deltager'; bl.a. fordi ideen om at bruge mediet, at deltage aktivt i kommunikationsprocessen og også at kunne fungere som leverandør af information og skabe netværker af informationsudveksling er kernen i de nye medier.⁹ Parallellen mellem de to begreber – 'deltager' og 'organiserende deltager' – skal her tydeliggøre, at begge instanser i det mindste teoretisk kan anskues som befindende sig på samme niveau.

Ligesom 'afsender'- og 'modtager'-instansen ændres, skifter også 'afsenderapparat' og 'modtagerapparat' karakter, idet større eller mindre dele af 'intelligensen' i de nye kommunikationssystemer ofte flyttes fra indkoder- til afkoder-momentet. Det kan give sig udtryk i, at modtagerapparatet overtager rutinemæssige funktioner fra modtageren, at afkodningen i stigende grad bliver adaptiv eller responsiv i forhold til brugerens behov, ønsker eller hidtidige adfærd, at modtagerapparatet kan bruges til at anmode om eller søge

efter information, etc. Også begreber som afsenderapparat/modtagerapparat, indkoder/afkoder skal derfor gentænkes og reformuleres.

Begrebet 'feedback', der i den traditionelle model henviste til modtagerens respons og tilbagemelding på afsenderens transmissioner, dækker kun en svag afglans af den informationstrafik, der kendetegner nye medier og mediesystemer bygget på returvejssystemer eller tovejs-kommunikation, hvor brugeren har mulighed for at anmode (on request, on-demand) om et bestemt indhold eller at bidrage med sit eget input af indhold i mediesystemet i form af deltagende eller dialogisk kommunikation. Man har derfor også forsøgt at lancere begrebet 'feedforward' til at dække det forhold, at processen begynder med, at modtageren anmoder om et bestemt indhold, som mediet herefter leverer. Men begrebet fanger stadig kun svagt det centrale og signifikante i processen, og det giver tydeligvis mere mening at tale om interaktivitet, (medieret) interaktion eller dialog end om feedback eller feedforward.¹⁰

Og tilsvarende gælder det for en lang række af de andre begreber inden for kommunikationsforskningen, der er afledte af eller solidariske med massekommunikationsmodellen: gatekeeper, two-step-flow-modeller, studier af medieeffekter, kvantitativ indholdsanalyse, etc. Her som på mange andre punkter viser den gamle massemedieterminologi og massemediemodells svagheder sig. De begreber, der måske indfangede centrale træk ved de gamle massemedier indfanger ikke de signifikante træk ved de nye; og de begreber, man før kunne bruge med største selvfølgelighed, falder nu ikke så selvfølgelige længere. De nye minimedier og netværksmedier er således ikke kun afblæsnings-signalet for de gammelkendte massemedier, men også retræten for kommunikationsmodellernes dinosaur. Det er i høj grad nødvendigt at udmønte nye begreber, som bedre er i stand til at begribe og beskrive det nye landskab.

Medieforskning – Post Mediasaurus

Ud over disse overordnede begreber er der en lang række mere specifikke områder og problematikker, som kræver særlig opmærksomhed fra en kommunikationsforskning – *post mediasaurus*. En håndfuld af disse skal kort omtales i det følgende. Og i denne sammenhæng af *oplæg til* diskussion mere som åbnende spørgsmål end som lukkende konklusioner.

Interaktivitet

Et af de mest signifikante og centrale træk ved de nye medier er – som nævnt flere gange – deres interaktive karakter, dvs. at medierne udover de konventionelle mediers output fra mediesystem til bruger også åbner mulighed for forskellige grader af og former for input fra bruger til medie eller mediesystem, hvor dette input har signifikante konsekvenser for meddelelsens udtryksside (form, ordning, forløb, varighed etc.), og dermed igen signifikante konsekvenser for medietekstens indholdsside.

Men selv om denne vurdering af de nye mediers særlige interaktive egenskaber er almindelig udbredt, og selv om 'interaktivitet' har været omgærdet af megen *hype* og medieomtale, så er det i videnskabelig forstand et markant underdefineret og underbehandlet område.¹¹ Inden for medie- og kommunikations-forskningen findes der således endnu ikke en samlet teori om fænomenet endsige en konsensus-definition af begrebet. Interaktivitet er derfor et felt, hvor kommunikationsforskningen nødvendigvis må etablere nye teorier og analytiske begreber.

Nogle af de spørgsmål, der stiller sig, er: Hvordan begrebsliggøres interaktivitet? Hvordan skal man forstå den interaktive bruger? Hvad betyder interaktivitet for det indhold, der kan formidles? Hvad er det specielt 'nye', 'underholdende', 'informativt' appellerende etc. i interaktivitet? Og ønsker brugerne overhovedet interaktive medier?

Indhold

Det interaktive aspekt rejser en række medieteknologiske spørgsmål, men det rejser også en række, der har med mediernes indhold at gøre. Og de er som altid de mest interessante. På den ene side vil indholdet i de nye medier formentlig ikke være radikalt forskelligt fra indholdet i de gamle. Verden i den digitale, interaktive tidsalder vil nemlig – som Peter Gruber fra Sony Pictures Entertainment udtrykker det – "stadig være en verden, der drives af talent, fortællinger og melodier".¹² Bran Faren fra Disney Imagineering siger tilsvarende: "Technologies are changing, but people's are not ... What it takes to touch their hearts has remained constant for thousands of years". Og John Lasseter samstemmer: "flashy f/x may get people into the theater, but the essentials – plot and character development – are what keep them in their seats".

Her melder sig en anden mulig læsning af Michael Crichtons "Today's mass media is tomorrow's fossil fuel". Indhold er nemlig som fossilt brændsel eller olie på vej til at blive en sjælden ressource. Med de nye umættelige digitale lagermedier og den umættelige båndbredde bliver det et problem at finde indhold til at udfylde mediernes kapacitet. Det er Springsteens tema om: "57 Channels (and Nothin' on)". Morgendagens medier må derfor i stort omfang leve af brændstoffet fra fortidens Mediasaurus'er, – i genpakkede, recirkulerede, relancerede udgaver. Det er en af årsagerne til de mange opkøb af mediearkiver og indholds-biblioteker, man ser i disse år.

På den anden side vil interaktiviteten og den nye konvergens af computere og indhold naturligvis også ændre betingelserne for, hvordan man kan formidle indhold, og hvilket indhold, der kan formidles. Spørgsmål, der derfor melder sig, er: Hvad vil digitalisering, konvergens, interaktivitet etc. betyde for de historier, der kan fortælles? for de henvendelsesmåder og æstetiske former, der kan tages i brug? for de services, der kan tilbydes? for de erfaringer, der kan repræsenteres? og for de oplevelser, der kan simuleres? og hvad er det signifikant 'nye' i interaktive programmer, tjenester og indhold?

Indholdssiden er på mange måder den, der er mindst udviklet i forhold til de nye medier. Nye udtryksformer, produkter, formater, genrer og tjenester vil givetvis opstå. Da PC'en blev introduceret, var regnearket stort set den eneste applikation, man kunne forestille sig for det nye medie. Men da først teknologien var på plads, udviklede der sig hurtigt en mængde nye applikationer ingen tidligere havde kunnet fantasere sig til. Det samme vil utvivlsomt ske med de nye medier.

En central problematik er her også, hvordan man analytisk skal tilnærme sig de nye indhold. De fleste indholdsanalytiske tilgange har som deres fælles forudsætning, at der eksisterer en faktisk realiseret tekst med en begyndelse og slutning og med forholdsvis faste og identificerbare træk. Men hvordan går man analytisk til et medieprodukt, der ikke foreligger som manifesteret tekst? men derimod som en ikke realiseret programtekst, en virtuel verden, man individuelt kan gå på opdagelse i? eller en samling af data, der i brugen kan realiseres på en mangfoldighed af måder? hvor man selv – som Nicholas Negroponte taler om – kan indstille indholdet af sex, vold og politisk observans på samme måde, som man i dag justerer lydstyrke og

kontrast? (Negroponte 1995: 49). Kort sagt: Hvordan analyserer man en medietekst, der divergerer?

Mediekultur

Interaktivitet og konvergens af computere og indhold rejser som antydning en række spørgsmål, der har med medieteknologi og medieindhold at gøre, men det rejser også spørgsmål vedrørende mediekultur og mediebrugerens. En mediekultur, der ikke bygger på passive envejsmedier og broadcasting, men på interaktive medier og dialogisk kommunikation vil givetvis være noget ganske andet. Og vi ved i dag stort set intet om den interaktive bruger og interaktive bruger kulturer, f.eks. med hensyn til søgemønstre, valg, handlinger, fortolkninger, fornujser.

Spørgsmål, der rejser sig, er bl.a.: Kan 'interaktivitet' forøge den massive kulturelle og kommercielle succes, som traditionel broadcasting allerede har opnået? Eller anderledes og mere forretningsmæssigt formuleret, som det lyder i mange branche- og konsulentrapporter i dag: ønsker de almindelige seere eller (for)brugere overhovedet interaktive medier og interaktive tjenester? og hvad er de villige til at betale for det?

De nye mediers mediehistorie

Det kan muligvis forekomme overskruet at pege på nødvendigheden af en mediehistorisk tilgang i forhold til et medie, der dårligt nok har meldt sin ankomst på den historiske scene. Men det er ikke desto mindre afgørende for at forstå de nye medier. Feltet omkring de nye medier er nemlig i ekstrem grad præget af historisk amnesia. Det er der flere grunde til:

Dels ligger det i den kulturelle logik omkring de nye medier, at det kun er 'det nye' der er det 'interessante', 'legitime' og 'prestigefyldte' at beskæftige sig med. I det øjeblik version 4.1 er ude, er det tæt på diskvalificerende at befatte sig med version 4.0. Dels ligger det i den forretningsmæssige logik omkring, hvordan de nye medieteknologier bliver til. De fleste forsknings- og udviklingsprojekter er privat finansierede. Bliver de succesfulde, forsøger man at holde resultaterne skjult for konkurrenterne. Bliver de fiaskoer, forsøger man at holde dem skjult for aktionærer og investorer. I begge tilfælde er dataene vanskelige at komme til for forskningsverdenen. Og resultater, viden, erkendelser bliver derfor ofte ikke bevaret. Og endelig gør kravet om publicity, finansielt grundlag og kommerciel succes det nødvendigt, at ethvert nyt forsøg bliver

udråbt til noget revolutionært. Enhver aldrig så lille forbedring og modifikation i en eksisterende teknologi eller enhver kombination af eksisterende teknologier bliver således ofte lanceret som en helt ny og revolutionerende nyskabelse. Derfor er 'fødslen' af 'interaktivt tv' blevet proklameret gentagne gange gennem de seneste årti. Alt sammen tendenser, der er med til at fremkalde en tilstand af almindelig historisk hukommelsestab.

Medieforskningens ekspanderende genstandsfelt

Selv om massemedierne måske er døende dinosaurer, så kan man uden at hengive sig til den dubiose fremtidsforskning ret sikkert hævde, at kommunikation og medier som felt ikke står foran en snarlig uddøen. De har en lang og forholdsvis sikker fremtid foran sig.

En stadig større del af virkeligheden i de moderne samfund er medieret – formidlet af medier. Med de nye medier tager udvidelsen af den medierede verden imidlertid endnu et evolutionsspring. En lang række aktiviteter, som før var henlagt til umiddelbar social interaktion og ansigt-til-ansigt kommunikation – shopping, banktransaktioner, køb/salg, undervisning, sociale tjenester, sundhedstjenester, leg og spil etc. – bliver nu medierede aktiviteter i form af Interaktivt TV, *full service networks*, trådløse teknologier, integrerede multimedia-tjenester til hjemmet osv. Kelly et al. udmåler det på følgende måde i forhold til tematikken omkring 'push media': "Push media will penetrate environments that have, in the past, been mediafree – work, school, church, the solitude of a country walk. Through cheap wireless technologies, push media are already colonizing the world's last quiet nooks and crannies ... Media abhors a vacuum. It will colonize any vacant communication channel" (: 17, 22).

Men hvad sker der, når alle disse områder bliver medieformidlet? Og hvad betyder det, når store dele af hverdagslivets aktiviteter pludselig bliver centrale anliggender for og i realiteten underafdelinger af kommunikationsforskningen? Samtidig indtager netop medierne en langt mere central plads i den pågående overgang til det såkaldte informationsfund, medie-samfund eller kommunikationssamfund; i den internationale industrielle konvergens; ligesom de befinder sig i hjertet af strategierne med henblik på reorganisering af relationerne mellem stat og borger, producent og konsument, lærer og elev osv.

Så måske har massemedieforskeren mistet sit foretrukne forskningsobjekt: den mastodonte Mediasaurus. Men måske åbner der sig samtidig – hinsides Mediasaurus'ens æra – et endnu større landskab med en langt mere mangfoldig population af mindre og mellemstore – konvergerende og divergerende – medier.

Medieforskningen – tendenser

Ny informationsteknologi og nye medier har som emne og praksis i dag opnået en samfundsmæssig støtte, der nærmer sig konsensus. Men der er en skærende kontrast mellem denne ekstraordinære aura af konsensus og den mobiliserende kraft omkring ekspansionen af de nye medieteknologier på den ene side, og på den anden side den status, der er opnået på det teoretisk område med hensyn til viden eller blot i definitionen af begreberne, som langt hen er præget af forvirring, usikkerhed og tøven.

Spejder man hen over det aktuelle *teoretiske* landskab, kan man identificere en række nye arter eller mutationer:

- Der er en tendens til en stigende grad af *administrativ forskning*, der ofte er tæt bundet til statslig eller industriel planlægning og moderniseringspolitik og ofte tager form af operationaliseret eller funktionaliseret videnskab i skikkelse af udredningsrapporter og konsulent-arbejde mv. Denne type af forskning sætter naturligvis bestemte rammer for holdningen til og betingelser for vidensproduktionen. Kommissorierne underforstår ofte, at undersøgelsen foregår inden for systemet, dvs. der ikke kan stilles spørgsmål til systemet selv, dets kulturelle, sociologiske og økonomiske forudsætninger og konsekvenser. Betingelserne for at producere teori er således ofte indsnævrede, ligesom marginen for den kritiske tankes manøvrerumligheder og dens legitimitet er ganske smal.
- I delvis sammenhæng med ovenstående: en tendentiell bevægelse væk fra en teoretisk orienteret mod en mere common sense orienteret forskning samt en forskning af overvejende registrerende observans, koblet til en fascination af data og de teknologiske værktøjer, der håndterer dem.
- En fremvækst af en ny såkaldt *IT-journalistik*, som i medieforskernes fravær kommer til at udgøre den primære referencerammer for viden om de nye teknologier – også for forskerne – med alle denne diskurs indbyggede begrænsninger: nyhedens eller sensationens interesse, det korte tidsperspektiv, hurtigheden og overfladiskheden, og den manglende teoretiske refleksion. En diskurs, som i mange tilfælde er svær at skelne fra den rene pr.- og reklamediskurs.
- Samt en tendens mod en teknokratisk-demokratisk opfattelse, der naivt sætter demokrati lig med teknologi og i manglen på definition af den første term slutter, at mere teknologi leder til mere demokrati: at mere interpersonel udveksling, flere kommunikationskanaler i sig selv fremmer demokratiet.

Disse mutationer – som naturligvis ikke udgør den fulde population og det totale landskabsbillede – tilfredsstiller selvklart langt fra behovet for viden om og teorier til at forstå den nye medieteknologi og det forandrede medielandskab og dets betydning. Om der er en sammenhæng eller solidaritet mellem på den ene side Mediasaurus'ens forsvinden og på den anden side fremkomsten af disse nye teoretiske mutationer samt det fravær af en kritisk teoretisk position, som de implicerer, kan man naturligvis kun gøre sig spekulationer om.

Men i dette forandrede landskab og i disse nye medieomgivelser skulle den kritisk teoretiske refleksion og forståelse nødtigt vise sig tilsvarende at blive en 'Teorisaurus' – et kritisk, teoretisk væsen, der nu kun eksisterer som uddødt pre-historisk fænomen.

Noter

1. Jf. Niels Ole Finnemann 1998.
2. *Wired* omtaler det f.eks. på følgende måde: "Their central mission is to shoot every conceivable media flavor across, through, in between, and around a network that includes every conceivable hardware device. In effect, they unify the mediascape, making it possible to send a video to a phone, to push an email to a dashboard, or insert your preferred colors and body size into a clothes ad" (: 15).
3. Jf. f.eks. titlen på den nordiske konference, hvor dette paper blev præsenteret: "Den 13 nordiska konferensen för masskommunikationsforskning". Eller sammen-

- lign omfanget af den forskning, der foreligger om f.eks. tv med den der foreligger om f.eks. telefonmediet.
4. Cf. f.eks. Gumpert, G. & R. Cathcart 1986.
 5. Eksempelvis af formen: Stort publikum=universelt indhold; En-til-en kommunikation=selektivt indhold; osv.
 6. Jf. nedenfor om 'push-pull media'.
 7. Denne bevægelse er helt solidarisk med bredere kulturelle bevægelser i retninger af, at massemarkedet afløses af niche-markeder, massedistribution afløses af segment-tænkning og målrettet markedsføring, traditionel broadcasting afløses af narrow-, niche- eller pointcasting etc. Den mediemæssige konvergens modsvares tilsyneladende på et bredt plan af en produktmæssig, markedsrettet og kulturel divergens.
 8. Negroponte skriver f.eks.: "The medium is not the message in a digital world. It is an embodiment of it. A message might have several embodiments automatically derivable from the same data. In the future, the broadcaster will send out one stream of bits ... which can be converted by the receiver in many different ways. The same bits can be looked at by the viewer from many perspectives" (1995: 71).
 9. Det skifte, der inden for de sidste mange år har kunnet iagttages inden for medieforskningen i retning af en større interesse for modtageren og en tilsvarende svækket interesse for afsenderen, er således – selv om denne tendens ikke har haft sit centrum i de nye medier, men derimod i de traditionelle masse- og broadcastmedier som eksempelvis tv – solidarisk med de her beskrevne bevægelser, hvis konsekvens også er en større vægt på brugeren af mediet.
 10. I alle disse forslag til reformuleringer er der naturligvis ikke kun tale om simple nye etiketter for gammelkendte fænomener, men om begreber, der har dybtgribende konsekvenser for hele konceptualiseringen af det pågældende moment i kommunikationen. Hvad der også kan bemærkes er, at ingen af disse begreber er eksklusivt rettet mod henholdsvis massekommunikation eller interpersonel kommunikation
 11. Se Jensen 1998c, & 1998d.
 12. *Newsweek*, d. 31. maj 1993, p. 37.
- (ed.) *Multimedier, Hypermedier, Interaktive Medier*. Aalborg: Aalborg Universitetsforlag, FISK-serien nr. 3.
- Feldman, Tony (1997) *Introduction to Digital Media*. London: Routledge.
- Gilder, George (1994) *Life After Television. The Coming Transformation of Media and American Live*. New York: W.W. Horton & Company.
- Goertz, Lutz (1995) "Wie interaktiv sind Medien? Auf dem Weg zu einer Definition von Interaktivität". *Runkfunk und Fernsehen*, nr. 4.
- Gumpert, G. & R. Cathcart (eds.) (1986) *Inter/Media. Interpersonal Communication in a Media World*. New York: Oxford University Press.
- Jensen, Jens F. (1995) *Multimedier og Teknologiuudvikling, Rapport udarbejdet for Statsministeriets Medieudvalg* (København: Medieudvalget/Statsministeriet.
- Jensen, Jens F. (1996a) "Interaktivt TV: Coming Soon at a Screen Near You". *Fjernsyn i forvandling*, K&K 80, København: Medusa.
- Jensen, Jens F. (1996b) "Mapping the Web: A Media Typology for Information Traffic Patterns on the Internet Highway". In Hermann Maurer (ed.) *WebNet 96 – World Conference of the Web society. Proceedings*. San Francisco (<http://curry.edschool.Virginia.EDU/aace/conf/webnet/html/224.htm>)
- Jensen, Jens F. (1997a) "'Interaktivitet' – på sporet af et nyt begreb i medie- og kommunikationsvidenskaberne". *Mediekultur*, nr. 26.
- Jensen, Jens F. (1997b) "Vejkort til Informationsmotorvejen. En medietypologi for informations-trafikmønstre på Internet". *Mediekultur*, nr. 27.
- Jensen, Jens F. (1997c) "'Interactivity' – Tracking a New Concept". In Suave Lobodzinski & Ivan Tomek (eds.): *Proceedings of WebNet 97 – World Conference of the WWW, Internet & Intranet*. Toronto: Canada (<http://curry.edschool.Virginia.EDU/aace/conf/webnet>).
- Jensen, Jens F. (ed.) (1998a) *Multimedier, Hypermedier, Interaktive Medier*. Aalborg: Aalborg Universitetsforlag, FISK-serien nr. 3.
- Jensen, Jens F. (1998b) "Multimedier, Hypermedier, Interaktive Medier". In Jens F. Jensen (ed.) *Multimedier, Hypermedier, Interaktive Medier*. Aalborg: Aalborg Universitetsforlag, FISK-serien nr. 3.
- Jensen, Jens F. (1998c) "Interaktivitet & Interaktive Medier". In Jens F. Jensen (ed.) *Multimedier, Hypermedier, Interaktive Medier*. Aalborg: Aalborg Universitetsforlag, FISK-serien nr. 3.
- Jensen, Jens F. (1998d) "'Interactivity' – Tracking a New Concept in Media and Communication Studies". *Nordicom Review*, no 1.
- Kelly, Kevin et. al. (1997) "Push! Kiss your Browser Goodbye ...". *Wired*, 5.03.
- Marsh, Harry (1995) *Creating Tomorrow's Mass Media*. Philadelphia: Harcourt Brace College Publishers.
- Mattelart, Armand & Michèle Mattelart (1992) *Rethinking Media*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Negroponte, Nicholas (1995) *Being Digital*. London: Hodder & Stoughton.

Litteratur

- Bordewijk, Jan L. & Ben van Kaam (1986) "Towards a New Classification of Tele-Information services". *Intermedia*, 14.
- Crichton, Michael (1993) "Mediasaurus", *Wired*, 1.4 (<http://www.wired.com/wired/1.4/features/mediasaurus.html>)
- Dizard, Jr. Wilson (1997) *Old Media, New Media. Mass Communication in the Information Age*. New York: Longman Publishers.
- Finnemann, Niels Ole (1998) "Computeren. Et medie for en ny skriftteknologisk revolution". In Jens F. Jensen

- Pavik, John V. (1996) *New Media and the Information Superhighway*. Boston: Allyn and Bacon.
- Reardon, Kathleen K. & Rogers M. Everett (1988) "Interpersonal versus Mass Media Communication. A false Dichotomy". *Human Communication Research* 15.
- Tomita, Tetsuro (1980) "The New Electronic Media and Their Place in the Electronic Marketplace of the Future". In Anthony Smith (ed.) *Newspapers and Democracy: International Essays on a Changing Medium*. Cambridge, Mass.: MIT Press.

Forskning om förändring, eller teknologien som årsak

ELI SKOGERBØ

Medieforskningens kunnskapsbase, teoretisk og empirisk, utfordres av utviklingen innenfor informasjonsteknologien. Konvergensen mellom tekniske områder bryter ned skiller mellom ulike medier og ulike former for kommunikasjon (Van Cuilenburg og Slaa 1993, Skogerbø 1997). Disse prosessene skaper også behov for forskningsmessig nyorientering og kryssing av grenser mellom tidligere adskilte forskningsområder; konvergens mellom ulike forskningsområder om man vil.

Mitt innlegg skiller seg imidlertid litt fra andres tilnærminger til ny teknologi og konsekvensene av teknologiutviklingen. Mens andre forfattere har endringer i teknologien som sin primære forskningsinteresse, er min tilnærming knyttet til sosial og politisk endring mer enn til teknologien som sådan. Kanskje er det en kjønnsforskjell: det er jo et velkjent forskningsresultat at gutter og menn er mer opptatt av de tekniske, mens kvinner er opptatt av de sosiale aspektene ved ny teknologi. Uansett årsak er min interesse for ny informasjonsteknologi en konsekvens av at teknologiutviklingen sammen med økonomiske og politiske drivkrefter er en av flere tunge drivkrefter som bidrar til å endre stats- og samfunnsstrukturer. Av den grunn kan den teknologiske utviklingen ikke overses eller utelates fra studier av sosial og politisk endring.

Etter disse innledende bemerkningene, vil jeg derfor starte med å kritisere utgangspunktet for diskusjonen, nemlig tittelen på plenaret: *Det endrede medielandskapet: forskning om ny informasjonsteknologi*. Tittelen kan tolkes som en påstand om at teknologiutviklingen er hovedårsaken til at medie-

landskapet endres. Påstanden er ikke nødvendigvis feil, men den er unyansert, og har et innslag av teknologideterminisme som jeg er dypt kritisk til. "Det endrede medielandskapet" skapes av mer enn "nye" medier og kommunikasjonsformer som internett og andre former for digital og nettverksbasert kommunikasjon.

Konvergens og nye medier som forskning

De nederlandske forskerne Jan van Cuilenburg og Paul Slaa (1993) har gitt en definisjon som illustrerer sammenhengen mellom teknisk, økonomisk og politisk endring. De skiller mellom analytisk nettverkskonvergens, tjenestekonvergens og markeds-konvergens, hvorav bare den første i egentlig forstand teknologisk endring. *Nettverkskonvergensen* betegner den tekniske utviklingen som fører til at tidligere atskilte overføringsnett nå kan brukes til å overføre ethvert digitalt budskap, som f.eks. at telenettet kan overføre bilder og tekst. *Tjenestekonvergensen* refererer til sammensmeltningen av ulike medier og framveksten av helt nye medietyper som et resultat av nettverkskonvergens og digitalisering. Eksempler er utviklingen av ulike former for elektronisk publisering, som f.eks. aviser på internett. *Markedskonvergensen* betegner en økonomisk prosess: økonomiske sektorer og bransjer som tidligere har vært relativt uavhengige av hverandre, blir overlappende (f.eks. telekommunikasjon og kringkasting). Denne formen for konvergens skyldes ikke bare teknisk endring, men har

liberaliseringen av tidligere lukkede markeder og internasjonaliseringen av økonomi og politikk som forutsetninger.

De tre formene for konvergens har ulike kultur- og mediepoltiske konsekvenser. Nettverkskonvergens løser opp de regulatoriske skillene mellom ulike distribusjonsformer, og vil sannsynligvis fjerne den knappheten på overføringsressurser som i sin tid legitimerte ikke bare monopolene, men også konsesjonssystemene vi kjenner fra de nordiske landene.

Tjenestekonvergens fjerner ytterligere begrunnelser for å regulere audiovisuelle tjenester ulikt, i tillegg til at den er viktigste årsak til at reguleringene av opphavsretten er satt under sterkt press. Markedskonvergens har også utløst stor bekymring på nasjonalt nivå: Konsentrasjon, kryss-eierskap, og alliansedanning skaper multinasjonale konglomerater som kontrollerer produksjon av både innhold, forbrukerteknologi og distribusjon.

Forskning på "det endrede medielandskapet" kan altså ikke ta informasjonsteknologien som hovedfokus. Endringer i eierskap, markeder, mediestrukturer, medieinstitusjoner, programinnhold, publikumsoppslutning og liknende som kan observeres på nasjonalt og internasjonalt nivå må forklares med henvisning til flere faktorer enn informasjonsteknologien alene.

Teknologi, stat og marked

Mitt forskningsprosjekt om endring i mediepoltikk og mediestruktur i europeiske småstater tar som utgangspunkt at teknologien må ses på som en av flere drivkrefter.¹ I prosjektet undersøkes mediepoltisk endring i tre land, Norge, Danmark og Nederland. Dette er stater som alle er utsatt for de samme typene av ytre press som legger føringer på vilkårene for politisk styring: *konvergens mellom telekommunikasjons-, datakommunikasjons-, kringkastings og publiseringsteknologi; internasjonalisering av økonomi og markeder; og europeisering av politisk autoritet*. Disse prosessene bidrar både hver for seg og i samspill til å endre statenes handlingsrom og grad av autonomi i forhold til omgivelsene.

Hovedproblemstillingen i prosjektet er hvordan og på hvilke måte mediepoltikken endres i ulike stater, med spesiell vekt på hvordan tytelser til befolkningen i form av tilgjengelighet til infrastruktur, likhet og kvalitet i tilbud endres eller ivaretas. Hva skjer når det mediepoltiske feltet forandrer seg ved at en rekke nye aktører kommer inn? I hvilken grad skjer det en tilnærming mellom systemene

i de ulike land? Hvordan er maktforholdene mellom ulike interesser, og hvordan legitimeres endringer? Disse spørsmålene belyses empirisk med materiale hentet fra dokumenter fra private og offentlige institusjoner samt intervjuer med representanter fra ulike organiserte og berørte interesser.

De teknologiske endringsprosessene er altså ikke fokus for min forskning. I den grad det lar seg isolere, er spørsmålet hvilken rolle teknologien spiller i forhold til andre drivkrefter. Prosjektet har så langt gitt erfaringer og innsikter som er relevante for denne diskusjonen, spesielt på to områder. Den første erfaringen er knyttet til *utvidelsen av empiriske feltet*, mens den andre berører den *teoretiske utfordringen* som følger i kjølvannet av at forskningsfeltet krysser grenser mellom etablerte fagfelt som tradisjonelt har vært dominert av nokså ulike normative og teoretiske perspektiver.

Konvergens mellom data-, tele- kringkastings- og publiseringsteknologi tas som et gitt utgangspunkt for undersøkelsen, og av dette følger at det empiriske nedslagsfeltet er breiere enn det medieforskningen tradisjonelt har hatt. Det er ikke bare differensieringen av medielandskapet som forårsaker utvidelsen. Minst like viktig er det at et helt sett av nye interesser og aktører blir relevante og sentrale data- og premissleverandører. Blant disse finnes aktører, organisasjoner og politiske prosesser som har interesser i å påvirke utformingen av politikken både på IT-, telekommunikasjons og det tradisjonelle medieområdet.

Utvildelsen av det empiriske feltet er imidlertid ikke uproblematisk. Analysene viser tydelig at nettverkskonvergens lar seg beskrive og operasjonalisere med henvisning til utviklingen av nye medieformer. Derimot lar de sosiale, økonomiske og politiske strukturer vanskelig fange opp med dette begrepsapparatet, ettersom markeder og bransjer fremdeles er oppdelte, til tross for at nett og tjenester konvergerer. En vesentlig forskjell mellom telekommunikasjonssektoren og kringkastingssektoren er for eksempel at de reguleres av forskjellige regimer. Telekommunikasjon reguleres i Norden som egen sektor som er ferd med å bli fullt liberalisert. Radio og fjernsyn reguleres gjennom konsesjons- eller andre systemer for kontroll med retten til å sende, og gjennom innholdsregulering (språk, reklame, typer program etc). I alle vesteuropeiske bare tillates begrenset konkurranse mellom et relativt lite antall kringkastere. Med andre ord: mens markedet er i ferd med å erstatte offentlige politikk som reguleringsmekanisme i telesektoren, er det samme ikke skjedd i tilsvarende grad på kringkastingsfeltet.

I de tre landene som inngår i undersøkelsen utøves f.eks. den tradisjonelle mediepolitikken av kulturministeriene, mens ”de nye” mediene enten regnes som telekommunikasjon eller som ordinær tjenesteyting. Det betyr at datamaterialet må hentes ikke bare fra vidt forskjellige institusjoner og organisasjoner, men også fra felt preget av svært ulike logikker: Kulturpolitikk, trafikk og transport, industri- og sysselsetting. Det samme gjelder selvsagt for ikke-statlige aktører: Selv om det finnes mange eksempler på at den tekniske konvergensen fører til at bedrifter krysser grenser mellom tidligere atskilte sektorer, er det ikke alltid slik at representanter for berørte interesser forholder seg til de samme prosessene.

Teoretisk tverrfaglighet som problem

Den største utfordringen ved å studere konvergensens betydning ligger imidlertid på det teoretiske nivået, ettersom det innebærer et møte mellom til dels svært ulike teoritradisjoner. Medieforskningen er forankret i humanistisk og samfunnsvitenskapelig teori, og er dominert av mer eller mindre kritiske perspektiver på medienes rolle i samfunnet. Mediene oppfattes i all hovedsak som kulturelle institusjoner som har sentrale roller i demokrati og samfunnsliv, og bare i mindre grad som økonomiske aktører og som del av en industriell sektor eller bransje. I den grad bransjeperspektivet blir brukt, er det ofte med negativt fortegn: Gjennom kritikk av kommersialisering, konsentrasjonstendenser og lignende uønskede og ikke-intenderte konsekvenser av teknisk eller politisk utvikling.

Litteraturen som drøfter struktur og politikk på områdene telekommunikasjon og informasjonsteknologi har som oftest en helt annen forankring. Den ikke-tekniske litteraturen om telekommunikasjon domineres, med visse unntak, av neolibérale, økonomiske perspektiver. Dette er et nytt forskningsfelt som har sitt utspring i økonomi og jus. Analyser av bedrifter, markedsstrukturer og konkurransevilkår, er framtreddende, og hovedutgangspunktet er at dette er ny industri som ikke skiller seg vesentlig fra andre industrisektorer. I denne tradisjonen blir de tidligere nasjonale telemonopolene beskrevet som resultater av ”naturlige monopol” eller av statlig inngripen i markedet, ikke som institusjoner som også har vært og er offentlige tjenesteproducenter.

Denne litteraturen omtaler som regel temaer som demokrati, likhet, og ikke minst, kulturpolitiske spørsmål som ugyldige eller irrelevante, eller som problemer som må finne sin løsning

innenfor andre rammer enn sektorspesifikk regulering. Et eksempel kan hentes fra en rapport om konvergens laget på oppdrag av EU-kommisjonen for å danne grunnlaget for ny lovgivning på det konvergente medie- og teleområdet:

Det kan argumenteres for at nasjonal kringkastingslovgivning fullt ut er rettet mot ’kulturelle aspekter’ eller identitet, og derfor ikke burde bli berørt av andre deler av Roma-traktaten. Dette er etter vår mening et ugyldig argument. Referansen til kulturell identitet kan anvendes på visse bestemmelser som berører programinnholdet i kringkastingsselskapene, fordi dette forholder seg direkte til kulturen. Slike argumenter bør imidlertid ikke brukes for å hindre harmoniseringen på europeisk nivå av relevant lovgivning som berører andre aspekter av den tradisjonelle radio og fjernsynslovgivningen, inkludert spørsmål som konsesjonsbestemmelser, avgrensning av næringsvirksomhet eller retten til å benytte ulike distribusjonsmetoder (KPMG Consulting 1996: 156, min oversettelse).

Som en ser avviser KPMG at det finnes kulturpolitiske begrunnelser for annet enn programinnholdet, en tolkning som er svært snever sett ut fra den nordiske reguleringstradisjonen. I deres perspektiv finner vi også igjen tendensene til *teknologideterminisme*, i en form som gjør at den blir sterkt politisk ladet: Det argumenteres for at konvergensen *uunngåelig* fører bestemte politiske konsekvenser, nemlig oppløsning av eksisterende reguleringsregimer og full liberalisering. At argumentasjonen også har politisk gjennomslag viser følgende sitat fra en norsk politiker² som i forbindelse med endringen av norsk telepolitikk i 1996, uttalte at

Teknologiske endringer gjør at rammene for telepolitikk er sprengt. Det er virkeligheten som har opphevet eneretten.

Argumentene om det *uunngåelige*, som også har et visst gjennomslag blant medieforskere, er med på å tilsløre maktforhold og konflikter, samtidig som det i realiteten er svært usikkert hvordan tekniske konvergens vil påvirke markeder, forbruksmønstre og samfunn. Teknologien inngår i konflikter om makt både innad i, og på tvers av land, og dette poenget tilsløres av fokuset på den tekniske utviklingen. Et eksempel er ulikhetene i syn mellom representanter for ulike aktører i mediemarkedet.

Det er et velkjent fenomen at store deler av ”informasjons- og kommunikasjons”-industrien er

opptatt av reguleringen av nye tjenester som utvikles i skjæringsfeltet mellom telekommunikasjon, kringkasting og datakommunikasjon, bør være så begrenset som mulig. En sammenligning mellom Norge og Danmark som nylig ble foretatt, og som omfattet representanter for politiske styresmakter, ulike brukergrupper, fagbevegelsen og næringslivet, viste at det i Danmark (i 1995-96) blant de intervjuede ikke fantes én aktør som på generelt grunnlag argumenterte mot liberalisering av telesektoren (Storsul 1997). I Norge var bildet nesten like klart. Likevel er det store forskjeller mellom hvordan aktører i ulike posisjoner vurderer behovet for regulering og styring. Dette kan uttrykkes med et sitat fra en representant for et av de største selskapene i Danmark, som vurderte spørsmålet om hvorvidt man burde legge kulturpolitiske føringer på tilbudet av nye tjenester:

Min drøm er at man fjerner alle reguleringer.
Man kan ikke styre dette.³

Liknende utsagn finner man hos organisasjonene som representerer de store programvareprodusentene, og hos andre selskaper som har dominerende posisjoner i sine respektive markeder. Bildet endres imidlertid litt dersom fokuset flyttes fra storindustrien til representantene for mindre aktører med mer begrenset markedsrett. Det er gjennomgående slik at de små, ikke-dominerende aktørene arbeider for en regulering av markedet som sikrer at store aktører ikke får for mye markedsrett og kan diktere betingelsene. Dette er et syn som støttes av representanter for ulike bruker- og forbrukergrupper.

Det er altså ingen av aktørene som vurderer politiske styring som irrelevant, men det er stor forskjell på hva slags styring de vil ha. Det er lite oppsiktsvekkende at de som har mest å tape på at mediesektoren forblir relativt sterkt regulert, arbeider for at reguleringsregimene blir minst mulig restriktive. Det er de samme aktørene som er mest opptatt av å bruke argumenter som viser til teknologiens uunngåelige effekter.

Medievitenskapens bidrag

Det er på dette punktet det er grunn til å vende tilbake til spørsmålet om hvilke utfordringer forskning om ny informasjonsteknologi setter medievitenskapen overfor. Flere har argumentert for at medievitenskapen i møtet med det endrede medielandskapet er i krise, og at vi verken har metoder eller teorier som er egnet til å møte utfordringen (se Gripsrud, s 5; Kivikuru, s 13).

Jeg vil imidlertid hevde et litt annet standpunkt, men med samme utgangspunkt: Medieforskningen er i konstant krise, noe ikke minst debattene på konferanser og i fagtidsskrifter bærer bud om. Krisen er et konstant trekk ved feltet, og har tverrfagligheten som årsak. Den skaper selvsagt frustrasjon over de manglende "grand theories" og helhetlige tilnærmingene, men også fornyelse og debatt, ikke minst i forhold til spørsmålet om teknologiens betydning for sosial og politisk endring. Dette er et av samfunnsforskningens og medievitenskapens klassiske temaer som kommer tilbake med fornyet styrke hver gang en ny kommunikasjonsteknologi får en viss utbredelse.

Det fins en rekke ulike historiske bidrag som har diskutert medienes og kommunikasjonens rolle i overgangen mellom ulike samfunnsformer. Spesielt har spørsmålet om teknologien har frigjørende kraft eller skaper fremmedgjøring, avmakt og sosial ulikhet vært opphav til mange tekster (Marx 1970/1845-6, Brecht 1983/1930, Habermas 1971/1962, Enzensberger 1972, Williams 1975 m.fl.). Mange av disse er fremdeles relativt ukjente utenfor medieforskernes egne rekker. Som forskere innenfor dette feltet er vi derfor usedvanlig godt rustet til å analysere medieutviklingen, nettopp fordi vi har teorier og redskaper til å skille mellom f.eks. teknologideterminisme og tolkningspluralisme.

De fleste av disse bidragene er fremdeles aktuelle, og det er ikke tilfeldig at både Marx, Innis (1951) og McLuhan (1987/1964) er i ferd med å få en "revival". I de siste årene er det kommet en rekke bøker som diskuterer relevansen av eldre og generell samfunnsforskning for forståelsen av informasjonssamfunnet, interaktivitet og forholdet menneske – maskin (Bakke og Julsrud, 1996; Rasmussen, 1995; 1996; Webster, 1995 m.fl.). Det betyr ikke at vi vil finne fram til enhetlige teorier, men at medievitenskapen kanskje er kommet dithen at vi kan gi selvstendige bidrag til forståelsen av samfunnsendring. Da det medievitenskapelige instituttet i Oslo ble grunnlagt i 1987, var dette formulert som et eksplisitt mål. Kanskje er det nå tid for å forsøke å virkeliggjøre denne ambisjonen?

Økt tverrfaglighet som det ofte argumenteres for, vil ikke i seg selv løse problemet med å forske på informasjonssamfunnet. Selv om jeg selv representerer og argumenterer for tverrfaglige studier, viser min egen forskning at tverrfaglige studier også kan bidra til å øke, ikke bare minske avstanden mellom ulike tilnærminger. Møtet mellom den kritisk orienterte medieforskningen og den neolibérale telekommunikasjonsforskningen, bidrar antakelig til at konfliktnivået og pluralismen i per-

spektiver øker. Når medieforskere bringer sine teorier og perspektiver inn i studiet av konvergerende sektorer, bidrar vi til utviklingen av et felt på egne premisser. I et forskningsfelt der markedsanalysene dominerer, er kanskje vårt viktigste bidrag å holde fast på de kritiske perspektivene.

Spenningen mellom det kontinuerlige og det nye

Min siste refleksjon over forskning om nye medier er knyttet til spenningen mellom "det kontinuerlige" og "det nye" som et konstituerende trekk ved medieutviklingen. Fornäs peker som et eksempel på at alle medier i en viss forstand er interaktive og virtuelle (Fornäs, 1997: 14), mens min egen forskning om hvordan nasjonale mediestrukturer og nasjonal mediepolitikk endres, viser at historiske, institusjonelle organisasjonsformer til dels er styrende for hvilken form endringsprosessene får (Skogerbø 1996, Skogerbø og Storsul 1998). Det er derfor en like viktig utfordring for medieforskere å bearbeide "gamle" teorier og modeller for anvendelse på nye områder, som det er å utvikle helt ny teori for overgangen til informasjonssamfunnet.

La meg illustrere med et litterært eksempel: Brenda Maddox (1994) har i sin biografi om Nora Barnacle, James Joyces livslange samboer og ektefelle, skildret forholdet mellom Nora og James som svært kommunikativt, spesielt i de første dagene etter at de traff hverandre i Dublin sommeren 1904.⁴ Ettersom de begge arbeidet om dagen kommuniserte de per brev. Brevvekslingen mellom James Joyce og Nora Barnacle lignet imidlertid lite på dagens korrespondanse: den var hyppig, med flere brev om dagen hver vei. Dette var mulig fordi det var fem postombæringer om dagen i Dublin i 1904. Den språklige stilen i brevene (setningsbygning, grammatikk og ordvalg), var muntlig, konsis og direkte, men med mange grammatiske og ortografiske feil. Brevene var korte, ofte ikke mer enn noen få linjer, og helt ulike de brev de fleste av oss mottar og sender i dag. Breven ga imidlertid utvetydige assosiasjoner til en annen og nyere kommunikasjonsform, nemlig *elektroniske brev*. Selv om Nora og James brukte papir og postmann for kommunisere, og vi bruker datamaskin og elektronisk nettverk, er det klare likheter i form, hyppighet, innhold og funksjonalitet i de to mediene.

Brevvekslingen fra 1904 gir slik sett en nyttig påminnelse om at teknologien ikke nødvendigvis forklarer kulturelle fenomener: Dersom vi skal forsøke å forstå hva det er som skaper den helt spesi-

elle språklige formen som er felles for disse brevene og elektroniske brev fra 1990-tallet, skal vi da tilordne datamaskinen, antallet postombæringer i Dublin, eller helt andre faktorer størst betydning?⁵ Jeg overlater til tekstanalytikerne å svare på spørsmålet, men jeg vil understreke at kontinuiteten og spenningen mellom det gamle og det nye er et sentralt trekk ved mediebildet, enten det gjelder innhold eller struktur. Det vil være umulig å forstå og fortolke disse fenomenene uten å ta i bruk eksisterende metoder og teorier.

Det skal selvsagt ikke glemmes at det også er ulikheter mellom brevene fra 1904 og elektroniske brev fra 1997. Mens elektronisk post ofte brukes som eksempel på hvordan informasjonsteknologien opphever skiller i tid og rom ved at man i løpet av sekunder kan sende og motta meldinger over store geografiske avstander og uavhengig av tidssoner, var Nora og James bundet til et geografisk avgrenset område, Dublin, og kunne bare kommunisere så lenge det var postgang. Eksemplet, med alle sine begrensninger, inviterer likevel til refleksjon om hva teknologisk endring består i og hvilke tilnærminger som er fruktbare.

Det illustrerer også spørsmålet om fordelingen av kommunikative ressurser. Nora Barnacle og James Joyce tilhørte begge den fattige delen av Dublins befolkning, i et Irland preget av fattigdom, masseemigrasjon og store kjønns- og klasseskiller. Likevel hadde de tilgang, eller aksess, til et distribusjonssystem som tillot dem å ha nesten kontinuerlig kontakt med hverandre. Selvsagt kostet det litt å få sendt brevene, men stort sett må postvesenet ha vært billig, effektivt og tilgjengelig. Sett i forhold til den personlige investering det fremdeles er å skaffe seg sin egen datamaskin med tilknytning til internett, eventuelt ha fri adgang gjennom yrke eller utdanning, må postvesenet likevel ha fungert mer utjevnende mellom sosiale grupper enn ny elektronisk distribusjonsteknologi så langt har gjort. Om postvesenet derfor skal tillegges mer betydning som drivkraft for samfunnsendring enn internett, er åpent for tolkning.

Argumentasjonen og eksemplene som er brukt for å illustrere poengene leder ikke til en entydig konklusjon, men peker på det tvetydige og uavklarte ved betydningen og innholdet i den fasen av informasjonssamfunnets utvikling vi er inne i nå. Det er der medievitenskapen som forskningsfelt har sin styrke: Ved å bruke faghistorien og mediehistorien, har vi tilgang til en rekke kilder for fortolkning og forklaring av hvordan samfunnet endres.

Noter

1. Prosjektet er en del av et norsk forskningsprogram om europeisering av nasjonalstaten, ARENA.
2. Inge Myrvoll, intervju i *Klassekampen* 20.6. 1996.
3. Intervjuet er anonymisert fordi kilden ikke har fått sitatet til gjennomlesing.
4. James Joyce hadde sitt første stevnemøte med Nora Barnacle 16. juni 1904, en dato han senere udødeliggjorde i romanen *Ulysses*.
5. Både brevene fra 1904 og eposten fra 1990-tallet har hatt innflytelse på språk og litteratur: James Joyce brukte sannsynligvis sine erfaringer med brevvekslingen med Nora når han eksperimenterte med språket i *Ulysses* og *Finnegans Wake* (Maddox, 1994), mens dagens forfattere eksperimenterer med data- og nettverksspråket i sine litterære tekster. Et underholdende eksempel på det siste er Douglas Couplands *Microserfs*, som kom ut i 1995.

Referanser

- Bakke, Jon Willy & Tom Julsrud (red.) (1996) *Den Elektroniske nomade: med Marshall McLuhan som guide langs den digitale landevei*. Oslo: Spartacus.
- Brecht, Bertolt (1983/1927) "Radio as a Means of Communication: A Talk of the Function of Radio", i Matelart, Armand & Seth Siegelau (red.) *Communication and Class Struggle: An Anthology. Vol. 2: Liberation, Socialism*. New York: International General.
- Coupland, Douglas (1995) *Microserfs*. New York: Regan Books.
- van Cuilenburg, Jan & Paul Slaa (1993) "From Media Policy Towards a National Communications Policy: Broadening the Scope". *European Journal of Communication*, vol. 8, no. 2, 149-176.
- Enzensberger, Hans M. (1972) "Constituents of a Theory of the Media", i McQuail, D. (red.) *Sociology of Mass Communication*. Harmondsworth: Penguin Books.
- Fornäs, Johan (1997) "Cybersounds://mening/identitet." *Nordicom-Information* nr. 2-3, 13-19.
- Habermas, Jürgen (1971/1962) *Borgerlig offentlighet. – dens framvekst og forfall*. Oslo: Gyldendal.
- Innis, Harold A. (1951) *The Bias of Communication*. Toronto: University of Toronto Press.
- KPMG Consulting (1996) *Public Policy Issues Arising from Telecommunications and Audiovisual Convergence*. Report submitted to the European Commission, September 1996.
- Maddox, Brenda (1994) *Nora : en biografi om Nora Joyce*. Oslo: Cappelen.
- Marx, Karl (1970/1845-6) "Fra den tyske ideologi: Del I. Feuerbach", i Elster, Jon & Lorenz, Einhart (reds.) *Verker i utvalg 2: Skrifter om den materialistiske historieoppfatning*. Oslo: Pax.
- McLuhan, Marshall (1987/1964) "The Medium is the Message", i *Understanding Media: The Extensions of Man*. London: Ark Paperbacks.
- Rasmussen, Terje (1995) *Moderne maskiner*. Oslo: Pax.
- Rasmussen, Terje (1996) *Communication Technologies and the Mediation of Social Life*. Oslo: University of Oslo, Department of Media and Communication, IMK Report no. 16.
- Skogerbø, Eli (1996) "IT-planar – tilpassing eller strategisk posisjonering", *Norsk medietidsskrift* 2, 33-57.
- Skogerbø, Eli (1997) *Konvergens mellom telekommunikasjon og kringkasting. Kultur- og mediepolitiske utfordringer*. TemaNord 1997:560. København: Nordisk Ministerråd.
- Skogerbø, Eli & Tanja Storsul (1998) *Telecommunications Policies in Transition – What Happens to Universal Service Provision?* Oslo: Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon. Upublisert paper skrevet for IAMCR konferansen i Glasgow, juli 1998.
- Storsul, Tanja (1997) *Liberalisering og likhet. En analyse av den telepolitiske debatten i Norge og Danmark og spenningsforholdet mellom liberalisering og universelle tjenester*. Oslo: Universitet i Oslo, Institutt for statsvitenskap.
- Webster, Frank (1995) *Theories of the Information Society*. London and New York: Routledge.
- Williams, Raymond (1975) *Television: Technology and Cultural Form*. New York: Schocken Books.

Papers i arbetsgrupperna

Grupp 1 Mediepedagogik

Ordförande: Carsten Ljunggren

Vice ordförande: Ola Erstad

Graviz, Ana: *Mediepedagogik som kunskapsområde: människan – kunskap om medierna – pedagogik och dess teoretiska utgångspunkter*. Stockholms universitet, Pedagogiska institutionen, 1997, 14 p.

Diskuterar den mediepedagogiska praktiken och dess anknytning till olika ämnesområden illustrerad med exempel från författarens egen verksamhet som mediepedagog.

Hankala, Mari: *Newspapers: An Useful Learning Material in the School of 1990's*. Jyväskylä, University of Jyväskylä, Institute for Educational Research, 1997, 8 p.

In her paper, the author examines the use of newspapers as educational tools in Finnish schools.

Jensen, Ellen: *Medieundervisning på grønlandsk umulig i Grønland?* Nuuk, Grønlands Universitet, 1997, 8 p.

Redegør for omfanget af medieundervisning og mediepedagogik i Grønland. Herunder en præsentation af børn og unges medievaner i Nuuk.

Johansson, Jan-Ivar: *Varför mediepedagogik?* Luleå, Bergnässkolan, 1997, 14 p.

Utkast till en teoretisk plattform för en studie om mediepedagogik i dagens samhälle. Tre perspektiv fokuseras: ett filosofiskt, ett pedagogiskt och ett demokratiskt.

Palmstrøm, Kari: *Mediekunnskap i norsk grunnskole frem mot totusen-årsskiftet: perspektiver og utfordringer*. Bergen, Høgskolen i Bergen, Avdeling for lærerutdanning, 1997, 12 p.

Forfatteren vil klargjøre betingelsene for massemediene som undervisningsemne. Hun vil påpeke skole-

politiske bevegelser i synet på gyldig lærestoff i medieundervisningen, og drøfte hva den norske læreplanen sier om den praktiske muligheten for gjennomføring av medieundervisning.

Stigbrand, Karin; Lilja-Svensson, Margareta: *Mediekunniga lärare?: om Lärarhögskolorna och Mediepedagogiken*. Stockholm, Högskolan Gävle-Sandviken, 1997, 23 p.

Ett utdrag, av kapitel 8: *Slutsatser och förslag*, ur en skrift från Vårdsskildningsrådet. Kapitlet problematiserar medieundervisningen inom lärarutbildningen.

Tuominen, Sirkku: *Evaluating Media Culture in Teacher Education with Educational Media Lifestudy*. Tampere, University of Tampere, Department of teacher education in Hämeenlinna 1997, 17 p.

The author evaluates an experimental course in teachers' media education: what kind of understanding do the student teachers acquire about media literacy and media pedagogy?

Varis, Tapio: *Media Culture and Communicative Competency in Europe*. Tampere, University of Tampere, Department of Journalism and Mass Communication, 1997, 20 p.

The author examines development trends of media and communication technology in Europe.

Grupp 2 Lokala och regionala medier

Ordförande: Ole Prehn

Vice ordförande: Helge Nyström

Arvidson, Peter: *Going Local: Some Preliminary Thoughts*. Lunds universitet, Medie- och kommunikationsvetenskap/MKV, 1997, 7 p.

A first sketch of a theoretical counterpart of essentially an empirical project on local television in Sweden,

where the arguments for local entities like local media, and local communities is discussed.

Hujanen, Jaana: *Regional Media's Changing Borders*: (a draft version). Jyväskylä, University of Jyväskylä, Department of Communication, 1997, 18 p.

The author aims at relating the question of the relationship between the mass media and collective identity to sociocultural change, both physical and symbolic.

Jauert, Per; Prehn, Ole: *Ny lov – nye perspektiver?: lokalradio og lokal-tv i Danmark*. Århus, Århus Universitet, Institut for Informations- og Medievidenskab; Aalborg Universitet, Institut for Kommunikation, 1997, 19 p

Den 1. januar 1997 trådte en ny radio- og fjernsynslov i kraft i Danmark. Under de politiske forhandlinger frem til vedtagelsen af den nye lov havde spørgsmålene om de fremtidige vilkår for lokalradio og -TV en fremtrædende rolle. Paperet gennemgår den sidste fase af disse forhandlinger, resultaterne af forhandlingerne i form af en ændret lovgivning, samt deres aktuelle og fremtidige perspektiver.

Moring, Tom; Salmi, Jussi: *Public Service Radio Programming for a Minority Language Audience in a Competitive Market: The Case of the Swedish-Speaking Minority*. Helsinki, University of Helsinki, Swedish School of Journalism; Finnish Broadcasting Company, 1997, 21 p.

The authors examine the future of Swedish-language radio programming suggesting that it can retain its importance provided that the Swedish-speaking population is offered programs which serve the same function as programmes now broadcast in Finnish through the major commercial stations.

Grupp 3 Bilden i medierna – verklighet och bildspråk

Ordförande: *Erling Sivertsen*

Vice ordförande: *Karin Becker*

Becker, Karin: *The Picture's Place in 20th Century Journalism: An Overview of the Swedish Press*. Stockholms universitet, Institutionen för journalistik, media och kommunikation/JMK, 1997, 14 p.

Discusses the place of the image, in particular the photograph, in Swedish twentieth century journalism. The paper is based on an investigation of the relationship of pictures to the development of the Swedish press from 1915 to the present.

Fetveit, Arild: *The Digitalized Screen: Revisiting the Issue of Indexicality*. Oslo, Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon 1997, 15 p.

The author discusses how the relation between film and reality is affected by changes in the indexicality of the film image. Drawing on evidence from international and Norwegian feature films, he discusses possible changes viewed both from a production side and from the viewers experience.

Grodal, Torben Kragh: *Parametre i audiovisuelle repræsentationers virkelighedsfremstilling*. København, Københavns Universitet, Institut for Film- og Medievidenskab, 1997, 11 p.

Beskriver nogle centrale dimensioner i oplevelse af virkelighed i audiovisuelle fremstillinger.

Hovi-Wasastjerna, Päivi: *Nyckeln till lyckan och övriga reklam berättelser*. (The key to happiness and other stories of advertising). Helsinki, Konstindustriella högskolan, 1997, 9 p.

Författaren har koncentrerat sig i den visuella kommunikationen i olika reklammedier. Här granskar hon reklamfilmer under 1950-talet i Finland baserat på författarens bok 'Onnen avain' (Nyckeln till lyckan), 1996.

Ingemann, Bruno: *Fotografiet i skyggen: oplevelsens politik*. Roskilde, Roskilde Universitetscenter, Kommunikation, 1997, 10 p.

En analyse af alle de betydningslag der knytter sig til anvendelsen af et konkret fotografi i en avisartikel. Herunder en række betragtninger over fotografiets brug af skygger.

Killander-Braun, Lisa: *"Vi" och "dom" i svensk dagspress 1925, 1955, 1987 och 1995*. Stockholms universitet, Institutionen för journalistik, media och kommunikation/JMK, 1997, 19 p.

Diskuterar frågan hur bilden av världen sett ut i bilder och texter i några svenska dagstidningar (Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Vestmanlands Läns Tidning och Arbetarbladet) under 1900-talet.

Pettersson, Rune: *The Credibility of Pictures*. Älvsjö, Ericssons Utvecklings AB, 1997, 18 p. + 2 app. 2 p.

Starting with notes on the pictures in European medieval churches, pictures printed in early books, and the importance of various literacies, the author discusses the credibility of pictures and pictorial messages in the information age.

Seppänen, Janne: *A Short History of British Photography Theory*. Tampere, University of Tampere, Department of Journalism and Mass Communication, 1997, 24 p.

The author outlines central themes characteristic to British photography theory. He focuses on questions concerning the notions of history, ideology and representational practices in the thinking of Victor Burgin, John Tagg and Jo Spence, among others.

Sivertsen, Erling: *Auto van Gogh: med hyperfoto inn i illusjonssamfunnet*. Bergen, Universitetet i Bergen, Institutt for medievitenskap, 1997, 12 p.

Forfatteren drøfter hvordan en malerstil har blitt stilisert, automatisert og tilbudt som en vare fra informasjonsindustrien, som en integrert funksjon i bildebehandlingsprogrammer. Begrepet hyperfotografi blir drøfta og belyst med utgangspunkt i fotosemiotisk teori.

Sogstad, Knut: *Aprilsnarr, manipulerte avisbilder og manipulert virkelighet*. Oslo, Høgskolen i Oslo, Journalistutdanninga, 1997, 13 p.

Forfatteren drøfter bildemanipulering i norsk presse gjennom eksempler på aprilsnarrer illustrert med ulike typer konstruerte eller manipulerte fotografier.

Svensson, Anders: *Sportbilden i en ortstidning: hur elitishockeylaget HV 71 visuellt förmedlas i Jönköpings-Posten*. Högskolan i Jönköping, Högskolan för lärarutbildning och kommunikation/HLK, 1997, 14 p.

En sammanfattning av en magisteruppsats med samma titel där författaren studerar den "bild" Jönköpingsposten förmedlar av elitishockeylaget HV 71 under 1996-97 års säsong.

Wadbring, Ingela: *'En ny del av GP för en annan del av Dig': spelar det nya snittet på kostymen någon roll för publiken?* Göteborgs universitet, Institutionen för journalistik och masskommunikation/JMG, 1997, 28 p.

Ett första avhandlings-PM som behandlar tidningsegenskapernas roll för tidningsläsningen.

Grupp 4 Reception och publikstudier

Ordförande: *Mirja Liikkanen*

Vice ordförande: *Kim Schrøder*

Andersson, Magnus; Jansson, André: *Media and Cultural Identity: Results and Reflections From an interview study in two different parts of Gothenburg*. Göteborgs universitet, Institutionen för journalistik och masskommunikation/JMG, 1997, 25 p.

Presents some initial results, generated from the research project Cultural Identities in Transition (CIT), from qualitative interviews concerning on the one hand what kinds of media and media contents people use, and, on the other hand, how people use the media, made in the city and the affluent western suburbs of Gothenburg.

Brorholm, Lars: *Mediated Cultural Encounters: Foreign Eyes on Danish TV Screens*. København, Københavns Universitet, Institut for Nordisk Filologi; 1997, 26 p. + app. 9 p.

This paper deals with television as an entrance gate into a foreign culture (the Danish one) as seen from the viewpoint of immigrants and political refugees in Denmark. The objective is to create a more profound comprehension of what happens when a foreign eye meets the national TV screen.

Gentikow, Barbara: *A Rhetorical Approach to Reception Theory and Analysis*. Bergen, Universitetet i Bergen, Institutt for medievitenskap, 1997, 20 p.

The author wants to extend the field of text research with a rhetorically oriented reception theory and empirical reception studies. She sketches some ideas which may be used for this purpose.

Gentikow, Barbara: *Communication as Contest: An Evaluation of Dominant Concepts of Media Reception in a Rhetorical Perspective*. Bergen, Universitetet i Bergen, Institutt for medievitenskap, 1997, 17 p.

The author wants to extend the field of text research with a rhetorically oriented reception theory and empirical reception studies. She examines two main concepts of communication which are important in media studies in relation to the rhetorical way of dealing with speech acts, namely transfer model and interactive models.

Jääsaari, Johanna; Sarkkinen, Raija: *Gender Counts?: Gender in Finnish Broadcasting Audience Research*. Helsinki, Finnish Broadcasting Company, 1997, 14 p.

Resting their case on extensive audience research, the authors discuss how the importance of gender and how to persuade media executives, often hostile to gender questions, that focusing on gender is worthwhile.

Lindegård, Lotte Køhler: *Audience Research in "Danish Broadcasting Corporation" (DR)*. København, Danmarks Radio, TV-Chefredaktionen, 1997, 4 p.

On audience research as an integral part of the programme production and development in Danish Broad-

casting Corporation. Describes the audience's evaluation of programme trailers, image trailers and trailers presenting several programmes from both DR1 and DR2.

Ljuslinder, Karin: *Jag vet hur kineser är för jag har varit i Sundsvall: empirisk prövning av berättandets betydelse för mottagarnas tolkningsmöjligheter inom ramen för en studie av hur svensk TV-humor kommunicerar betydelser om relationen mellan invandrare och svenskar*. Umeå universitet, Institutionen för medie- och kommunikationsvetenskap, 1997, 25 p.

Tar upp humor som berättarstrategi i TV och hur den kommunicerar betydelser om relationen mellan invandrare och svenskar. Metodologiska frågor kring möjligheten att operationalisera de teoretiska resonemangen om berättandets inverkan behandlas.

Reimer, Bo: *Crisis? What Crisis?: Analysing Audience Studies*. Göteborgs universitet, Institutionen för journalistik och masskommunikation/JMG, 1997, 18 p.

Discusses the ways in which the "crisis" within the dominant paradigm in communication studies, addressed by Stuart Hall, affects audience research.

Ridell, Seija: *Beyond the Pendulum: Critical Genre Analysis of Media-Audience Relations*. Tampere, University of Tampere, Department of Journalism and Mass Communication, 1997, 15, p.

The author argues that the meaning potential of media texts is structured according to genre conventions and that their use and reception both operate on highly conventional lines. The conventionalized aspects of meaning have a major role in power relations underpinning the social world.

Schröder, Kim Christian: *Audience Discourses and Social Change: A Critical Reappraisal of the Encoding/Decoding Model*. Roskilde, Roskilde Universitetscenter, Institut for Sprog og Kultur 1997, 28 p.

The paper attempts to discuss the usefulness of Stuart Hall's encoding/decoding model for the study of media reception, i.e. it addresses only the way in which the model has been used to explain processes of "decoding".

Steeg Larsen, Bent: *Hearing and Listening to the Radio in Everyday life*. København, Københavns Universitet, Institut for Film- og Medievidenskab; 1997, 16 p.

This paper presents some of the results from qualitative research on radio listening in Denmark. The research was carried out in 1994 and 1995 in collaboration with Danmarks Radio, the national broadcasting cor-

poration in Denmark. The research consisted of 15 focus group interviews with radio listeners all over Denmark. The main task for the research was to identify the basic functions of the radio in everyday life. The focus of this paper is to identify some of the general use values of listening to the radio in everyday life.

Tufte, Thomas: *Gaucha Lives in Times of Global Communication: An Interdisciplinary Case Study on Culture and Society, Media and Identity*. København, Københavns Universitet, Institut for Film- og Medievidenskab 1997, 19 p.

This paper intends to present the aim, content and overall structure of an interdisciplinary research project that empirically seeks to study a variety of aspects concerning the interrelation between: 1) The political economy of the media and the city; 2) Social and cultural practices of everyday life; 3) Family histories and the formation of cultural identities; 4) Cultural discourses, media discourses and reception analysis. The case study concerns the city of Porto Alegre in Southern Brazil. Within this overall project the paper gives special emphasis to the subproject "Television and Technology: a media ethnography in the era of cable tv". Focus here will be on the theoretical and methodological challenges related to the author's ethnographical study of 4 Brazilian families.

Grupp 5 Mediernes konstruktion af køn

Ordförande: Vibeke Pedersen

Vice ordförande: Elisabeth Eide

Eie, Birgit: *Kvinnedeltakelse i radio- og fjernsyns programmer i NRK*. Oslo, NRK Forskningen, 1997, 7 p.

Forfatteren oppsummerer arbeidet med kartlegging av kvinnedeltakelse i radio- og fjernsynsprogrammer i NRK fra 1970-åra og fram til i dag.

Egsmose, Lisbeth Rump: *Et kønsperspektiv på medieprofessionelle i TV: kvinders karrieremuligheder i udvalgte afdelinger i BBC og Danmarks Radio*. København, KVINFO, Center for information om kvinde- og kønsforskning, 1997, 26 p.

Præsenterer nogle resultater fra en undersøgelse af ligestillingsinitiativer og karriereforhold for medieprofessionelle i BBC og Danmarks Radio. Behandler bl.a. følgende spørgsmål: 1) Hvilke forhold opleves at befordre eller hæmme karrieren for professionelle kvinder i TV? 2) Hvordan fungerer ligestillingspolitikken på disse arbejdspladser?

Eliasson, Dagny; Ivarsson, Gunilla: *Equality in the Broadcasting*. Stockholm, Sveriges Radio, 1997, 9 p.

A summary of a transnational project which aims to raise awareness within the world of broadcasting and focus on training of women journalist to ensure they are not left behind in new technologies.

Engström, Kerstin: *Kvinnobilder i bolivianska medier: en studie med fokus på diskurser om kvinnor i politiken*. Umeå universitet, Institutionen för medier och kommunikation, 1997, 9 p.

Utkast till en projektbeskrivning av en undersökning hur massmedierna i Bolivia skildrar kvinnor.

Melin-Higgins, Margareta: *Is there a Feminist Methodology?: Or is it Simply Old Wine in New Glass?* Göteborgs universitet, Institutionen för journalistik och masskommunikation/JMG; Queen Margaret College, Department of Communication and Information Studies, 1997, 21 p.

The first part of the paper discusses what constitutes a feminist research and theory, and the second part deals with the question if there is a feminist methodology.

Mühleisen, Wencke: *"Direkte lykke!": naivistisk parodi på gammeldags fjernsyn og en overskridende kvinnelig programleder*. Oslo, Universitetet i Oslo, Senter for kvinneforskning, 1997, 26 p.

Forfatteren presenterer en analyse av ungdomsprogrammet "Direkte lykke!", sendt på NRK2. Analysen baserer seg på en fortolkning av programlederens iscenesettelse av kvinnelighet, og forfatteren legger særlig vekt på å diskutere seksualisering av kvinnekroppen som en synlighetsstrategi.

Pedersen, Vibeke: *Studieværter og køn i Norden: kønnets iscenesættelse mellem public service og kommercialisering: værter og værtinder i de nordiske tv studier 1995*. København, Københavns Universitet, Institut for Nordisk Filologi, 1997, 35 p. (Projektet er lavet i samarbejde med Ulla B. Abrahamsson, Katrine Skretting og Tarja Savolainen.)

Redegør for baggrunden for det stigende antal kvindelige studieværter i de nordiske landes TV-nyhedsprogrammer. Projektet har til hensigt at bidrage til en dybere forståelse af både studieværtsfunktionen og den strukturelle sammenhæng mellem kvindelighed, visualitet, kommercialisering og TV-billedeksplosionen.

Savolainen, Tarja: *Gender and the Commercialization of Television in Finland*. Helsinki, University of Helsinki, 1997, 18 p.

The author presents methods, concepts, data and results of her study "Gender and the commercialization of Television in Finland" and discusses them. One of her arguments is that the positioning of women on the screen depends on genre and context and that this is related to women's possibilities to get a voice of her own on different channels.

Siivonen, Jonita: *The Construction of Femininity in Newspaper News*. Helsinki, University of Helsinki, Department of Communication, 1997, 15 p.

The purpose of the author is to discuss an attempt of an empirical study on how women are constructed in newspaper text. The idea is to study how woman is constructed through conscious and unconscious choices of words and composition of text.

Grupp 6 Barn, unge og medier

Ordförande: Ulla Johnsson-Smaragdi

Vice ordförande: Thorbjörn Broddason

Andersson, Anita: *Små barns medievärld: metodproblem med små barn som informanter*. Umeå universitet, Institutionen för medier och kommunikation, 1997, 11 p.

En diskussion kring metodproblem med små barn som informanter i samband med studier av 5-6-åringars reception av TV-program. Berör bl.a. frågan om hur barnens teckningar kan användas i samband med intervjuerna.

Drotner, Kirsten: *An Integrative Future?: Empirical Trends and Research Strategies in the Juvenile Media Field*. København, Københavns Universitet, Center for Børne- og Ungdomsmedier; 1997, 7 p.

In addition to "innovation", what characterises juvenile media culture is "interaction" between different genres and different media and "integration" of the media into everyday culture. Together, these characteristics – innovation, interaction and integration – call for new research approaches. Based on quantitative and qualitative empirical evidence culled at the Centre for Child and Youth Media Studies, University of Copenhagen, the paper has two related aims: 1) To disclose important trends in Danish teenagers' mediated cultures; 2) To discuss which research demands these trends enforce and enhance.

Hake, Karin: *Det "affektive" intervju, finnes det?* Oslo, NRK Forskningen, 1997, 7 p.

Forfatteren drøfter hvilke dimensjoner ved resepsjon vi beskriver når vi bruker det kvalitative intervju som

forskningsmetode. Hun ser særlig på denne metoden brugt med barn under skolealder som informanter.

Hedegaard Larsen, Flemming: *Udviklingen i børn og unges TV-seening i Danmark 1994-1996*. København, Danmarks Radio, TV-Chefredaktionen, 1997, 3 p. + app. 1 p.

Giver et kort overblik over børn og unges TV-sening i Danmark i perioden 1994-1996. Paperet består udelukkende af en række tabeller med tilhørende kommentarer. Paperet er første skitse til en mere omfattende artikel om børns TV-sening.

Kleist Pedersen, Birgit: *12-19-åriges læse- og videovaner i Nuuk, Grønland: et nedslag blandt 197 unge ud fra køn, sproglig og social baggrund*. Nuuk, Grønlands Universitet, 1997, 41 p.

Præsenterer en undersøgelse af de 12-19-åriges læse- og videovaner i Nuuk, Grønland, belyst ud fra køn, sproglig og social baggrund.

Klitgaard Povlsen, Karen: *Den serie, vi elsker at hade: Beverly Hills 90210 set igennem danske 16-18-åriges stile: receptionsanalyse som tekstanalyse: overvejelser over metode, begrænsninger og udfordringer i forhold til andre former for receptionsstudier*. Århus, Århus Universitet, Center for Kvinde- og Kønsforskning/Cekvina 1997, 20 p.

En receptionsundersøgelse af TV-serien "Beverly Hills", baseret på en indsamling af danske 16-18-åriges stile om TV-serien. Diskuterer bl.a. hvad man kan få ud af stile som grundlag for en receptionsanalyse, og hvor grænserne for at bruge stile som grundlag for overvejelser over reception går. Diskuterer endelig begrebet ironi som et vigtigt begreb for at forstå 1990'ernes unge og deres blik på såvel elektroniske fiktioner som andre tekster.

Scott Sørensen, Anne: *Rollespil: et maskulint meta-medie?* Odense, Odense Universitet, Center for Kvinde- og Kønsstudier 1997, 18 p.

Ser på rollespillet som et af de medier, hvor igennem drenge og unge mænd i dag afsøger og forhandler bl.a. kønnet som del af en bredere kulturel identitet, hvori også indgår sociale, religiøse, politiske, æstetiske og andre dimensioner. Paperet indleder med et forsøg på at definere rollespil som moderne mediefænomen.

Stald, Gitte: *Børns mediebrug mellem fortid og fremtid: beskrivelse på baggrund af pilotundersøgelse til "Himmelweit-projektet"*. København, Københavns Universitet, Center for Børne- og Ungdomsmedier, 1997, 14 p.

Præsenterer nogle væsentlige resultater fra den danske pilotundersøgelse af børn og unges brug af og holdninger til "gamle" og "nye" medier, der er en del af det internationale forskningsprojekt "Himmelweit-projektet".

Stald, Gitte: *Children, Young People and the Changing Media Environment: Qualitative Study/Pilot/Denmark: Summary*. København, Københavns Universitet, Center for Børne- og Ungdomsmedier 1996, 10 p. + app. 1 p.

Præsenterer resultaterne fra en pilotundersøgelse af, hvordan, hvornår og hvor meget 6-7-årige og 9-10-årige danske skolebørn bruger medierne i deres hverdag, herunder hvilke kulturelle, økonomiske, sociale og individuelle faktorer, der er med til at etablere det enkelte barns medieerfaringer og -holdninger. Undersøgelsen er en del af det internationale forskningsprojekt "Himmelweit-projektet".

Sundin, Ebba: *Barnen i Jönköpings-Posten: en kvantitativ innehållsanalys av hur barn framställs i en landsortstidning*. Högskolan i Jönköping, Högskolan för lärarutbildning och kommunikation/HLK, 1997, 26 p. + app. 3 p.

Studerar hur barn, från spädbarns- till mopedåldern, framställs i en landsortstidning, Jönköpings-Posten, både vad gäller i text och på bild.

Grupp 7 Public Relations

Ordförande: Jaakko Lehtonen

Vice ordförande: Magne Haug

Dahlström, Mia; Flodin, Bertil: *Kommunikationsberedskap inför 2000-talet: preliminära resultat från en undersökning av svenska myndigheters beredskap att informera vid kriser och katastrofer*. Göteborgs universitet, Institutionen för journalistik och masskommunikation/JMG, 1997, 12 p.

Redovisar resultat från en undersökning om de lokala myndigheternas beredskap att informera allmänhet och medier vid fredstida kriser och katastrofer.

Högvall Nordin, Maria: *Bilden av IT: hur föreställningar skapas genom påverkan från olika typer av kommunikation: (public relations som del i den meningsskapande processen)*. Umeå universitet, Institutionen för medier och kommunikation, 1997, 16 p.

Redovisar tankar inför ett avhandlingsprojekt om hur föreställningar kring IT-utvecklingen ser ut och skapas genom olika typer av kommunikation (ex via massmedier och public relations).

Grupp 8 Markedskommunikation: information og æstetik

Ordförande: *Christian Jantzen*

Vice ordförande: *Anne Ellerup Nielsen*

Bonde, Lars: *"Kreativ arbejdsproces – eller de kreatives arbejdsproces"*. Aalborg, Aalborg Universitet, Institut for Kommunikation, 1997, 27 p.

Om markedskommunikation og æstetik. Undersøger med udgangspunkt i en række empiriske studier af et stort dansk reklamebureau følgende spørgsmål: 1) Er der reelt opstået forskydninger i folks forhold til reklamen, der har bevirket at arbejdsprocessen hos de kreative på bureauerne rummer stigende inddragelse af etiske, æstetiske og emotionelle faktorer – reklamens fascinationsformer? 3) Hvorledes influerer dette på de kreative arbejdsprocesser? 4) Og hvordan bruger den kreative sig selv i arbejdet med disse "fascinationsformer"?

Ellerup Nielsen, Anne: *L'argumentation publicitaire: rhétorique de l'éloge et de la persuasion*. Århus, Handelshøjskolen i Århus, Fransk Institut; 1997, 11 p. + app. 2 p.

Foretager et resumé af Jean-Michel Adam og Marc Bonhommies bog *"L'argumentation publicitaire: rhétorique de l'éloge et de la persuasion"*, Paris, Nathan, 1997. Bogen handler om reklameretorik og bygger videre på de to forfatters modeller for teksttypologi og reklamesprog ud fra en retorisk og lingvistisk tilgang til reklameanalyse.

Jantzen, Christian: *De reklamerelaterede budskaber i TV*. Aalborg, Aalborg Universitet, Institut for Kommunikation, 1997, 21 p.

Om den stigende brug af reklamerelaterede budskaber i TV som alternativ eller supplement til det traditionelle TV-reklamespot. Redegør for hvordan promotionsformer som sponsorering, produktplacering, gråzoneprogrammer og merchandising rokker ved den gængse skellen mellem reklamefinansierede og ikke-reklamefinansierede TV-stationer. Beskriver endvidere hvordan de reklamerelaterede budskaber på en langt mere direkte måde end TV-reklamespottet rokker ved TV-stationernes programmagt.

Johansen, Winni: *Kultur & image: forholdet mellem begreberne virksomhedskultur og corporate image og deres betydning for virksomhedens eksterne kommunikation*. Århus, Handelshøjskolen i Århus, Fransk Institut, 1997, 12 p.

Diskuterer forholdet mellem begreberne virksomhedskultur og corporate image og deres betydning for

virksomhedens eksterne kommunikation. Paperet er en del af et Ph.D.-forskningsprojekt, som har til formål at opstille en metode til afdækning af kulturforskelle af virksomhedskulturel art i virksomhedsbrochurer, samt påvise sådanne forskelle i danske og franske firmabrochurer.

Stigel, Jørgen: *TV-promotions: egenreklamen på danske landsdækkende tv stationer*. Aalborg, Aalborg Universitet, Institut for Kommunikation, 1997, 21 p. + 3 p.

Om de danske TV-stationers egenreklame, dvs. reklamen for eller promotionen af stationernes egen programvirksomhed, ud fra en undersøgelse af en uges egenreklame på DR-TV, TV2 og TV3.

Grupp 9 Mediernas språk och retorik

Ordförande: *Per Ledin*

Vice ordförande: *Finn Frandsen*

Aslama, Minna; Valtonen, Sanna: *In the Search for Dialogue Between CA/CDA: "A Mission Statement"*. Helsinki, University of Helsinki, Department of Communication, 1997, 36 p.

The authors examine how contradictory and competing realities are produced in discursive practices and what kind of power structures are to be found within and between discourses.

Berge, Kjell Lars: *Den offentlige meningens genrer på 1700-tallet: en presentasjon av en tekstkultur under utvikling i Danmark-Norge med særlig vekt på perioden fram til 1773*. Oslo, Universitetet i Oslo, Institutt for nordistikk og litteraturvitenskap, 1997, 16 p.

Forfatteren drøfter hvordan det blei utvikla tekstkulturer tilpassa samfunnsinstitusjonen offentlig mening i dobbeltmonarkiet Danmark-Norge i perioden fra 1700 til 1773.

Engblom, Christina: *Mötesreferat i Jönköpings-Posten 1947, 1972 och 1997*. Högskolan i Jönköping, Högskolan för lärarutbildning och kommunikation/HLK, 1997, 5 p. + app. 1 p.

Med utgångspunkt i mötesreferat i Jönköpings-Posten från 1947, 1972 och 1997 diskuteras en tidnings ideologiska förankring och dess förändring.

Hellsten, Iina; Renvall, Mika: *Metaphors and Paradoxes in Journalism*. Tampere, University of Tampere, Department of Journalism and Mass Communication, 1997, 7 p.

The authors describe theoretically how a conventional metaphor may function in political communication.

They apply Gregory Bateson's term 'a double bind' for interpretation of situation where different kind of positions are offered. The paper is published in Nordicom Review 1997:2.

Karvonen, Erkki: *Projecting a Positive Image of the Information Society: A Rhetorical Approach*. Tampere, University of Tampere, Department of Journalism and Mass Communication, 1997, 26 p.

The aim of the study is to examine the rhetoric of social impacts of technology, especially the official EU rhetoric concerning information society.

Kjeldsen, Jens E: *Persuasive strukturer og elementer i verbal og visuel argumentation*. Bergen, Universitetet i Bergen, 1997, 16 p.

Ei skisse til eit prosjekt som drøftar om det i retorisk forstand er mogleg å argumentera visuelt, og kva som då eventuelt er forskjellen på å argumentera visuelt og verbalt. Forfattaren drøftar om ein med desse spørsmåla som utgangspunkt kan koma fram til ein teori og ein retorisk analysemetode for visuell argumentasjon.

Ledin, Per: *Intertextualitet, smärta och ett mångstämmigt Apotek*. Stockholms universitet, Institutionen för nordiska språk, 1997, 27 p.

Inleder med en analys av begreppet intertextualitet. Därpå följer en konkret textanalys av en informationsbroschyr från Apoteksbolaget.

Lundgren, Kristina: *Diskursanalys vs. massmedieretorik*. Stockholms universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation/JMK, 1997, 13 p.

Behandlar massmedieretorikens förhållande till diskursanalys.

Mårtensson, Eva: *Från trygghet till utmaning: lyssnarens uppfattning om samtal med Hasse Tellemar och Pontus Enhörning*. Mitthögskolan, Institutionen för medie- och kommunikationsvetenskap/MKV, 1997, 37 p.

Presenterar en pilotstudie kring samtalsforskning med fokus på begreppen stil, ram och självrepresentation.

Roksvold, Thore: *Det perfekte språket*. Oslo, Høgskolen i Oslo, Journalistutdanningen, 1997, 28 p.

Forfatteren går gjennom hva som i faglitteraturen er yttra om avispråkets kvalitet over tid. Han ser på Umberto Eco's betraktninger om forfallsmyten, og identifiserer språksynet hos Aristoteles og en norsk 1800-tallsretoriker. Til slutt innkretser han språksynet

hos en framtreddende norsk språkvitenskapsmann og en pioner i norsk journalistutdanning.

Strand, Hans: *Bilden av interaktiv språklig dominans i TV*. Stockholms universitet, Institutionen för nordiska språk, 1997, 8 p.

En analys av hur graden av interaktiv språklig dominans i TV varierar med olika tittarintressen eller -profiler.

Åberg, Carin: *Massmedierad kommunikation, radio till exempel*. Stockholms universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation/JMK, 1997, 20 p.

Diskuterar radio som medium (som uttrycksform), främst utifrån mediets mer fysiska egenskaper, som ett rent auditivt medium, med hjälp av empiriska och teoretiska undersökningar.

Grupp 10 Populärkultur

Ordförande: Göran Bolin

Vice ordförande: Michael Forsman

Agger, Gunhild: *Genrebilleder i dansk tv-fiktion: en analyse af "Charlot og Charlotte"*. Aalborg, Aalborg Universitet, Institut for Kommunikation, 1997, 28 p.

En analyse af Ole Bornedals TV-serie "Charlot og Charlotte" (1996) med vægt på seriens medie- og genrebevidsthed.

Augestad, Kate: *"Jeg vil være fri! Det er min melodi!": en studie av norske slager-sangerinner i annen halvdel av det 20. århundret*. Bergen, Universitetet i Bergen, 1997, 8 p.

En skisse av et forskningsprosjekt om stemmen, slik den ytrer seg hos norske slagersangerinner fra 1950-tallet og fram mot 1980-tallet. Forfatteren vil særlig se på populærmusikkens skiftende retorikk og stemmens betydningsbærende kraft.

Bolin, Göran: *Filmbytande i offentligheten: alternativa kulturella offentligheter och populärkulturella praktiker*. Stockholms universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation/JMK, 1997, 35 p.

Analyserar filmbytare ur ett offentlighetsperspektiv samt utifrån ett smak- och identitetsperspektiv.

Forsman, Michael: *Ungdomens plats: ungdomsprogram i svensk public service 1925-1950*. Stockholms universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation/JMK, 1997, 37 p.

Ett utkast till en rapport om Sveriges Radios utbud av ungdomsprogram i radio och tv under perioden 1925-1979.

Ganetz, Hillevi: *Den kvinnliga rebellen*. Stockholms universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation/JMK, 1997, 15 p. + app. 3 p.

En analys av Kajsa Grytts rocktexter med fokus på hennes diskussion kring "kvinnlighet" och den "kvinnliga rebellen".

Haastrup, Helle Kannik: *Hinsides citatet: analyse af intertekstualitet i 1990'ernes visuelle fiktion*. København, Københavns Universitet, Institut for Film- og Medievidenskab, 1997, 14 p.

En analyse af intertekstualiteten i 1990'ernes visuelle fiktion. Først opridses kort hvordan de tværmediale tilgange inden for film- og medieanalysen anvender intertekstualitets-begrebet. Derpå skitseres hvorledes intertekstualiteten artikuleres æstetisk i 1990'ernes visuelle fiktion på film og TV, med fokus på hybrid-genre og hybrid-stil, og metafilm og meta-TV.

Moring, Inka: *Detecting the Difference, but who Watches the Watchman?: Metaphors Guiding Qualitative Media Research*. Helsinki, University of Helsinki, Department of Communication 1997, 15 p.

The author's purpose is to make remarks concerning qualitative media research, competing paradigms, metaphors and analogies which are used when talking about qualitative research.

Muhr, Gunilla: *High, Low or in-Between: Style and Aesthetics in Disney's 1930's Cartoon Symphonies*. Stockholms universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation/JMK, 1997, 15 p.

In order to study how established forms of art at a particular point in history are combined and distributed through a medium intended for a mass audience such as animated cartoons, the author looks at how modernist traits appear in a selection of Disney short films from the series Silly Symphonies (1929-1939) and the feature film Fantasia (1940).

Schubart, Rikke: *Woman with a Gun Does not Signify Man with a Phallus: Gender and Narrative Change in the Action Movie*. København, Københavns Universitet, Institut for Film- og Medievidenskab, 1997, 18 p.

A study of the action heroine in the action movie, discussing the following questions: 1) Does the action heroine transgress traditional gender roles, and is the pleasure of identification with this woman open to both male and female audiences? 2) Or is she really just a man in women's clothing? 3) Or is she an

uneasy response to feminism, an effort to both represent and contain the liberated woman within a traditional patriarchal system?

Skretting, Kathrine: *Reklame som kunst: hva særpreger prisvinnerfilmene ved den internasjonale reklamefilmfestivalen i Cannes 1996?* Trondheim, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet/NTNU, Institutt for kunst- og medievitenskap 1997, 16 p.

Forfatteren drøfter skillet mellom kunst og reklame, på bakgrunn av en analyse av prisvinnerfilmene fra reklamefilmfestivalen i Cannes i 1996. Hun undersøker disse filmene som postmoderne kulturuttrykk, og ser på om det er likhetstrekk mellom reklamefilmenes estetikk og den estetikken som er rådende i andre postmoderne audiovisuelle kulturuttrykk.

Grupp 11 Massmediernas struktur och ekonomi

Ordförande: *Antti Paasio*

Vice ordförande: *Staffan Sundin*

Gustafsson, Karl Erik: *AT – störst i Avesta*. Göteborg, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet, 1997, 9 p.

Med utgångspunkt i en artikel av Adam Nycop belyses orsakerna till att tidningen AT (1942-1956) misslyckades.

Roppen, Johann: *The Problem of No-Effects of Media-concentration: a Critique of Current Research*. Volda, Høgskulen i Volda, Institutt for medievitenskap; 1997, 10 p.

The author points to lack of empirical findings conveying solid evidence of the effects of concentration of ownership in the media, and explains this by criticising existing research.

Salokangas, Raimo: *Context Comes First: or does It?* Jyväskylä, University of Jyväskylä, Department of Communication, 1997, 22 p.

In the article, the author outlines Finnish research on media history. His main argument is that content always needs a context. The media is not primarily a source material for historical research but an object of research itself. It is a functioning part of society, both reflecting, affecting and constructing it.

Sundin, Staffan: *Den svenska mediamarknaden: konkurrens och koncentration*. Göteborgs universitet, Ekonomisk-historiska institutionen, 1997, 15 p.

Pekar på vissa tendenser i medieägande i Sverige med vissa utblickar mot övriga nordiska länder.

Tjernström, Sune: *Försvaret av sårbara värden: effektivitet i det svenska rundradioföretaget 1925-95*. Sundsvall, Mitthögskolan, Institutionen för medie- och kommunikationsvetenskap, 1997, 26 p.

Beskriver och analyserar de mått och steg som vidtagits för att öka den administrativa effektiviteten i det svenska rundradioföretaget mellan 1925-1990.

Grupp 12 Historisk massmedieforskning

Ordförande: *Lars-Åke Engblom*

Vice ordförande: *Raimo Salokangas*

Bruhn Jensen, Klaus: *Hvad man ikke ved: dagsorden for forskning i dansk mediehistorie*. København, Københavns Universitet, Institut for Film- og Medievidenskab; 1997, 24 p.

En statusopgørelse over forskningen i dansk mediehistorie med udgangspunkt i forskningsprojektet "Dansk Mediehistorie". Oversigten er systematiseret i forhold til perioder, enkeltmedier, tværgående temaer, samt en række "meta-analytiske" problemstillinger.

Engblom, Lars-Åke: *Ideologi och ekonomi Jönköpingspressen under 1900-talet: en test av "subventionstriangeln"* Högskolan i Jönköping, Högskolan för lärarutbildning & kommunikation/HLK, 1997, 12 p.

Belyser sambanden mellan jönköpingstidningarnas ekonomiska och ideologiska utveckling under 1900-talet, och bestämmer deras positioner på en ekonomisk-ideologisk skala vid olika tidpunkter.

Graf, Heike: *TV:ns institutionalisering i Sverige och dess påverkan på vardagskulturen under första åren*. Södertörns högskola, 1997, 16 p.

Diskuterar varför tv:n infördes relativt sent i Sverige (september 1956), i jämförelse med övriga Europa, och hur människorna hanterade det nya mediet.

Lundström, Gunilla: *Den svenska pressens historia, en presentation*. Lunds universitet, Litteraturvetenskapliga institutionen, 1997, 6 p. + app. 12 p.

En allmän presentation av projektet Den svenska pressens historia, samt den disposition som de tolv avsnittsskribenterna fått som utgångspunkt för sitt arbete.

Leth, Göran: *Svensk journalistik: perioder och problem*. Stockholms universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation/JMK, 1997, 13 p. + app. 3 p.

Diskuterar några huvudlinjer och problem i den svenska journalistikens utveckling.

Skovmand, Michael: *What's on at the Globe*. Århus, Århus Universitet, Engelsk Institut, 1997, 13 p.

How effective was the kind of communication that informed people about what was on at the Globe Theatre in London at the age of Shakespeare? Does it in fact make sense to view Shakespeare's theatre as part of, perhaps even constitutive of, a pre-mass media early form of a "bourgeois public sphere" in the Habermas sense of the term? The paper shall argue that the theatres between 1567 and 1642 played an important part in the formation of an early, pre-mass media "public sphere" or "Öffentlichkeit" with London as its primary focus.

Søllinge, Jette Drachmann: *Antilopens silhuet: det heldige fund og dets rolle i forskningen*. København, 1997, 5 p.

Om kildesøgning inden for forskning, herunder medieforskning, med særlig vægt på det tilsyneladende tilfældige fund undervejs i forskningsprocessen ud fra forskerens forhåndsviden om det aktuelle felt. Hævder bl.a. at tilfældige fund i forskningen i en vis forstand ikke eksisterer, og at jo bredere forskerens forhåndsviden er, jo større muligheder er der for at gøre fund af afvekslende og nybrydende karakter uden for det på forhånd kendte.

Thommessen, Henrik P: *Verdens Gang: fra Johan Sverdrup til Christian Michelsen: en analyse av avisens politiske bevægelse fra det radikale "rene" Venstre rundt statsminister Johan Sverdrup i 1884 til centrum-høyre-politikeren Christian Michelsen i 1903*. Oslo, S.n., 1997, 8 p.

Forfatteren ser på Verdens Gangs historie i perioden 1884 til 1903. Han vil analysere den sterke politiske endringa som fant sted i avisa i denne perioden, fra helhjertet støtte til partiet Venstre, til advarsler mot å stemme på det samme partiet.

Grupp 13 Medierad interpersonell kommunikation

Ordförande: *Pekka Isotalus*

Vice ordförande: *Maili Pörhölä*

Arendt Rasmussen, Tove: *Fænomenologisk nysgerighed i tv*. Aalborg, Aalborg Universitet, Institut for Kommunikation, 1997, 47 p.

Paperet tematiserer en fænomenologisk iagttagelse af forandringsprocesser og nye tendenser i TV-produktionen, som benævnes "video-realisme". Udgangspunktet tages i problemstillinger og begreber, som traditionelt knyttes til forskning i interpersonel kom-

munikation, og paperet forsøger at diskutere forholdet mellem medieformidlet kommunikation, massekommunikation og interpersonel kommunikation gennem overvejelser om genreforhold og konkrete programanalyser.

Isotalus, Pekka: *Television Performance as Interaction*. Jyväskylä, University of Jyväskylä, Department of Communication, 1997, 16 p.

The author describes interaction between a viewer and a television presenter. With the help of a visual model, the author illustrates the communication situation and various interrelationships connected to it.

Grupp 14 Massemediernes virkelighedsbillede – realismens æstetik

Ordförande: Søren Birkvad

Vice ordförande: Peter Dahlén

Birkvad, Søren: *Var der engang?: dokumentarfilmen i historien: historien i dokumentarfilmen*. Lillehammer, Høgskolen i Lillehammer, Avdeling for kultur- og mediefag; 1997, 9 p.,

Forfatternen drøftar historia og dokumentarfilmen, og den automatiske autoriteten som desse har. Han ser mellom anna på dokumentaristisk/historisk form, ikkje berre innhald, og drøftar den "faktuelle" framstillingsforma i forhold til den "fiktive".

Dahl, Rasmus: *Dansk tv-dokumentarisme: analytiske overvejelser og receptionsæstetiske perspektiver*. Århus, Århus Universitet, Institut for Informations- og Medievidenskab; 1997, 39 p.

Undersøger hvilken rolle TV's dokumentarprogrammer spiller i forhold til seernes brug af TV-mediet som socio-kulturel ressource. Beskriver bl.a. forholdet mellem danske dokumentarudsendelser og de oplevelsesformer og det betydningsarbejde vi som seere kan forvente at gennemgå i mødet med TV-teksterne.

Dofs Sundin, Monica: *Reklamfilmernas blå menstruationsblod: en estetisering av verklighetens röda vätska*. Högskolan Gävle-Sandviken, 1997, 8 p.

Diskuterar den mediala estetiseringen av den menstruella kroppsvätskans naturliga färg genom att lyfta fram historiska och nutida värderingar av kroppslighet i rörliga bilder och vår relation till reklambilden i egenskap av dess observatör.

Raunsbjerg, Preben: *Tv-sport og retorik: den medie-repræsenterede begivenhed*. Aalborg, Aalborg Universitet, Institut for Kommunikation, 1997, 22 p.

Præsenterer et forslag til en genremæssig indkredsning af TV-sport med udgangspunkt i sportens karakter af begivenhed. Det vil i denne forbindelse sige det der knytter sig til sporten, dels som begivenhed før TV-mediets intervention, dels efter som mediebegivenhed og dermed TV-tekst.

Widestedt, Kristina: *Estetikens realism: om musikkritik och objektivitet under tidigt 1800-tal*. Stockholms universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation/JMK, 1997, 8 p.

En diskussion kring möjligheten att uppfatta estetik (den estetiska kritiken) som ett forum för objektivistiska verklighetsbeskrivningar, med fokus på journalistik och estetisk kritik.

Grupp 15/18 Politisk kommunikation i Norden / Medier og global kultur

Grupperna 15 och 18 har förenats till en gemensam grupp

Ordförande: Oddgeir Tveiten

Vice ordförande: Bengt Johansson

Alhassan, Amin: *Ethnicity and the Media in Africa*. Tampere, University of Tampere, Department of Journalism and Mass Communication, 1997, 15 p.

The author discusses ethnicity and media with particular reference to Ghana and Nigeria. In the author's view, the chance to communicate in mass media in one's native language must be seen as a democratic necessity.

Johansson, Bengt: *Den kommunala dagordningen: mediernas dagordningseffekt vs egen erfarenhet i lokala frågor*. Göteborgs universitet, Institutionen för journalistik och masskommunikation/JMG, 1997, 31 p.

Undersöker vilken påverkan dagspressens lokalkommunala nyhetsrapportering har på människors uppfattning om lokala samhällsförhållanden utifrån en innehållsanalys av Göteborgs-Postens kommunala nyhetsbevakning och göteborgarnas dagordning.

Pietiläinen, Jukka: *News Flow to Finland: Stable Structures in a Changing*. Tampere, University of Tampere, Department of Journalism and Mass Communication, 1997, 17 p.

The paper presents results of a quantitative content analysis of Finnish data of a 1995 news flow study and compares them with previous foreign news studies done in Finland.

Tjernström, Vanni: *"Det er greit å kunne mer enn det som står på baksiden av Swixboksen.": gränslandet*

mellan kvantitativ och kvalitativ innehållsanalys. Umeå universitet, Institutionen för medier och kommunikation, 1997, 29 p.

Utifrån en studie av nordiska dagstidningars bevakning av det europeiska samarbetet diskuteras kvantitativ och kvalitativ innehållsanalys.

Tveiten, Oddgeir: *A Hard Reign's a gonna Fall*. Bergen, Universitetet i Bergen, Institutt for medievitenskap, 1997, 23 p.

Ten days before the allied forces began their ground offensive in the Gulf war in 1991, president Mikhail Gorbachev presented an alternative to military action. The author gives a narrative comparison of seven newspapers' coverage of this. The newspapers are Swedish, Norwegian and from the USA.

Grupp 16 Multimedia og ny medieteknologi

Ordförande: Bo Fibiger

Vice ordförande: Pertti Hurme

Bang, Jørgen; Fibiger, Bo: *Pædagogik i distribueret undervisning: et udviklingsprojekt støttet af CTU*. Århus, Århus Universitet, Institut for Informations- og Medievidenskab, 1997, 25 p.

En evaluering af erfaringerne fra projektet "Pædagogik i distribueret undervisning", hvis overordnede mål er at udvikle et undervisningskoncept for distribueret undervisning på universitetsniveau. Beskriver dels udviklingen af web-baseret undervisningsmateriale, dels tilrettelæggelsen af videokonferencer, i tilknytning til undervisningsmodulet "Medier, kommunikation og formidling".

Bang, Jørgen: *Multimedier, interaktion og narrativitet: edutainment eller læring?* Århus, Århus Universitet, Institut for Informations- og Medievidenskab, 1997, 19 p.

Forsøger at rejse en diskussion om de læringsmæssige potentialer i multimedier ud fra nogle meta-pædagogiske overvejelser over læringsprocessen og den rolle medier, interaktion og narrativitet spiller i opbygningen af kritisk indsigt og viden. Opstiller samtidig nogle parametre eller begreber, der kan danne basis for en diskussion af mål og midler i medieformidlede uddannelsesforløb, ikke mindst i forhold til design af selvstudiematerialer, herunder også interaktive multimedier.

Hetland, Per: *Medieteknologiske drama: Internett møter publikum*. Oslo, Universitetet i Oslo, Kommunikasjon: teknologi og kultur, 1997, 26 p.

Forfatteren drøfter Internett, og hevder at medier best forstås som nettverk, både i form og innhold. For å forstå nettverkenes utvikling, foreslår han en kombinasjon av Marshall McLuhans teorier og translasjonsmodellen til Bruno Latour.

Jensen, Jens F.: *"Interaktions"- & "interaktivitets"-begreberne i sociologien, mediestudierne og informatikken*. Aalborg, Aalborg Universitet, Institut for Kommunikation, 1997, 38 p.

Et forsøg på at efterspore "interaktivitets"-begrebet. Diskuterer først begrebets placering i den aktuelle medie- og kommunikationsvidenskab, ligesom dets baggrund i andre koncepter antydes. Gennemgår dernæst forskellige repræsentative definitionsforsøg inden for mediestudierne. Foreslår endelig på baggrund af gennemgangen et nyt "interaktivitets"-begreb.

Laursen, Bjørn: *Multimedier: en fornyelse i vores uddannelsestradition og dannelsesgrundlag*. Roskilde, Roskilde Universitetscenter, Kommunikation, 1997, 6 p.

Beskriver hvordan udviklingen inden for multimedieområdet vil ændre vores dannelsesstradition og uddannelsessystem meget grundlæggende. Hævder bl.a. at de positive sider ved denne udvikling vil være de dominerende, hvis vi ellers er gode nok til at udvikle den rette teknologi, så den kommer til at spille sammen med og understøtte vore mangfoldige menneskelige dybder.

Mayer, Paul: *Computer Mediated Interactivity*. København, Københavns Universitet, Institut for Film- og Medievidenskab, 1997, 18 p.

The paper begins by reviewing the thinking of a few significant writers whose works have been important for the literature on computer media and interactivity. Thereafter, it will recast and extend some of their conceptions of interactivity in reference to a social semiotic analysis of computer mediated interactivity.

Wilhelmsson, Ulf: *Datorn som berättare*. Högskolan i Skövde, 1997, 17 p.

En diskussion kring datorn som audiovisuellt berättarverktyg med exempel från film, television och datorspel.

Grupp 17 Public service i förändring

Ordförande: Henrik Søndergaard

Vice ordförande: Olof Hultén

Andersson, Anna Maria: *Konkurrens i nyhetsförmedlingen – variation eller likriktning?* Göteborgs universitet, Institutionen för journalistik och kommunikation/JMG, 1997, 25 p.

Diskuterar mångfald av och variation inom nyhetsprogrammen i tv, här representerade av Aktuellt och Rapport i SVT samt Nyheterna i TV4. Studien ingår i författarens avhandlingsplan som presenteras.

Asbjørnsen, Dag; Solum, Ove: *Public service ... kino?: det norske eksperimentet*. Oslo, Statens filmtilsyn; Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon, 1997, 22 p.

En gjennomgang av bakgrunnen for og oppbygginga av det norske kommunale kinosystemet, og den rolla det har spilt for norsk film. Forfatterne drøfter dette i lys av public service-begrepet, og ser på hvordan kommersielle aktører posisjonerer seg i forhold til kinosystemet.

Bruun, Hanne: *Snakkeprogrammet: en teoretisk indkredsning af en TV-genre*. Århus, Århus Universitet, Institut for Informations- og Medievidenskab, 1997, 47 p.

Paperet består af et uddrag fra forfatterens Ph.D.-afhandling "Snakkeprogrammet: portræt af en TV-genre". Afhandlingen tegner et portræt af brugen af snakkeprogrammet i dansk public service TV. Paperet præsenterer afhandlingens teoretiske afsæt, hvor der argumenteres for den definition af snakkeprogrammet, som er gennemgående i afhandlingens programanalytiske kapitel.

Edin, Anna: *Konsolidering och splittring: tvåkanalssystemet och blandprogrammets etablering i svensk tv*. Stockholms universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation/JMK, 1997, 16 p.

Diskuterar politiska intentioner och beslut, publik- och programresultat, genomförandefaserna samt konsolidering och splittring i samband med tvåkanalssystemets och blandprogrammets etablering i svensk tv.

Grundberg, Irène: *Programidéers väg till program inom underhållning i public service och kommersiell television*. Uppsala universitet, Sociologiska institutionen, 1997, 18 p.

Beskriver resultaten från 10 intervjuer utförda i public service-television och i kommersiell television med fokus på programidéer och programidéers genomförande inom underhållning.

Kemppainen, Pentti: *Den finska radions digitala framtid*. (The digital future of the Finnish radio.) Helsingfors, Yleisradio (Finnish Broadcasting Company), 1997, 14 p.

Författaren presenterar digitalradions tekniska egenskaper och sändningarnas framtidsutsikterna i den finländska radion.

Lundberg, Dan: *Våld i TV-trailrar*. Stockholm, Granskningsnämnden för radio och TV, 1997, 26 p.

Behandlar förekomsten av våld i TV-trailrar. Studien innefattar alla trailrar som sändes mellan kl. 06.30-24.00 i SVT1, SVT2, TV3 och TV4 under perioden 2-15 september 1996.

Skogerbø, Eli; Syvertsen, Trine: *Television in Scandinavia, Netherlands and Belgium: The New European Order*. Oslo, Norges forskningsråd, ARENA; Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon, 1997, 18 p.

The authors gives an outline of the television systems in Scandinavia, Netherlands and Belgium; their background and their history.

Søndergaard, Henrik: *Public service i receptionsæstetisk perspektiv*. København, Københavns Universitet, Institut for Film- og Medievidenskab, 1997, 29 p.

Undersøger med udgangspunkt i DR's programpolitiske udvikling hvordan man kan etablere en tekst- eller programanalytisk metode, som kan redegøre for programudbudets diskursive karakter, og som samtidig kan belyse nogle af de dimensioner og problemstillinger, som konkurrencen har givet anledning til. Fremlægger et konkret analyseeksempel, som behandler DR's programflade i et receptionsæstetisk perspektiv.

Thorsen, Tønnes: *NRK Dagsrevyen og EU-kampen*. Stavanger, 1997, 22 p.

Forfatteren tar for seg de nyhetsinnslagene på NRK Dagsrevyen som hadde tilknytning til EU, i perioden 19.4. 1994 til datoen for folkeavstemninga, 28.11. 1994. Han vil vurdere om dekninga oppfyller de krav som ligger i public service-forpliktelsene om upartiskhet og balanse.

Grupp 19 Journalistikforskning och journalistikkritik

Ordförande: *Lars Rosenblad*

Vice ordförande: *Svein Brurås*

Brurås, Svein: *Sponsing av journalistikk: en skisse av et prosjekt*. Volda, Høgskulen i Volda, 1997, 10 p.

Skisse av et prosjekt, initiert av Norsk Presseforbund, som skal kartlegge og vurdere sponsing og tekstreklame i norske medier i dag. Prosjektet skal gi eksempler på og systematisere de ulike formene for sponsing og tekstreklame og gi innspill til Norsk Presseforbunds videre arbeid på dette feltet.

Eide, Elisabeth: *Når magesfølelsen går til hodet eller reportasjens metode-mysterium*. Oslo, Høgskolen i Oslo, Journalistutdanningen, 1997, 24 p.

Forfatteren drøfter de problema som oppstår når forskeren vil avdekke reportasjefournalistenes metoder. Hun henter eksempler fra journalistens møter med mennesker i fremmede kulturer.

Frandsen, Kirsten: *Når en gammel orden går i oppløsning*. Århus, Århus Universitet, Institut for Informations- og Medievidenskab, 1997, 24 p. (Paperet er en videreudvikling af et afsnit fra forfatterens Ph.D.-afhandling om dansk sportsjournalistik)

Om samarbejdet mellem sportsfolk og sportsjournalister. Undersøger hvorledes TV-dækningen af det danske damelandshold i håndbold påvirker og forandrer samarbejdet mellem de danske spillere og den øvrige sportsjournalistik. Udgangspunktet er en udvalgt case, VM i damehåndbold i Norge 1993, hvor det danske damelandshold fik sit store TV-gennembrud.

Heikkilä, Heikki; Kunelius, Risto: *Access, Dialogue, Deliberation: Experimenting with Three Concepts of Journalism and Representation*. Tampere, University of Tampere, Department of Journalism and Mass Communication, 1997, 24 p.

The authors examine three ideas in journalism research: access, dialogue and deliberation with the view of reconsidering some of the basic notions on which journalism and journalism research are basically built on.

Mörä, Tuomo: *Behind the Media Content: The Liane Model*. Helsinki, University of Helsinki, Department of Communication, 1997, 5 p.

The author aims at creating a model in order to analyze processes behind media content. The model is meant to be a tool in understanding why and how reality is represented in mass media.

Ney, Birgitta: *Signatur som förklädnad eller byline med porträtt – spelar det någon roll?: om betydelse för yrkesroll och genrens utvecklingar av journalisters namn i spalterna*. Stockholms universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation/JMK, 1997, 20 p.

Diskuterar några frågeställningar rörande traditionen att underteckna journalistisk text.

Rosenblad, Lars: *När chefen bryter mot god journalistisk sed: påtryckningar mot journalister på de finländska redaktionerna*. (When the boss breaks good journalistic practice: pressure towards Finnish journalists.) Helsinki, University of Helsinki, Swedish School of Journalism, 1997, 5 p.

Författaren skisserar upp ett forskningsprojekt över i vilken utsträckning journalister utsätts för påtryckningar inifrån det egna medieföretaget.

Uskali, Turo: *A Need to Study: Foreign Correspondents*. Jyväskylä, University of Jyväskylä, Department of Communication, 1997, 4 p.

The author deals with foreign correspondents, particularly with Finnish correspondents in Moscow and their work there.

Grupp 20 Nyhetsformidlingens sociologi och estetisk

Ordförande: *Stig Hjarvard*

Vice ordförande: *Jan Ekekrantz*

Cronström, Johan: *Våld som aktualitet: en jämförande kvantitativ studie av nyhetsinslag som skildrar våld i svensk television*. Stockholms universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation/JMK, 1997, 15 p.

Beskriver skillnader och likheter i nyhetsutbudet mellan de licensfinansierade kanalerna SVT1 och SVT2 och två kommersiella kanaler TV och TV3.

Ek, Anne-Charlotte: *Nyhetsförmedlingens bilder av aids: en idéskiss till ett avhandlingsarbete med arbetstiteln Mediernas bilder av aids*. Umeå universitet, Institutionen för medier och kommunikation, 1997, 15 p. + 2 app. 7 p.

Presenterar några teoretiska utgångspunkter för ett avhandlingsarbete om mediernas bilder av aids, och undersökningens tentativa uppläggning med beskrivning av materialet.

Helland, Knut; Sand, Gunnar: *Damp, øl og pizza?: komposisjon og iscenesettelse av TV-nyheter*. Bergen/Trondheim, Forskningsstiftelsen SINTEF; Universitetet i Bergen, Institutt for medievitenskap, 1997, 24 p.

Ei analyse av de norske nyhetsprogrammene Dagsrevyen (NRK Fjernsynet) og Nyhetene (TV2), basert på observasjon i redaksjonene, intervju og tekst- og innholdsanalyse. Forfatterene drøfter hvordan fjernsynsnyheter blir til.

Hirdman, Anja: *Manlig norm og kvinnlig form: den visuelle representationen av män och kvinnor i pressbilder 1925, 1955, 1987*. Stockholms universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation/JMK, 1997, 26 p.

Granskar den journalistiska produktens genusesideologi såsom den uttrycks i den visuella representationen av män och kvinnor under åren 1925, 1955 och 1987.

Hjarvard, Stig: *Den første konkurrence på tv-nyheder i Danmark: en komparativ analyse af tv-nyheder fra 1984 og 1990*. København, Københavns Universitet, Institut for Film- og Medievidenskab, 1997, 16 p. + app. 1 p.

Paperet præsenterer nogle delresultater fra forskningsprojektet "TV-konkurrencens nyheder". Dette overordnede projekt har til formål at bestemme indholds- og formmæssige forandringer i TV-nyhedsformidlingen i danske landsdækkende kanaler (DR1, DR2, TV2 og TV3). Der lægges særligt vægt på at belyse monopolbruddets og konkurrencens konsekvenser for TV-nyhedsudbuddets form og indhold. Paperet giver dels en kortfattet beskrivelse af det overordnede forskningsprojekts baggrund, teori og metoder, dels en kortfattet gennemgang af de første resultater af en kvantitativ indholdsanalyse af TV-nyhederne fra 1984 og 1990.

Johansson Lönn, Eva: *Att höra genom texten: journalisters, forskares och läsares perspektiv på arbetsmiljönyheter*. Umeå universitet, Institutionen för medier och kommunikation; Arbetslivsinstitutet, Enheten för fysiologi och teknik, 1997, 10 p.

Undersöker konstruktionen och receptionen av vetenskapsrelaterade risknyheter.

Mårtenson, Bo; Lindhoff, Håkan: *Stat, marknad, kris: Nyhetsjournalistik om ekonomi under 1990-tal och 1930-tal*. Stockholms universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation/JMK, 1997, 20 p.

Diskuterar översiktligt frågeställningar, metoder, resultat och empiriska strategier i projektet Journalistik om ekonomi 1970-96.

Nordström, Gert Z: *Jönköpings-Postens förstasida 1997: funktioner, visuell framtoning och innehåll*. Högskolan i Jönköping, Högskolan för lärarutbildning & kommunikation/HLK, 1997, 3 p.

Ett utkast till en undersökning av Jönköpings-Postens första sida under utgivningsåret 1997. Här behandlas främst första sidans funktion, visuella framtoning och frågan om krav på innehåll för att hamna på första sidan.

Olsson, Tom: *Journalistik som politik: året i bild 1925, 1955, 1987 och 1995*. Stockholms universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation/JMK, 1997, 17 p. + app. 10 p.

Beskriver ett antal bilder från åren 1925, 1955, 1987 och 1995 med fokus på kontraktet (fotografens relation till motivet), gesten (motivens gestik och plastik) och intertextualiteten (relationen mellan text och bild) ur såväl individuell som institutionell nivå.

Sirkkunen, Esa: *In an Electric Tram: Journeys from Text to Context (and back again)*. Tampere, University of Tampere, Department of Journalism and Mass Communication, 1997, 12 p.

The author studies the genre of reportage as a part of journalism of a certain period and in a broader textual world. He uses a framework of threefold typology: the world of the text, the world of the genres in a newspaper issue, and journalistic institution.

Sjölander, Annika: *Opinionsbildningen – en kärnfråga: en analys av TV-nyheternas rapportering från förstudierna i Storuman och Malå kommun*. Umeå universitet, Institutionen för medier och kommunikation, 1997, 27 p.

Analyserar Rapports och Nordnyttis rapportering från Storuman respektive Malå kommun angående de förstudier som gjorts för eventuellt slutförvar av kärnavfall.

Tveiten, Oddgeir: *The Meaning of Modernization: US media and the Sandinista Story*. Bergen, Universitetet i Bergen, Institutt for medievitenskap, 1997, 30 p.

The author discusses the US media coverage of the 1990 election in Nicaragua. He uses the concept of modernization to explain the picture of the Nicaraguan political scene.

Ytreberg, Espen: *Discourses of Egalitarianism in Popular Journalism: The Case of Norwegian Prime-Time Combined-Genre Shows*. Oslo, Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon, 1997, 27 p.

The author analyses the way in which the rhetoric of egalitarianism is expounded by programme hosts and guests in two prime time combined-genre shows on Norwegian television ("Par-i-bol", 1992 and "Rondo", 1994-5). He focuses on these programmes' social roles and relations of interaction, explaining them in terms of the social settings that the programmes construct.

Den 13 Nordiska konferensen för masskommunikationsforskning 9-12 augusti 1997, Jyväskylä, Finland

Program

Lördagen den 9 augusti 1997

Ordförande: *Raimo Salokangas*, Finland

13.00–15.00 Registrering

15.00–15.30 **Konferensen öppnas** **Sal C1**

- Musikgruppen *Pentatones*, Jyväskylä universitet
- Professor *Raimo Salokangas*, Jyväskylä universitet
- Rektor *Aino Sallinen*, Jyväskylä universitet

15.30–17.00 **Plenum:** **Sal C1**

Knowledge and Understanding
Paddy Scannell, England

17.15–18.30 **Plenum, videoföreläsning:** **Sal C1**

**Media and Information Technology:
The Internet Revolution**
Dan Steinbock, USA

18.30–19.15 Mötet för arbetsgruppernas ordförande **Sal C4**

20.00–21.30 Jyväskylä stads mottagning,
Alvar Aalto-museet

Söndagen den 10 augusti 1997

Ordförande: *Stig Hjarvard*, Danmark

09.00–12.00 **Plenum:** **Sal C1**

Teori och metodologi i medieforskningen

- Ti år i bransjen. Ett blick bakover, og to framover
Jostein Gripsrud, Norge
- Finns det kommunikationsforskning?
Ullamaija Kivikuru, Finland
- Medier, journalistik och social kritik
Jan Ekecrantz, Sverige

12.00–13.30 Lunch på studentrestaurangen Lozzi

13.30–15.30 Arbetsgrupperna, (19 grupper) samlas anges i samband med programmet av varje grupp

15.30–16.00 Kaffe

16.00–18.00 Arbetsgrupperna fortsätter

19.30–24.00 Finsk afton på Savutuvan Apaja samt middag, avfärd med båt från hamnen

Måndagen den 11 augusti 1997

09.00–12.00 Arbetsgrupperna, enligt separat program

12.00–13.30 Lunch på studentrestaurangen Lozzi

13.30–15.00 Arbetsgrupperna fortsätter

15.00–15.30 Kaffe

15.30–17.00 Arbetsgrupperna fortsätter

17.00–18.00 Tid för gruppmöten

20.00–24.00 Festmiddag på Rantasiphotell Laajavuori

Tisdagen den 12 augusti 1997

Ordförande: *Trine Syvertsen*, Norge

09.00–12.00 **Plenum:** **Sal C1**

Det förändrade medielandskapet – forskning om ny informationsteknologi

- Forskning om förändring eller teknologien som årsak
Eli Skogerbø, Norge
- Digital konvergens, digital divergens. Kommunikationsforskning efter Mediasaurus'en
Jens F. Jensen, Danmark
- Digitala gränsländ: identitet och interaktivitet i kultur, medier och kommunikation
Johan Fornäs, Sverige

12.00–12.30 **Avslutning av konferensen** **Sal C1**

- Invitering till nästa konferens

Den 13 Nordiska konferensen för masskommunikationsforskning 9-12 augusti 1997, Jyväskylä, Finland

Deltagarförteckning

Agger Gunhild Moltesen

Lektor
Aalborgs universitet
Herningvej 46
DK-9220 Aalborg Ø
tel. 45 96 35 90 29
fax 45 98 15 94 34
e-mail: gunhild@hum.auc.dk

Allern Sigurd

Forsker
Institutt for Journalistikk
Postboks 1185
N-1631 Gamle Fredrikstad
fax 47 69 32 42 20
e-mail:
sigurd.allern@ij.no

Andersen Jan Erik

Førstekonsulent
Statens medieforvaltning
Postboks 444
N-1601 Fredrikstad
tel. 47 69 31 90 30
fax 47 69 31 92 80

Andersson Anita

Universitetsadjunkt
Umeå universitet
Inst. för medier och kommunikation
SE 901 87 Umeå
tel. 46 90 786 78 52
fax 46 90 786 78 45

Andersson Anna Maria

Doktorand
Göteborgs universitet
JMG
Box 713
SE 405 30 Göteborg
tel. 46 31 773 12 12
fax 46 31 773 45 54
e-mail: anna.andersson@jmg.gu.se

Andersson Magnus

Biträdande forskare
Göteborgs universitet
JMG
Box 713
SE 405 30 Göteborg
tel. 46 31 773 4946
e-mail: magnus.andersson@jmg.gu.se

Andén-Papadopoulos Kari

Doktorand
Stockholms universitet
JMK
Box 27861
SE 115 93 Stockholm
tel. 46 8 16 19 97

Arvidson Peter B.

Universitetslektor
Lunds universitet
MKV
Box 114
SE 221 00 Lund
tel. 46 46 222 88 76
fax 46 46 222 47 94
e-mail: peter.arvidson@soc.lu.se

Asbjørnsen Dag

Amanuensis
Universitetet i Oslo
Inst. for medier og kommunikasjon
Box 1093
Blindern
N-0317 Oslo
tel. 47 22 85 04 35
fax 47 22 85 04 01
e-mail: dag.asbjornsen@medis.uio.no

Aslama Minna

Forskare
Rundradion
PB 93
FIN-00024 Helsingfors
tel. 358 9 14 80 56 46
fax 358 9 14 80 36 73
e-mail: minna.aslama@yle.fi

Augestad Kate

Universitetsstipendiat
Universitetet i Bergen
Institut for medievitenskap
Fosswinkelsgt. 6
N-5007 Bergen
tel. 47 55 58 91 24
fax 47 55 58 91 49
e-mail: kate.augestad@media.uib.no

Austbø Tore

Amanuensis
Høgskolen i Stavanger
Postboks 2557
Ullandhaug
N-4004 Stavanger
tel. 47 51 83 15 46
fax 47 51 83 15 10
e-mail: tore.austboe@oks.his.no

Bang Jørgen

Lektor
Aarhus universitet
Inst. for informations- og
medievidenskab
Niels Juelsgade 84
DK-8200 Aarhus N
tel. 45 89 42 19 63
fax 45 89 42 19 52
e-mail: jbang@imv.aau.dk

Becker Karin

Professor
Inst. för bildpedagogik
Konstfack
Box 24115
SE 104 51 Stockholm
tel. 46 8 450 42 95
fax 46 8 450 42 96
e-mail: karin.becker@konstfack.se

Berge Kjell Lars

Forskeamanuensis
Universitetet i Oslo
Inst. for nordistikk og litt.vitenskap
Postboks 1013
Blindern
N-0315 Oslo
tel. 47 22 85 67 11
fax 47 22 85 71 00
e-mail: k.l.berge@inl.uio.no

Birkvad Søren

Amanuensis
Høgskolen i Lillehammer
Postboks 1004
Skurva
N-2601 Lillehammer
tel. 47 6128 83 76
fax 47 6128 81 80
e-mail: soren.birkvad@hil.no

Bjarnason Hilmar Thor

Timlärer
Islands universitet
IS-101 Reykjavik
fax 354 552 68 06
e-mail: hthorbj@rhi.hi.is

Bjørnstad Nina

Førstekonsulent
Nordicom/MedieNorge
Universitetet i Bergen
Inst. for medievitenskap
Fosswinkelsgt. 6
N-5007 Bergen
tel. 47 55 58 91 26
fax 47 55 58 91 49
e-mail: nina.bjornstad@media.uib.no

Block Eva

Avdelningsdirektör
Arkivet för ljud och bild
Rovägen 4
SE 741 42 Knivsta
tel. 46 8 783 37 37
fax 46 8 663 18 11
e-mail: eb@alb.se

Blomgren Roger

Adjunkt
Högskolan Trollhättan/Uddevalla
Box 795
SE 451 26 Uddevalla
tel. 46 522 65 60 05
fax 46 522 65 60 99
e-mail: roger.blomgren@udd.htu.se

Bolin Göran

Forskningsassistent
Stockholms universitet
JMK
Box 27861
SE 115 93 Stockholm
tel. 46 8 16 12 77
fax 46 8 661 03 04
e-mail: bolin@jmk.su.se

Bonde Lars

Ph.D.-studerande
Aalborg universitet
DK-9220 Aalborg Ø
tel. 45 96 35 90 44
e-mail: bonde@hum.auc.dk

Borden Bill

Researcher
American Insights
Östmarksgatan 42
SE 12 342 Farsta
tel. 46 8 604 04 51
fax 46 8 604 04 51
e-mail:
american.insights@stockholm.mail.telia.com

Borgnes Martin

Avdelningsdirektor
Statens filmtilsyn
Kulturdepartementet, medie-
avdelningen
Postboks 8030
N-0030 Oslo
tel. 47 22 24 80 45
fax 47 22 24 80 39
e-mail:
martin.borgnes@kd.dep.telemex.no

Brikse Inta

Professor
University of Latvia
Dept. of Communication & Journal-
ism
Visvalza str. 4 A
LV-1011 Riga
tel. 371 722 47 05
fax 371 782 01 13
e-mail: brikse@acad.latnet.lv

Broddason Thorbjörn

Professor
Islands universitet
IS-101 Reykjavik
tel. 354 525 45 09
fax 354 552 68 06
e-mail: tbrodd@rhi.hi.is

Brorholm Lars

Amanuensis
Københavns universitet
Njals gade 80
DK-2300 København S
tel. 45 35 32 83 28
fax 45 35 32 83 77

Brurås Svein

Amanuensis
Høgskolen i Volda
Postboks 5000
N-6101 Vold
tel. 47 70 07 50 00

Bruun Hanne

Amanuensis
Aarhus universitet
Inst. for informations- og
medievidenskab
Niels Juelsgade 84
DK-8200 Aarhus N
tel. 45 89 42 19 70
fax 45 89 42 19 52
e-mail: hbruun@imv.aau.dk

Brügger Niels

Adjunkt
Aarhus universitet
Inst. for informations- og
medievidenskab
Niels Juelsgade 84
DK-8200 Aarhus N
tel. 45 89 42 19 56
fax 45 89 42 19 52
e-mail: nb@imv.aau.dk

Bucht Catharina

Nordicom-Sverige
Göteborgs universitet
Box 713
SE 405 30 Göteborg
tel. 46 31 773 13 06
fax 46 31 773 46 55
e-mail:
catharina.bucht@nordicom.gu.se

Burneikiene Genovaite

University of Vilnius
Institute of Journalism
Maironia Str. 7
Vilnius
tel. 370 2 62 55 31
fax 370 2 62 55 31

Carlson Tom

Assistent
Åbo Akademi
Inst. för samhällsvetenskaper
Vörågatan 9
FIN-65100 Vasa
tel. 358 6 324 7113
fax 358 6 324 7457
e-mail: tcarlson@abo.fi

Carlsson Ulla

Direktör
Nordicom
Göteborgs universitet
Box 713
SE 405 30 Göteborg
tel. 46 31 773 12 19
fax 46 31 773 46 55
e-mail: ulla.carlsson@nordicom.gu.se

Cheesman Robin

Lektor
Roskilde Universitetscenter
Bornholms forskningscenter
Stenbrudsvej 55
DK-3770 Nexø
tel. 45 5644 0043
e-mail: robin@ruc.dk

Chone Hanne

Amanuensis
CEKVINA
Finlandsgade 26 B
DK-8200 Aarhus N
tel. 45 89 42 44 43
e-mail: kvinhc@cfk.hum.auu.dk

Christensen Christa Lykke

Forskningsassistent
Københavns universitet
Center for børne og ungdomsmedier
Njalsgade 80
DK-2300 København S
tel. 45 35 32 81 16
fax 45 35 32 81 10
e-mail: christal@coco.ihl.ku.dk

Cronström Johan

Doktorand
Stockholms universitet
JMK
Box 27861
SE 115 93 Stockholm
tel. 46 8 16 17 90
e-mail: cronstrom@jmk.su.se

Dahl Rasmus

Ph.D. stipendiat
Aarhus universitet
Informations- og medievidenskab
Niels Juelsgade 84
DK-8200 Aarhus N
tel. 45 89 42 19 51
fax 45 89 42 19 52
e-mail: rasdahl@imv.aau.dk

Dirvonaite Dalia

University of Vilnius
Inst. of Journalism
Maironia Str. 7
LT 2734 Vilnius
tel. 370 2 62 55 31
fax 370 2 62 55 31

Djupsund Göran

Biträdande professor
Åbo Akademi
Inst. för samhällsvetenskaper
Vörågatan 9
FIN-65100 Vasa
tel. 358 6 324 74 51
fax 358 6 324 74 57
e-mail: goran.djupsund@abo.fi

Dofs Sundin Monica K

Universitetsadjunkt
Högskolan Gävle-Sandviken
SE 801 76 Borlänge
tel. 46 26 64 85 00
e-mail: mds@hgs.se

Domellöf Maria

Biträdande forskare
JMG
Box 713
SE 405 30 Göteborg
tel. 46 31 62 41 48
fax 46 31 62 40 75
e-mail: maria.domellof@gp.se

Drotner Kirsten

Centerleder
Center for børne og ungdomsmedier
Inst. for film og medievidenskab
Njalsgade 80
DK-2300 København S
tel. 45 35 32 81 00
fax 45 35 32 81 10
e-mail: drotner@coco.ihl.ku.dk

Edin Anna

Doktorand
Stockholms universitet
JMK
Box 27861
SE 115 93 Stockholm
tel. 46 8 16 19 97
fax 46 8 661 03 04
e-mail: anna.edin@jmk.su.se

Edström Maria

Doktorand
Göteborgs universitet
JMG
Box 713
SE 405 30 Göteborg
tel. 46 31 14 96 52
e-mail: maria.edstrom@jmg.gu.se

Egsmose Lisbeth Rump

Sociolog
KVINFO
Nyhavn 22
DK-1051 København K
tel. 45 33 13 50 88
fax 45 33 14 11 56

Eide Elisabeth

Försteamanuensis
Høgskolen i Oslo
Pilestredet 52
N-0167 Oslo
tel. 47 22 45 26 47
fax 47 22 45 26 05
e-mail: elisabeth.eide@jbi.hioslo.no

Eie Birgit

Medieforsker
NRK Forskningen
N-0340 Oslo
tel. 47 23 04 98 63
fax 47 23 04 80 91
e-mail: birgit.eie@nrk.no

Ek Anne-Charlotte

Forskarstuderande
Umeå universitet
Inst. för medier och kommunikation
SE 901 87 Umeå
tel. 46 90 786 78 49
fax 46 90 786 78 45
e-mail: anne-charlotte.ek@medkom.umu.se

Ekecrantz Jan

Docent
Stockholms universitet
JMK
Box 27861
SE 115 93 Stockholm
tel. 46 8 16 44 41
fax 46 8 661 03 04
e-mail: ekejan@jmk.su.se

Ekstrand Eva

Universitetsadjunkt
Högskolan i Gävle-Sandviken
SE 801 76 Gävle
tel. 46 26 64 85 88
fax 46 26 64 86 47
e-mail: eed@hgs.se

Eliasson Dagny

Proj. led. EU
Sveriges Radio
SE 105 10 Stockholm
tel. 46 8 784 97 80
fax 46 8 784 97 83
e-mail: dagny@stock.sr.se

Elliot Maria

Universitetsadjunkt
Högskolan i Uddevalla
Box 795
SE 451 26 Uddevalla
tel. 46 522 65 60 50
e-mail: maria.elliott@udd.htu.se

Engblom Christina

Universitetsadjunkt
Högskolan i Jönköping
HLK
Box 1026
SE 55 111 Jönköping
tel. 46 36 15 77 48
fax 46 36 14 43 70
e-mail: christina.engblom@hbk.hj.se

Engblom Lars-Åke

Universitetslektor
Högskolan i Jönköping
HLK
Box 1026
SE 551 11 Jönköping
tel. 46 36 15 69 81
fax 46 36 16 25 85
e-mail: lars-ake.engblom@hbk.hj.se

Engström Kerstin

Adjunkt
Umeå universitet
Institutionen för medier och kommunikation
SE 901 87 Umeå
tel. 46 90 786 79 48
fax 46 90 786 78 45
e-mail: kerstin.engstrom@medkom.umu.se

Euramaa Anne

Helsingfors universitet
Inst. för kommunikation
PB 54
FIN-00014 Helsingfors
tel. 358 9 685 16 45
e-mail: anne.euramaa@helsinki.fi

Fetveit Arild

Forsker
Universitetet i Oslo
Inst. for medier og kommunikasjon
Postboks 1093
Blindern
N-0317 Oslo
tel. 47 22 85 04 26
fax 47 22 85 04 01
e-mail: arild.fetveit@media.uio.no

Fibiger Bo

Lektor
Aarhus universitet
Inst. for informations- og medievidenskab
Niels Juelsgade 84
DK-8200 Aarhus N
tel. 45 89 42 19 65
fax 45 89 42 19 52
e-mail: bfib@imv.aau.dk

Flodin Bertil

Universitetslektor
Göteborgs universitet
JMG
Box 713
SE 405 30 Göteborg
tel. 46 31 52 03 49 18
fax 46 31 52 01 94 05
e-mail: bertil.flodin@jmg.gu.se

Fornäs Johan

Professor
Stockholms universitet
JMK
Box 27861
SE 115 93 Stockholm
tel. 46 8 16 26 82
fax 46 8 661 03 04
e-mail: fornas@jmk.su.se

Forsman Michael

Stockholms universitet
JMK
Box 27861
SE 115 93 Stockholm
tel. 46 8 16 33 04
fax 46 8 661 03 04
e-mail: forsman@jmk.su.se

Frandsen Finn

Lektor
Handelshøjskolen i Aarhus
Fuglesangsallé 4
DK-8210 Aarhus V
tel. 45 89 48 62 68
fax 45 86 15 77 27
e-mail: ff@lng.hha.dk

Frandsen Kirsten

Amanuensis
Aarhus universitet
Inst. for informations- og medievidenskab
Niels Juelsgade 84
DK-8200 Aarhus N
tel. 45 89 42 19 74
fax 45 89 42 19 52
e-mail: kirstenf@imv.aau.dk

Ganetz Hillevi

Dr
Stockholms universitet
JMK
Box 27861
SE 115 93 Stockholm
tel. 46 8 16 1786
fax 46 8 661 03 04
e-mail: ganetz@jmk.su.se

Gentikow Barbara

Försteamanuensis
Universitetet i Bergen
Inst. for medievitenskap
Fosswinckelsgt. 6
N-5007 Bergen
tel. 47 55 58 91 19
fax 47 55 58 91 49
e-mail: barbara.gentikow@media.uib.no

Graf Heike

Forskarinna
Humboldt-Universität zu Berlin
Rheinsberger St. 20
D-104 35 Berlin
tel. 49 30 2019 6625
fax 49 30 2019 6626
e-mail: heike-graf@german.hu-berlin.de

Gramstad Borghild

Förstekonsulent
Nordicom
Universitetet i Bergen
Fosswinckelsgt. 6
N-5007 Bergen
tel. 47 55 58 91 40
fax 47 55 58 91 49
e-mail:
borghild.gramstad@media.uib.no

Graviz Ana

Sv. Ped. institutionen
Carl Malmstens väg 8, 5tr
SE 170 73 Solna
tel. 46 8 16 40 23
fax 46 8 85 26 02

Gripsrud Jostein

Professor
Universitetet i Bergen
Inst. for medievitenskap
Fosswinckelsg. 6
N-5007 Bergen
tel. 47 55 58 91 17
fax 47 55 58 91 49
e-mail: jostein.gripsrud@media.uib.no

Grodal Torben

Professor
Københavns universitet
Institut for film og medievidenskab
Njalsgade 80
DK-2300 København S
tel. 45 35 32 81 09
fax 45 35 32 81 10
e-mail: grodal@coco.ihl.hu.dk

Grundberg Irène

Doktorand
Uppsala universitet
Sociologiska inst.
Västerås. 10 C
SE 113 43 Stockholm
tel. 46 8 32 62 35

Gröndahl Aulis

Analytiker
SVT Utveckling
Elsbyvägen 11
SE 162 70 Vällingby
tel. 46 8 784 80 94
e-mail: aulis.grondahl@svt.se

Grøngaard Peder

Forskningsbibliotekar
Nordicom
Statsbiblioteket
Universitetsparken
DK-8000 Aarhus C
tel. 45 89 46 20 68
fax 45 89 46 20 50
e-mail: pg@kumsb.dk

Guldbrandsen Nils

Förstekonsulent
Statens medieförvaltning
Postboks 444
N-1601 Fredrikstad
tel. 47 69 31 90 30
fax 47 69 31 92 80

Gustafsson Karl Erik

Professor
Handelshögskolan vid
Göteborgs universitet
Företagsekonomiska inst.
Box 610
SE 430 05 Göteborg
tel. 46 31 773 14 75
fax 46 31 773 46 52
e-mail: keg@mgmt.gu.se

Gylfadóttir Elfa Yr

Forskare
Íslands universitet
Center för kvinnoforskning
Sumarhöll
IS-101 Reykjavík
tel. 354 525 45 95
fax 354 552 88 01
e-mail: eyg@rhi.hi.is

Haastrup Helle Kannik

Ph.D.-Stipendiat
Københavns universitet
Institut for film og medievidenskab
Njalsgade 80
DK-2300 København S
tel. 45 35 32 81 33
fax 45 35 32 81 10
e-mail: kannik@dorit.ihl.ku.dk

Hafstrand Helene

Biträdande forskare
Handelshögskolan vid
Göteborgs universitet
Box 610
SE 430 05 Göteborg
tel. 46 31 773 14 77
fax 46 31 773 46 52
e-mail: helene.hafstrand@mgmt.gu.se

Hake Karin

Medieforsker
NRK
Bj. Børnsøns plass 1
N-0340 Oslo
tel. 47 23 04 80 92
fax 47 23 04 80 91
e-mail: karin.hake@nrk.no

Halse Ketil Jarl

Dekanus
Høgskolen i Volda
Postboks 500
N-6101 Volda
tel. 47 7007 51 30
fax 47 7007 50 51
e-mail: ketiljarl.halse@hivolda.no

Hankala Mari

Forskare
Jyväskylä universitet
PB 35
FIN-40351 Jyväskylä
tel. 358 14 60 32 84
fax 358 14 60 32 01
e-mail: hankala@jyu.fi

Hansen Claus Kragh

Nordicom
Statsbiblioteket
Universitetsparken
DK-8000 Aarhus
tel. 45 89 46 20 69
fax 45 89 40 20 50
e-mail: ckh@kumsb.dk

Harakka Terttu

Forskare
Vasa universitet
PB 700
FIN-65101 Vasa
tel. 358 6 324 83 68
fax 358 6 324 83 80
e-mail: tepa@uwasa.fi

Harrie Eva

Nordicom
Göteborgs universitet
Box 713
SE 405 30 Göteborg
tel. 46 31 773 46 58
fax 46 31 773 46 55
e-mail: eva.harrie@nordicom.gu.se

Harro Halliki

Doktorand
Tartu universitet/Oslo universitet
Ülikooli 18
EE-2400 Tartu
tel. 372 7 46 51 88
fax 372 7 46 54 40
e-mail: halliki@ut.ee

Hast Lennart

Doktorand
Handelshögskolan
vid Göteborgs universitet
Företagekonomiska inst.
Box 610
SE 430 05 Göteborg
tel. 46 31 773 15 56
fax 46 31 773 52 44
e-mail: lennart.hast@mgmt.gu.se

Havneraas Svein Olav

Konsulent
Oslo Kommune
Sorgenfrigt. 4
N-0365 Oslo
tel. 47 22 60 85 78

Heikkilä Heikki

Forskare
Tammerfors universitet
Inst. för journalistik
PB 607
FIN-33101 Tammerfors
tel. 358 3 215 79 47
e-mail: tihehe@uta.fi

Helland Knut

Medieforsker
Universitetet i Bergen
Institutt for medievitenskap
Fosswinckelsgt. 6
N-5007 Bergen
tel. 47 55 58 91 16
fax 47 55 58 91 49
e-mail: knut.helland@media.uib.no

Helle Merja

Forskare
Helsingfors universitet
Ilkantie 13 A 3
FIN-00400 Helsingfors
tel. 358 40 548 0361
fax 358 9 708 4844
e-mail: helle@cc.helsinki.fi

Hellsten Iina

Forskare
Tammerfors universitet
Inst. för journalistik
PB 607
FIN-33101 Tammerfors
tel. 358 3 215 6110
e-mail: tiihe@uta.fi

Hetland Per

Faglig projektleder
Universitetet i Oslo
Inst. for medier og kommunikasjon
Box 1093
Blindern
N-0317 Oslo
tel. 47 22 85 04 14
fax 47 22 85 04 01
e-mail: per.hetland@hf.uio.no

Hillesund Terje

Försteamanuensis
Høgskolen i Stavanger
Postboks 2557
Ullandhaug
N-4004 Stavanger
tel. 47 51 83 16 41
fax 47 51 83 15 50
e-mail: terje.hillesund@oks.his.no

Hjarvard Stig

Lektor
Københavns universitet
Njalsgade 80
DK-2300 København S
tel. 45 35 32 81 13
fax 45 35 32 81 10
e-mail: stig@coco.ihl.ku.dk

Holmgren Mia

Universitetsadjunkt
Göteborgs universitet
JMG
Box 713
SE 405 30 Göteborg
tel. 46 31 773 40 95
fax 46 31 773 45 54
e-mail: mia.holmgren@jmg.gu.se

Hovi-Wasastjerna Päivi

Docent
Konstindustriella högskolan
i Helsingfors
Laaksotie 2 A 2
FIN-02700 Kauniainen
tel. 358 9 75 63 02 70
fax 358 9 75 63 03 39
e-mail: phovi@uiah.fi

Hujanen Jaana

Assistent
Jyväskylän universitet
Haavikatu 2 C 25
FIN-40250 Jyväskylä
tel. 358 14 60 15 35
fax 358 14 60 15 11
e-mail: jhujanen@jyu.fi

Hujanen Taisto

Biträdande professor
Tammerfors universitet
Inst. för journalistik
PB 607
FIN-33101 Tammerfors
tel. 358 3 215 62 99
fax 358 3 215 62 48
e-mail: titahu@uta.fi

Hultén Charly

Översättare
In Other Words
Lokevägen 24
SE 187 76 Täby
tel. 46 8 51 01 27 78
fax 46 8 51 01 31 39

Hultén Olof

Sveriges Television
Lokevägen 24
SE 187 76 Täby
tel. 46 8 51 01 27 78
fax 46 8 665 49 23
e-mail: olof.hultén@svt.se

Hurme Pertti

Biträdande professor
Jyväskylän universitet
Inst. för kommunikationsvetenskaper
PB 35
FIN-40351 Jyväskylä
tel. 358 14 601 515
fax 358 14 601 511
e-mail: hurme@jyu.fi

Högvall Nordin Maria

Doktorand
Umeå universitet
Inst. för medier och kommunikation
SE 901 87 Umeå
tel. 46 90 786 74 05
fax 46 90 786 78 45
e-mail:
maria.hogvall.nordin@medkom.umu.se

Høyer Svernik

Professor
Inst. for medier og kommunikasjon
Postboks 1093
Blindern
N-0317 Oslo
tel. 47 22 85 04 27
fax 47 22 85 04 01
e-mail: svernik.hoyer@media.uio.no

Ingemann Bruno

Lektor
Roskilde Universitetscenter
Postboks 260
DK-4000 Roskilde
tel. 45 46 75 77 11
fax 45 46 75 53 13
e-mail: bruno@ruc.dk

Isotalus Pekka

Överassistent
Jyväskylä universitet
Inst. för kommunikationsvetenskaper
PB 35
FIN-40351 Jyväskylä
tel. 358 14 60 15 17
fax 358 14 60 15 11
e-mail: isotalus@jyu.fi

Jakobson Valeria

Tartu universitet
Tammsaare 100-203
EE-0029 Tallinn
tel. 372 2 58 01 46

Jansson André

Biträdande forskare
Göteborgs universitet
JMG
Box 713
SE 405 30 Göteborg
tel. 46 31 773 49 46
e-mail: andre.jansson@jmg.gu.se

Jantzen Christian

Adjunkt
Aalborg universitet
Institut for kommunikation
Langagervej 8
DK-9220 Aalborg Ø
tel. 45 96 35 90 23
fax 45 98 15 94 34
e-mail: jantzen@hum.auc.dk

Jarlbrogunilla

Docent
MKV
Lunds universitet
Box 114
SE 221 00 Lund
tel. 46 46 222 88 37
fax 46 46 222 47 94
e-mail: gunilla.jarlbrogunilla@soc.lu.se

Jauert Per

Lektor
Aarhus universitet
Inst. for informations- og
medievidenskab
Niels Juelsgade 84
DK-8200 Aarhus N
tel. 45 89 42 19 64
fax 45 89 42 19 52
e-mail: pjauert@imv.aac.dk

Jensen Ellen

Studerande
Grönlands universitet
Box 279
DK-3900 Nuuk
Grønland
tel. 29 92 45 66
fax 29 92 47 11
e-mail: stud.unigreen@gronet.gl

Jensen Jens F.

Lektor
Aalborg universitet
Langagervej 8
DK-9220 Aalborg
tel. 45 96 35 90 28
fax 45 98 15 94 34
e-mail: jensf@hum.auc.dk

Jensen Klaus Bruhn

Docent, Dr.Phil
Københavns universitet
Mosesvinget 54
DK-2400 København NV
tel. 45 35 32 81 04
fax 45 35 32 81 10
e-mail: kbj@coco.ihl.ku.dk

Johansen Winni

Adjunkt
Handelshøjskolen i Aarhus
Fransk Institut
Fuglesangsallé 4
DK-8210 Aarhus V
tel. 45 89 48 65 18
fax 45 86 15 77 27
e-mail: wj@lng.hha.dk

Johansson Bengt

Doktorand
JMG
Box 713
SE 405 30 Göteborg
tel. 46 31 773 49 84
fax 46 31 773 45 54
e-mail: bengt.johansson@jmg.gu.se

Johansson Jan-Ivar

Mediaped.
Bergnässkolan Luleå
Karlersvägen 10
SE 954 42 S. Sunderbyn
tel. 46 920 29 30 50
fax 46 920 29 30 42
e-mail: jan-ivar.johansson@medkom.umu.se

Johansson Lönn Eva

Doktorand
Umeå universitet
Inst. för medier och kommunikation
SE 901 87 Umeå
tel. 46 90 786 95 32
e-mail: evajson@niwl.se

Johnsson-Smaragdi Ulla

Universitetslektor, docent
Lunds universitet
Sociologiska inst.
Box 114
SE 221 00 Lund
tel. 46 46 222 88 81
fax 46 46 222 47 94
e-mail: ulla.johnsson-smaragdi@soc.lu.se

Jonasson Jan

Handläggare
Sveriges Radio
SE 105 10 Stockholm
tel. 46 8 784 50 13
fax 46 8 660 15 84
e-mail: janj@stab.sr.se

Jääsaari Johanna

Forskare
Rundradion
PB 76
FIN-00024 Helsingfors
tel. 358 9 14 80 33 19
fax 358 9 14 80 49 94
e-mail: jaasaar@yle.fi

Kabel Lars

Centerleder
Danmarks journalisthøjskole
Birkebakken 22
DK-8520 Lystrup
tel. 45 86 35 11 22
e-mail: l.kabel@inst.uni-c.dk

Kalliokoski Mirja

Tammerfors universitet
Inst. för journalistik
PB 607
FIN-33101 Tammerfors
tel. 358 3 215 79 43
fax 358 3 215 62 48
e-mail: mirja.kalliokoski@uta.fi

Karlsson Ragnar

Specialist
Statistics Iceland
Skuggasund 3
IS-150 Reykjavik
tel. 354 560 89 13
fax 354 562 50 19
e-mail: ragnar.karlsson@hag.stir.is

Karvonen Erkki

Forskare
Tammerfors universitet
Inst. för journalistik
PB 607
FIN-33101 Tammerfors
tel. 358 3 215 79 14
fax 358 3 215 62 48
e-mail: tierka@uta.fi

Kaverén Sivert

Projektleddare
Högskolan i Jönköping
HLK
Box 1026
SE 551 11 Jönköping
tel. 46 36 15 77 07
fax 46 36 16 25 85
e-mail: sivert.kaveren@hlk.hj.se

Kempainen Pentti

Rundradion
PB 59
FIN-00024 Helsingfors
tel. 358 9 14 80 44 05
fax 358 9 14 80 78
e-mail: pentti.kempainen@yle.fi

Killander-Braun Lisa

Journalist
Stockholms universitet
JMK
Box 27861
SE 115 93 Stockholm
tel. 46 8 16 44 32
fax 46 8 661 03 04
e-mail: killander@jmk.su.se

Kivikuru Ullamaija

Pol.Dr.
Helsingfors universitet
Inst. för kommunikation
PB 54
FIN-00014 Helsingfors
tel. 358 9 191 89 06
fax 358 9 191 88 49
e-mail: ullamaija.kivikuru@helsinki.fi

Kjeldsen Jens E.

Stipendiat
Universitetet i Bergen
Institutt for medievitenskap
Fosswinkelsg. 6
N-5007 Bergen
tel. 47 55 58 91 27
fax 47 55 58 91 49
e-mail: jens.kjeldsen@media.uio.no

Koivisto Juha

Forskare
Tammerfors universitet
Inst. för journalistik
PB 607
FIN-33101 Tammerfors
tel. 358 3 214 93 29
fax 358 3 215 6248
e-mail: tijukoi@uta.fi

Kolbeins Gudbjörg

Ph.D. Student
University of Wisconsin - Madison
4701 Sheboygan Ave. #215
Madison, Wisconsin 53705
USA
(Island)
tel. 1 608 238 4269
e-mail: kolbeins@students.wisc.edu

Koponen Jarmo

FM
Kaituentie 37 B 31
FIN-50160 Mikkeli
tel. +358 49 542 845
e-mail: jokopone@tukki.jyu.fi

Kristiansson Michael

The Royal School of Librarianship
6 Birketinget
DK-2300 Copenhagen S
tel. 45 31 58 60 66
e-mail: mk@db.dk

Kunelius Risto Kalevi

Tammerfors universitet
Muttakatu 9
FIN-33500 Tammerfors
tel. 358 3 215 70 31
fax 358 3 21 56 21 18
e-mail: tiriku@uta.fi

Kuukasjärvi Sampsa

Jyväskylän universitet
Inst. för kommunikationsvetenskaper
Taitoniekantie 9 A 613
FIN-40740 Jyväskylä
tel. 358 14 60 70 98

Kytömäki Juha

Forskare
Rundradion
PB 76
FIN-00024 Yleisradio
tel. 358 9 148 01
fax 358 9 14 80 49 94
e-mail: juha.kytomaki@yle.fi

Langer Roy

Copenhagen Business School
German Department
Dalgas Have 15
DK-2000 Fredriksberg
tel. 45 38 15 32 47
fax 45 38 15 38 60
e-mail: rl/tysk@cbs.dk

Larsen Bent Steeg

Ph.D.Student
Københavns universitet
Institut for film og medievidenskab
Njalsgade 80
DK-2300 København S
tel. 45 35 32 81 31
fax 45 35 32 81 10
e-mail: steeg@coco.ih.ku.dk

Larsen Flemming Hedegaard

Medieforsker
Danmarks Radio
TV-Chefredaktionen
TV-Byen (7.Sal)
DK-2860 Søborg
tel. 45 35 20 40 89
fax 45 35 20 40 95
e-mail: fhl@dr.dk

Larsson Inger

Informationsdirektör
Gambro AB
Box 10101
SE 220 10 Lund
tel. 46 46 16 91 67
fax 46 46 16 94 28
e-mail: inger.larsson@gambre.se

Lauk Epp

Research fellow
Tartu universitet
18 Ülikooli Str.
EE-2400 Tartu
tel. 372 7 46 51 88
fax 372 7 46 54 40
e-mail: epp-l@ut.ee

Lauristin Marju

Professor
Tartu universitet
Inst. för journalistik
18 Ülikooli Str.
EE-2400 Tartu
tel. 372 7 43 51 88
fax 372 7 43 54 40
e-mail: kati@naba.jrnl.ot.ee

Laursen Bjørn

Adjunkt, Ph.D.
Roskilde Universitetscenter
Postboks 260
DK-4000 Roskilde
tel. 45 46 75 77 11
fax 45 46 75 34 15
e-mail: blaursen@ruc.dk

Lavón Liisa

Lektor
Åbo handelshögskola
Slottsg. 1 D 13
FIN-20100 Åbo
tel. 358 2 338 33 51
fax 358 2 338 31 47
e-mail: liisa.lavon@tukkk.fi

Ledin Per

Forskarassistent
Stockholms universitet
Inst. för nordiska språk
Universitetsvägen 10d
SE 106 91 Stockholm
tel. 46 8 16 35 31
fax 46 8 15 85 33
e-mail: per.ledin@nordiska.su.se

Lehtonen Jaakko

Professor
Jyväskylän universitet
Inst. för kommunikationsvetenskaper
PB 35
FIN-40351 Jyväskylä
tel. 358 14 60 15 24
fax 358 14 60 15 11
e-mail: jlehtone@cone.jyu.fi

Lerche Nielsen Jørgen

Lektor
Roskilde Universitetscenter
Postboks 260
DK-4000 Roskilde
tel. 45 46 75 77 11
fax 45 46 75 34 15
e-mail: jln@ruc.dk

Leth Göran

Lektor
Stockholms universitet
JMK
Box 27861
SE 115 93 Stockholm
tel. 46 8 16 44 43
fax 46 8 661 03 04
e-mail: leth@jmk.su.se

Liikkanen Mirja

Forskare
Statistikcentralen
Nastolantie 36 B
FIN-00600 Helsingfors
tel. 358 9 79 84 07
fax 358 9 17 34 34 59
e-mail: mirja.liikkanen@stat.fi

Lindegaard Lotte Køhler

Medieforsker
Danmarks Radio, TV-Chef-
redaktionen
TV-Byen (7.Sal)
DK-2860 Søborg
tel. 45 35 20 40 39
fax 45 35 20 40 95
e-mail: lol@dr.dk

Lindhoff Håkan

Universitetslektor
Stockholms universitet
JMK
Box 27861
SE 115 93 Stockholm
tel. 46 8 16 44 21
fax 46 8 661 03 04
e-mail: lindhoff@jmk.su.se

Lindstedt Inger

Fil.lic.
Göteborgs universitet
JMG
Box 713
SE 405 30 Göteborg
tel. 46 31 773 12 13
fax 46 31 773 45 54
e-mail: inger.lindstedt@jmg.gu.se

Ljunggren Carsten

Universitetslektor
Högskolan i Örebro
Pedagogiska institutionen
SE 701 82 Örebro
tel. 46 19 30 30 14
fax 46 19 30 32 59
e-mail: carsten.ljunggren@hoe.se

Ljuslinder Karin

Doktorand
Umeå universitet
Inst. för medier och kommunikation
SE 901 87 Umeå
tel. 46 90 16 95 31
fax 46 90 16 78 45
e-mail:
karin.ljuslinder@medkom.umu.se

Lukkari Ulla

Projektmanager
Mediayhtiö Sansibar Oy
Aleksis Kiven katu 24 B
FIN-33200 Tammerfors
tel. 358 3 212 44 03
fax 358 3 212 44 23
e-mail: lukkari@sansibar.fi

Lundberg Dan

Avdelningsdirektör
Granskningsnämnden för Radio & TV
Box 244
SE 136 23 Haninge
tel. 46 8 606 79 75
fax 46 8 741 05 88

Lundgren Kristina

Doktorand
Stockholms universitet
JMK
Box 27861
SE 115 93 Stockholm
tel. 46 8 16 13 85
e-mail: lundgren@jmk.su.se

Lundström Gunilla

Journalist
Sydsvenska Dagbladet
Stjärna 11
SE 234 31 Lomma
tel. 46 40 28 13 23
fax 46 40 28 13 29

Löfgren Nilsson Monica

Doktorand
Göteborgs universitet
JMG
Box 713
SE 405 30 Göteborg
tel. 46 31 773 11 86
fax 46 31 773 45 54
e-mail: monica.loefgren@jmg.gu.se

Lóhmus Maarja

Doctorand
Tartu universitet
18 Ülikooli Str.
EE-2400 Tartu
tel. 372 7 46 51 88
fax 372 7 46 54 40
e-mail: kati@naba.jrnl.ut.ee

Mayer Paul

Ph.D.Studerande
Københavns universitet
Institut for film og medievidenskab
Njalsgade 80
DK-2300 København
tel. 45 35 32 80 99
fax 45 35 32 81 10
e-mail: paul@vox.media.ku.dk

Melin-Higgins Margareta

Lektor
Queen Margaret College
Clerwood Terrace
Edinburgh EH12 8TS
tel. 44 131 317 35 15
fax 44 131 316 41 65
e-mail: m.melin-higgins@mail.qmced.ac.uk

Mellum Liv

Informasjons rådgiver
Norges Forskningsråd
Rosenborggt. 22
N-0356 Oslo
tel. 47 22 03 73 24
fax 47 22 03 73 32
e-mail: liv.mellum@nfr.no

Moring Inka

Lektor
Helsingfors universitet
PB 12
FIN-00014 Helsingfors
tel. 358 9 19 12 36 17
fax 358 9 19 12 36 20
e-mail: isalovaara@latuilo.helsinki.fi

Moring Tom

Programdirektör
Rundradion
Aurorag. 11 B 27
FIN-00100 Helsingfors
tel. 358 9 14801
fax 358 9 148 2282
e-mail: moring@cc.helsinki.fi

Mortensen Frands

Professor
Aarhus universitet
Niels Juelsgade 84
DK-8200 Aarhus N
tel. 45 89 42 19 68
fax 45 89 42 19 52
e-mail: fmorten@imv.aau.dk

Muhr Gunilla

Stockholms universitet
JMK
Box 27861
SE 115 93 Stockholm
tel. 46 8 660 51 12
e-mail: muhr@jmk.su.se

Mukane Dzintra

Director
National Library of Estonia
Institute of National Bibliography
tel. 371 7 22 51 35
fax 371 7 22 45 87
e-mail: dzintram@lbi.hb.lv

Mühleisen Wencke

Universitetsstipendiat
Oslo universitet
Senter for kvinneforskning
Postboks 1040
Blindern
N-0315 Oslo
tel. 47 22 85 89 38
fax 47 2285 8950
e-mail: wencke.muhleisen@sflk.uio.no

Mårtenson Bo

Universitetslektor
Stockholms universitet
JMK
Box 27861
SE 115 93 Stockholm
tel. 46 8 16 44 26
fax 46 8 661 03 04
e-mail: marbo@jmk.su.se

Mårtensson Eva

Universitetsadjunkt
Mithögskolan i Sundsvall
Långrev. 6
SE 865 91 Alnö
tel. 46 60 14 86 20
e-mail: eva.martensson@mkv.mh.se

Mörä Tuomo

Forskare
Helsingfors universitet
PB 54
FIN-00014 Helsingfors
tel. 358 9 191 89 30
fax 358 9 191 88 49
e-mail: tuomo.mora@helsinki.fi

Ney Birgitta

Forskare
Stockholms universitet
JMK
Box 27861
SE 115 93 Stockholm
tel. 46 8 161 380
e-mail: ney@jmk.su.se

Nielsen Anne Ellerup

Lektor
Handelshøjskolen i Aarhus
Fuglesangsallé 4
DK-8210 Aarhus V
tel. 45 8948 6269
e-mail: aen@lng.hha.dk

Nieminen Hannu

Biträdande professor
Åbo universitet
Inst. för kommunikation
FIN-20014 Åbo
tel. 358 2 533 76 18
e-mail: hannie@utu.fi

Nordenstreng Kaarle

Professor
Tammerfors universitet
Inst. för journalistik
PB 607
FIN-33101 Tammerfors
tel. 358 3 215 62 92
fax 358 3 215 62 48
e-mail: tikano@uta.fi

Nordström Gert Z.

Professor
Högskolan i Jönköping
HLK
Box 1026
SE 551 11 Jönköping
tel. 46 36 15 77 00
e-mail: gert.z.nordström@hlk.jh.se

Nowak Kjell

Professor
Stockholms universitet
JMK
Box 27861
SE 115 93 Stockholm
tel. 46 8 16 30 30
fax 46 8 661 03 04
e-mail: nowak@jmk.su.se

Nurmi Seija

Research manager
MDC Media Research
Itätuulenkujä 10
FIN-02100 Espoo
tel. 358 9 61 35 06 02
fax 358 9 61 35 06 10
e-mail: seija.nurmi@mdc.fi

Nyborg Geir Magnus

Försteamanuensis
Norsk lærerakademi
Byklettvegen 8
N-5353 Straume
tel. 47 55 54 00
fax 47 56 33 07 70
e-mail: gmn@vh.nla.no

Nylund Mats

Doktorand
Helsingfors universitet
Svenska social- och
kommunalhögskolan
PB 16
FIN-00014 Helsingfors
tel. 358 9 40 50 03 18
fax 358 9 40 50 03 10
e-mail: mnylund@sockom.helsinki.fi

Nyström Karin

Medialärare
Svenska Österbottens Folkakademi
Bockholmsv. 3
FIN-64100 Kristinestad
tel. 358 6 225 64 41
fax 358 6 225 61 60

Ohlmann Carsten

Forskeamanuensis
Høgskolen i Finnmark
Postboks 73
Bossekop
N-9501 Alta
tel. 47 78 45 04 13
fax 47 78 43 32 77
e-mail: carsteno@hifm.no

Olsson Tom

Universitetslektor
Stockholms universitet
JMK
Box 27861
SE 115 93 Stockholm
tel. 46 8 16 44 40
fax 46 8 661 03 04
e-mail: olsson.t@jmk.su.se

Palm Lars

Universitetslektor
Lunds universitet
Box 114
SE 221 00 Lund
tel. 46 46 222 88 35
fax 46 46 222 47 94

Palmqvist Roger

Nordicom
Göteborgs universitet
Box 713
SE 405 30 Göteborg
tel. 46 31 773 12 20
fax 46 31 773 46 55

e-mail:

roger.palmqvist@nordicom.gu.se

Palmström Kari

Høgskolelektor
Høgskolen i Bergen
Landåssvingen 15
N-5030 Landås
tel. 47 55 59 57 68
fax 47 55 58 58 09
e-mail: karip@lsv.hib.no

Pedersen Birgit Kleist

Ph.d.-stipendiat
Grønlands universitet
Ilisimatusarfik
Box 279
DK-3900 Nuuk
Grønland
tel. 299 24 522/134
fax 299 24 711
e-mail: b_kp.unigreen@greenet.gl

Pedersen Dan

Amanuensis
Københavns universitet
Njalsgade 80
DK-2300 København S
tel. 45 35 32 81 29
fax 45 35 32 81 10
e-mail: danp@coco.ihl.ku.dk

Pedersen Vibeke

Lektorvikar
Københavns universitet
Nordisk filologi
Strandgade 88 3dh
DK-1401 København
tel. 45 35 32 83 82
fax 45 35 32 83 77
e-mail: vibped@coco.ihl.ku.dk

Perko Touko

Docent
Keskiuomalainen Oy
Yrjönkatu 26 A 3
FIN-40100 Jyväskylä
tel. 358 14 62 22 52

Pettersson Rune

Expert
Ericsson utv. AB
Box 1505
SE 125 25 Älvsjö
tel. 46 8 778 17 91

fax 46 8 727 43 60
e-mail: rune.pettersson@uab.ericsson

Pettersson Åke

Journalist
Sveriges Radio
SE 211 01 Malmö
tel. 46 40 20 55 00
fax 46 40 611 59 45
e-mail: apn@malm.sr.se

Pietiläinen Jukka

Forskare
Tammerfors universitet
Inst. för journalistik
PB 607
FIN-33101 Tammerfors
tel. 358 3 215 71 93
fax 358 3 215 62 48
e-mail: tijupie@uta.fi

Pilvre Barbi

Journalist
Eesti Express
Narva mnt. 11e
EE-0001 Tallinn
tel. 372 640 80 96
fax 372 631 31 54
e-mail: barbi@ekspress.ee

Pollack Ester

Doktorand
Stockholms universitet
JMK
Box 27861
SE 115 93 Stockholm
tel. 46 8 16 44 97
fax 46 8 661 03 04
e-mail: pollack@jmk.su.se

Poteri Eija

Dokumentalist
Nordicom
Tammerfors universitet
PB 607
FIN-33101 Tammerfors 10
tel. 358 3 215 70 45
fax 358 3 215 71 50
e-mail: tieipo@uta.fi

Povlsen Karen Klitgaard

Lektor
Aarhus universitet
CEKVINA
Finlandsgade 26Bst.
DK-8200 Aarhus N
tel. 45 89 42 44 38

fax 45 86 10 82 28
e-mail: koinkkp@ctk.hum.aau.dk

Prehn Ole

Dekan
Aalborg universitet
Langagervej 6
DK-9220 Aalborg
tel. 45 96 35 90 38
fax 45 9815 68 64
e-mail: prehn@hum.auc.dk

Pöntinen Päivi

Forskare
Helsingfors universitet
Inst. för kommunikation
PB 54
FIN-00014 Helsingfors universitet
tel. 358 9 191 88 38
fax 358 9 191 88 49
e-mail: ppontine@valt.helsinki.fi

Pörhölä Maili

Biträdande professor
Jyväskylä universitet
Inst. för kommunikationsvetenskaper
Töppöspohjantie 235
FIN-41870 Putkilahti
tel. 358 41 601 523
fax 358 14 601 511
e-mail: porhola@jyu.fi

Rasmussen Tove Arendt

Lektor
Aalborg universitet
Institut for kommunikation
Langagervej 8
DK-9220 Aalborg Ø
tel. 45 96 35 90 26
e-mail: tover@hum.avc.dk

Raunsbjerg Preben

Aalborg universitet
Institut for kommunikation
Langagervej 8
DK-9210 Aalborg Ø
tel. 45 96 35 90 53
e-mail: raunsbj@hum.auc.dk

Reimer Bo

Vik. professor
Göteborgs universitet
JMG
Box 713
SE 405 30 Göteborg
tel. 46 31 773 11 97

fax 46 31 773 45 54
e-mail: bo.reimer@jmg.gu.se

Reinhold Maiu

Administrator
Nordicom
Tartu universitet
18 Ülikooli Str.
EE-2400 Tartu
tel. 372 7 46 51 88
fax 372 7 46 54 40
e-mail: kati@naba.jml.ut.ee

Renvall Mika

Forskare
Tammerfors universitet
Inst. för journalistik
PB 607
FIN-33101 Tammerfors
tel. 358 3 215 78 77
e-mail: timire@uta.fi

Reunanen Esa

Forskare
Tammerfors universitet
PB 607
FIN-33101 Tammerfors
tel. 358 32 15 78 85
fax 358 32 15 62 48
e-mail: tiesre@uta.fi

Riddle Lesley

Arnold Publishers
338 Euston Road
London
NW1 3BH
tel. 44 171 873 63 44
fax 44 171 873 63 25
e-mail: lesley.riddle@hodder.co.uk

Ridell Seija

Forskare
Tammerfors universitet
PB 607
FIN-33100 Tammerfors
tel. 358 3 215 62 81
fax 358 3 215 62 48
e-mail: tiseri@uta.fi

Rohdin Betty

Universitetsadjunkt
Högskolan i Växjö
Inst. för samhällsvetenskap
Medie- och kommunikationsvetenskap
SE 351 95 Växjö
tel. 46 47 070 86 75

fax 46 47 08 44 25
e-mail: betty.rohdin@svi.hv.se

Roksvold Thore

Försteamanuens
Høgskolen i Oslo
Pilestredet 52
N-0167 Oslo
tel. 47 22 45 26 49
fax 47 22 45 26 05
e-mail: thore.roksvold@hioslo.no

Roppen Johann

Stipendiat
Universitetet i Bergen/
Høgsk. i Volda
Avd. for mediefag
Postboks 500
N-6100 Volda
tel. 47 70 07 51 64
fax 47 70 07 50 51
e-mail: jr@hivolda.no

Rosenblad Lars

Överlärare
Svenska social- och
kommunalhögskolan
PB 16
FIN-00014 Helsingfors
tel. 358 9 40 50 01
fax 358 9 40 50 02 54
e-mail: lars.rosenblad@helsinki.fi

Ruohomaa Erja

Senior researcher
Rundradion
PB 76
FIN-00024 Helsingfors
tel. 358 40 505 9707
e-mail: erja.ruohomaa@yle.fi

Ruokonen Marianna

Forskare
Jyväskylä universitet
Inst. för kommunikationsvetenskaper
PB 35
FIN-40351 Jyväskylä
tel. 358 14 60 15 38
fax 358 14 60 15 11
e-mail: ruokonen@jyu.fi

Rygaard Jette

Adjunkt, mag.art
Grønlands universitet
Ilisimatusarfik
Box 279
DK-3900 Nuuk
Grønland
tel. 29 92 45 66

fax 29 92 47 11
e-mail: jr.unigreen@greenet.gl

Salokangas Raimo

Professor
Jyväskylä universitet
Inst. för kommunikationsvetenskaper
PB 35
FIN-40351 Jyväskylä
tel. 358 14 60 15 32
fax 358 14 60 15 1
e-mail: rsalokan@jyu.fi

Sarkkinen Raija

Forskare
Rundradion
PB 76
FIN-00024 Helsingfors
tel. 358 9 14 80 36 62
fax 358 9 14 80 49 94
e-mail: raija.sarkkinen@yle.fi

Sauri Tuomo

Specialforskare
Statistikcentralen
Kultur och massmedier
FIN-00022 Statistikcentralen
tel. 358 9 17 34 34 49
fax 358 9 17 34 32 64
e-mail: tuomo.sauri@stat.fi

Savolainen Tarja

Helsingfors universitet
Inst. för kommunikation
PB 54
FIN-00014 Helsingfors
tel. 358 9 191 88 10
fax 358 9 191 88 49
e-mail: tarja.savolainen@helsinki.fi

Scannell Paddy

University of Westminster
Dept. of Media & Communication
309 Regent Street
London W1R 8AL
England
e-mail: scannepp@westminster.ac.uk

Schröder Kim

Lektor
Roskilde universitet
Box 260
DK-4000 Roskilde
tel. 45 46 75 77 11

fax 45 46 75 44 10
e-mail: kims@babeg.ruc.dk

Schubart Rikke Christina

Ph.D.studerande
Københavns universitet
Institut for film & medievidenskab
Njalsgade 80
DK-2300 København
tel. 45 35 32 81 13
fax 45 35 32 81 10
e-mail: schubart@coco.ih.ku.dk

Seppänen Janne

Forskare
Tammerfors universitet
PB 607
FIN-33101 Tammerfors
tel. 358 3 215 63 04
e-mail: js48301@uta.fi

Sepstrup Preben

Medieøkonom
Kommunikation & Medier
Tulstrupvej 2
Tulstrup
DK-8340 Malling
tel. 45 86 93 22 97
fax 45 86 93 36 50
e-mail: sepstrup@inet.uni-c.dk

Siivonen Jonita

Helsingfors universitet
FISS/SSKH
PB 16
FIN-00014 Helsingfors
e-mail: jonita.siivonen@cc.helsinki.fi

Sirkkunen Esa

Forskare
Tammerfors universitet
Inst. för journalistik
PB 607
FIN-33101 Tammerfors
tel. 358 3 215 64 24
fax 358 3 215 62 48
e-mail: loessi@uta.fi

Sivertsen Erling

Universitetslektor
Universitetet i Bergen
Inst. for medievitenskap
Fosswinckelsgt. 6
N-5007 Bergen
tel. 47 55 58 91 10

fax 47 55 58 91 49
e-mail: erling.sivertsen@media.uib.no

Sjölander Annika

Doktorand
Umeå universitet
Inst. för medier & kommunikation
SE 901 87 Umeå
tel. 46 90 16 79 40
fax 46 90 16 78 45

Skogerbø Eli

Universitetet i Oslo
Inst. for medier og kommunikasjon
PB 1093
Blindern
N-0317 Oslo
tel. 47 22 85 04 29
fax 47 22 85 04 01
e-mail: eli.skogerbo@media.uio.no

Skovmand Michael

Lektor
Aarhus universitet
Engvej 11
DK-8543 Hornslet
tel. 45 89 42 21 49
fax 45 89 42 20 99
e-mail: engmik@hum.aau.dk

Skretting Kathrine

Førsteamanuensis
Norges teknisk naturvitenskapelige
Universitetet i Trondheim
Porsmyra 22
N-7075 Tiller
tel. 47 73 59 15 63
fax 47 73 59 18 30
e-mail: kathrine.skretting@hf.ntnu.no

Slaatta Tore

Forskningsassistent
Universitetet i Oslo
Postboks 1093
Blindern
N-0317 Oslo
tel. 47 22 85 04 20
fax 47 22 85 04 01
e-mail: tore.slaatta@media.uio.no

Smidt Jofrid Karner

Amanuensis
Høgskolen i Oslo
Avd. JBI
Pilestredet 52
N-0167 Oslo
tel. 47 22 45 26 24

fax 47 22 45 26 05
e-mail: jofrid.k.smidt@jbi.hioslo.no

Snickars v. Wright Birgitta

Lärare
Vasa universitet
Pedagogiska fakulteten
Solfvågen 872 B
FIN-65410 Sundom
tel. 358 6 357 15 62
e-mail: bsnickar@abo.fi

Sogstad Knut

Amanuensis
Høgskolen i Oslo
Pilestredet 52
N-0167 Oslo
tel. 47 22 45 26 50
e-mail: knut.sogstad@jbi.hioslo.no

Solum Ove

Amanuensis
Universitetet i Oslo
Inst. for medier og kommunikasjon
Box 1093
Blindern
N-0317 Oslo
tel. 47 22 85 04 32
fax 47 22 85 04 01
e-mail: ove.solum@media.uio.no

Stald Gitte

Eks. lektor
Københavns universitet
Nordisk filologi
Njalsgade 80
DK-2300 København S
tel. 45 35 32 8362
e-mail: stald@coco.ih.ku.dk

Steinbock Dan

310 East 44th st.#419
New York, N.Y. 110017

Stenbjørre Mads

Studerande
Stanford University
Frederiksberg Alle 19 A
DK-1820 FRB. C.tel. 1 415 723 2910
fax 1 415 725 2472
e-mail: mads@leland.stanford.edu

Stigbrand Karin

Lektor
Högskolan Gävle-Sandviken
Medie- och kommunikationsvetenskap
Tengdahlsgatan 21
SE 116 41 Stockholm
tel. 46 26 64 85 99

fax 46 26 64 86 47
e-mail: ksd@hgs.se

Stigel Jørgen

Lektor
Aalborg universitet
Inst. for Kommunikation
Langagervej 8
DK-9220 Aalborg Ø
tel. 45 96 35 90 25
fax 45 98 15 94 34
e-mail: stigel@hum.auc.dk

Strand Hans

Universitetslektor
Stockholms universitet
Inst. för nordiska språk
Universitetsvägen 10 D
SE 106 91 Stockholm
tel. 46 8 16 39 81
fax 46 8 15 85 33
e-mail: strand@jmk.su.se

Sulmane Ilze

Lecturer
University of Latvia
Dept. of Communication & Journalism
Visvalza str. 4 A
LV-1011 Riga
tel. 371 722 47 05
fax 371 782 01 13
e-mail: sulmane@acad.latnet.lv

Sumiala-Seppänen Johanna

Studerande
Jyväskylän universitet
Rivitie 9
FIN-40900 Säynätsalo
tel. 358 14 21 51 32
e-mail: johsumi@kanto.cc.jyu.fi

Sundin Ebba

Adjunkt
Högskolan i Jönköping
HLK
Box 1026
SE 551 11 Jönköping
tel. 46 36 15 77 40
e-mail: ebba.sundin@hlk.hj.se

Sundin Staffan

Forskare
Handelshögskolan vid
Göteborgs universitet
Ekonomisk-historiska institutionen
Box 720
SE 430 05 Göteborg
tel. 46 31 773 47 47

fax 46 31 773 47 39
e-mail: staffan.sundin@econhist.go.se

Svensson Anders

Projektledare
Högskolan i Jönköping
HLK
Box 1026
SE 551 11 Jönköping
e-mail: kv96svan@hlk.hj.se

Syvertsen Trine

Forskeamanuensis
Universitetet i Oslo
Inst. for medier og kommunikasjon
Box 1093
Blindern
tel. 47 22 85 04 37
fax 47 22 85 04 01
e-mail: trine.syvertsen@media.uio.no

Sæbo Gunnar

Universitetet i Oslo
Inst. for medier og kommunikasjon
Box 1093
Blindern
N-0317 Oslo
tel. 47 22 85 04 22

Søllinge Jette Drachmann

Mag. art.
Sankt Jakobs Gade 11, 1. tv.
DK-2100 København Ø
tel. 45 35 26 65 94

Søndergaard Henrik

Københavns universitet
Institut for nordisk filologi
Njalsgade 80
DK-2300 København S
e-mail: henriks@coco.ihl.ku.dk

Sørensen Anne Scott

Lektor
Københavns universitet
Center for børne og ungdomsmedier
Inst. for film og medievidenskab
Njalsgade 80
DK-2300 København
tel. 45 66 15 85 96
fax 45 35 32 81 10
e-mail: ass@litcul.ou.dk

Sørensen Mogens Henrik

Danmarks lærerhøjskole
Inst. for billedkunst, håndarbejde,
musik og mediepædagogik
Emdrupvej 54
DK-2400 København

tel. 45 39 66 32 32, ext. 2829
e-mail: mhsorens@dlh1.dlh.dk

Thommessen Henrik P.

Cand.phil.
Thaulos vei 7 B
N-0369 Oslo
tel. 47 22 60 56 60
fax 47 22 60 56 60

Thorsen Tønnes

Forsker
Orrestien 26
N-4022 Stavanger
tel. 47 5155 7433
fax 47 5155 7762

Thorup John

Københavns universitet
Center for børne og ungdomsmedier
Inst. for film og medievidenskab
Njalsgade 80
DK-2300 København
tel. 45 35 32 81 24
fax 45 35 32 81 10
e-mail: thorup@coco.ihl.ku.dk

Tjernström Sune

Universitetslektor
Mithögskolan
MKV
SE 851 70 Sundsvall
tel. 46 60 14 86 00
fax 46 60 61 02 35
e-mail:
100717.3502@compuserve.com

Tjernström Vanni

Doktorand
Umeå universitet
Inst. för medier och kommunikation
SE 901 87 Umeå
tel. 46 90 16 50 00
fax 46 60 61 02 35
e-mail:
100717.3502@compuserve.com

Tufte Thomas

Forskningsadjunkt
Københavns universitet
Institut for film og medievidenskab
Njalsgade 80
DK-2300 København S
tel. 45 35 32 81 17
fax 45 35 32 81 10
e-mail: tufte@coco.ihl.ku.dk

Tuominen Lin

Tammerfors universitet
Inst. för journalistik
PB 607

FIN-33101 Tammerfors
e-mail: lt59683@uta.fi

Tuominen Sirkku

Forskare
Tammerfors universitet
Pedagogiska fakulteten
Erottajankatu 12
FIN-13100 Hämeenlinna
tel. 358 3 614 51
fax 358 3 614 52 73
e-mail: tisu@uta.fi

Tveiten Oddgeir

Försteamanuensis
Universitetet i Bergen
Institutt for medievitenskap
Fosswinkelsgt. 6
N-5007 Bergen
tel. 47 55 58 91 13
fax 47 55 58 91 49
e-mail: oddgeir.tveiten@media.uib.no

Uskali Turo

Journalist
Helsingin Sanomat
Kalkkikiekantie 2 B 26
FIN-00910 Helsingfors
tel. 358 9 122 24 86
fax 358 9 60 28 79
e-mail: turo.uskali@sanoma.fi

Valtonen Sanna

Kolmas linja 30 C 51
FIN-00530 Helsingfors
tel. 358 9 191 88 52
fax 358 9 191 88 49
e-mail: svaltone@valt.helsinki.fi

Varis Tapio

Professor
Tammerfors universitet
Inst. för journalistik
PB 607
FIN-33101 Tammerfors
e-mail: tapio.varis@helsinki.fi

Vihalemm Peeter

Professor
Tartu University
Dept. of Journalism
18 Ülikooli Str.
EE-2400 Tartu
tel. 372 7 43 51 88

fax 372 7 43 54 40
e-mail: kati@naba.jrnl.ot.ee

Virtapohja Kalle

Journalist
Finlands Press
Jyväskylä universitet
Inst. för kommunikationsvetenskaper
PB 35
FIN-40351 Jyväskylä
tel. 358 14 60 15 45
fax 358 14 60 15 11
e-mail: kvirtapo@jyu.fi

Wadbring Ingela

Biträdande forskare
Göteborgs universitet
JMG
Box 713
SE 405 30 Göteborg
tel. 46 31 773 49 75
fax 46 31 773 49 50
e-mail: ingela.wadbring@jmg.gu.se

Weibull Lennart

Professor
Göteborgs universitet
JMG
Box 713
SE 405 30 Göteborg
tel. 46 31 773 12 18
fax 46 31 773 45 54
e-mail: lennart.weibull@jmg.gu.se

Widestedt Kristina

Doktorand
Stockholms universitet
JMK
Box 27861
SE 115 93 Stockholm

tel. 46 8 16 45 01
e-mail: widkri@jmk.su.se

Wiio Juhani

Chef för företagsutvecklingen
Rundradion
PB 99
FIN-00024 Helsingfors
tel. 358 9 14 80 50 20
fax 358 9 14 80 33 66
e-mail: juhani.wiio@yle.fi

Wilhelmsson Ulf

Amanuens
Högskolan i Skövde
Box 408
SE 541 28 Skövde
tel. 46 50 04 64 44
fax 46 500 46 48 35
e-mail: ulf.wilhelmsson@ihu.his.se

Zilliacus-Tikkanen Henrika

Biträdande professor
Helsingfors universitet
Svenska social- och kommunal-
högskolan
PB 16
FIN-00014 Helsingfors
tel. 358 9 40 50 02 61
fax 358 9 40 50 26 95
e-mail: zilliacus@sockom.helsinki.fi

Åberg Carin

Stockholms universitet
JMK
Box 27861
SE 115 93 Stockholm
tel. 46 8 58 35 55 88

fax 46 8 661 03 04
e-mail: aberg@jmk.su.se

Österlund-Karinkanta Marina

Specialplanerare
Rundradion
PB 99
FIN-00024 Helsingfors
tel. 358 9 14 80 33 47
fax 358 9 14 80 34 56
e-mail: marina.osterlund-
karinkanta@yle.fi

Østerud Svein

Professor
Universitetet i Oslo
Pedagogisk forskningsinst.
Postboks 1092
Blindern
N-0317 Oslo
tel. 47 22 85 81 52
fax 47 22 85 42 50
e-mail: svein.osterud@uu.no

Øvrebø Turid

Høgskolelektor
Høgskolen i Oslo
Journalistutdanningen
Pilestredet 52
N-0167 Oslo
tel. 47 22 45 26 00
e-mail: turid.ovrebo@jbi.hioslo.no

Litteraturnotiser

Danmark

Birkebjerg Andersen, Stefan; Hollmann, Lone: *Avisårbogen 1995: årets begivenheder i ind- og udland*. Odense, Odense Universitetsforlag, 1997, 201 p., ISBN 87-7838-209-2, ISSN 0109-9272.

Årbogen, der fungerer som en indgang til massemediernes dækning af årets begivenheder, indeholder et koncentrat af nyhedsstoffet i dagspresse, radio og TV. Begivenhederne i Danmark og udlandet er registreret dag for dag. Massemediernes omtale af egne forhold er registreret i en selvstændig hovedkategori.

Bondebjerg, Ib (ed.); Andersen, Jesper (ed.); Schepelern, Peter (ed.): *Dansk film 1972-97*. København, Munksgaard/Rosinante, 1997, 474 p., ISBN 87-16-16061-4. Note: Udgivet i anledning af Det Danske Filminstituts 25 års jubilæum.

Fortæller om det moderne gennembrud i dansk film. Bogen går bl.a. tæt på de store instruktører Bille August, Lars von Trier og Nils Malmros, og kommer samtidig rundt om alle de andre instruktører, der tegner denne rige periode i dansk filmkunst inden for såvel spillefilm som tegnefilm, kortfilm og dokumentarfilm. Indeholder følgende artikler: *Dansk film 1972-97: æstetisk fornyelse og internationalisering* (Ib Bondebjerg), *Danske virkelighedsbilleder: realisme på mange måder* (Ib Bondebjerg), *Livet i Danmark:*

dokumentarfilmen (Søren Birkvad), *Den populære kunst: genrefilmen som social seismograf* (Dan Nissen), *Den filmæstetiske avantgarde: fra eksperimentalfilm til videokunst* (Lars Movin), *Filmkultur i børnehøjde: dansk børne- og ungdomsfilm* (Kirsten Drotner), *Dyrebørn og dukkedrenge: animationsfilmen* (Jesper Andersen), *Fra Brønshøj til Hollywood: Bille August og hans film* (Ib Bondebjerg), *Kunstens element: Lars von Triers univers* (Peter Schepelern), *Erfaringens filmiske prisme: Nils Malmros' filmkunst* (Eva Jørholt), *Kærlighedens veje og vildveje: kvindelige instruktører* (Anne Jerslev), *Den store happening: Thorsenaflæren* (Carl Nørrested), *Film skal ses: om film i danske biografer og dansk tv* (Frands Mortensen), *I lommerne på Europa: internationaliseringen af dansk filmproduktion* (Jesper Andersen), *Filmproduktion i fugleperspektiv: det bevidste valg* (Mogens Svane), *Statistiske oplysninger om danske spillefilm 1972-1996* (Vicki Synnott).

Bruhn Jensen, Klaus (ed.); Agger, Gunhild (ed.); Drotner, Kirsten (ed.): *Dansk mediehistorie: bind 2: 1880-1920, 1920-1960*. (København), Samleren, 1997, 364 p., ISBN 87-568-1337-6. Note: Bidragydere: Anne Jerslev, André Wang Hansen, Casper Tybjerg, Gunhild Agger, Hans Jørn Nielsen, Jørgen Stigel, Klaus Bruhn Jensen, Kirsten Drotner, Karen Klitgaard Povlsen, Martin Zerlang, Per Jauert, Peter Lar-

sen, Stig Hjarvard, Søren Schou, Torben Kragh Grodal og Ulrik Lehrmann.

Dansk mediehistorie 1-3 fortæller historien om mediernes udvikling i Danmark og giver den første samlede vurdering af deres betydning for dansk kultur. De tre bind tager udgangspunkt i massemediernes – presse, tidsskrifter, bøger, film, radio, TV, computermedier – men beskriver også hvordan massemediernes har spillet sammen med både den dagligdags samtale og de etablerede kunstformer. Andet bind dækker perioderne 1880-1920 og 1920-1960.

Bruhn Jensen, Klaus (ed.); Bondebjerg, Ib (ed.): *Dansk mediehistorie: bind 3: 1960-1995*. (København), Samleren, 1997, 349 p., ISBN 87-568-1339-2. Note: Bidragydere: Elo Nielsen, Henrik Søndergaard, Ib Bondebjerg, Jens F. Jensen, Jørgen Stigel, Klaus Bruhn Jensen, Karen Klitgaard Povlsen, Per Jauert, Peter Larsen, Per Reinholdt Nielsen og Stig Hjarvard.

Dansk mediehistorie 1-3 fortæller historien om mediernes udvikling i Danmark og giver den første samlede vurdering af deres betydning for dansk kultur. De tre bind tager udgangspunkt i massemediernes – presse, tidsskrifter, bøger, film, radio, TV, computermedier – men beskriver også hvordan massemediernes har spillet sammen med både den dagligdags samtale og de etablerede kunstformer. Tredje bind dækker perioden 1960-1995.

Flensborg, Ingelise; Holm Sørensen, Birgitte: *Temaer i billedpædagogik*. 2. rev. udg. København, Gad, 1997, 155 p., ISBN 87-12-02809-6.

Præsenterer en række temaer i tilknytning til faget billedkunst. Indeholder følgende afsnit: 1) Børn, unge og billedkultur; 2) Billedkulturel kompetence; 3) Opfattelse og afbildning – perception og repræsentation; 4) Børns billeder og virkelighedsgengivelser; 5) Om fantasi og utopi i billeder; 6) Billedsprog; 7) Oplevelse, analyse og vurdering af elevernes egne billeder; 8) Visuel kommunikation.

Frandsen, Finn; Johansen, Winni; Ellerup Nielsen, Anne: *International markeds kommunikation i en postmoderne verden*. Århus, Systime, 1997, 277 p., ISBN 87-7783-873-4.

Giver en indføring i markeds kommunikation med hovedvægt på ”budskabsudformningen”, dvs. de sproglige og visuelle aspekter af virksomhedernes kommunikation med deres markeder. Med udgangspunkt i den såkaldte IMK-model og parametre som kultur, kontekst og medier gennemgår bogen fire centrale genrer inden for markeds kommunikation, nemlig reklameannoncer, mailings, virksomhedsbrochurer og pressemeddelelser. Der er fokus på genrerne kommunikative formål, opbygning og retoriske strategier.

Gall Jørgensen, Keld (ed.): *Anvendt semiotik*. København, Gyldendal, 1997, 417 p., ISBN 87-00-22138-8.

En bred præsentation af hvordan der arbejdes med semiotik inden for naturvidenskab, humanvidenskab og samfundsvidenskab. Indeholder bl.a. følgende artikler: *Chips og tegn: computervidenskab og semiotik* (Peter Bøgh Andersen), *Kognition og semiotik: hypermedie-design som anvendt semiotik* (Michael May), *Teater og semiotik* (Jytte Wiingaard), *Film og semiotik* (Palle Schantz Lauridsen), *Marketing og semiotik*

(Peter Allingham), *Medier, kommunikation og social semiotik* (Klaus Bruhn Jensen).

Harnow, Henrik (ed.): *Grafiana: årbog for Danmarks Grafiske Museum/Dansk Pressemuseum* 1997. Odense, Danmarks Grafiske Museum/Dansk Pressemuseum, 1997, 112 p., ISBN 87-90464-02-8. (Danmarks Grafiske Museum; Dansk Pressemuseum).

Årbogen bringer artikler om den grafiske historie og pressehistorien, samt anmeldelser af ny litteratur på området. Indeholder følgende artikler: *Krise- og katastrofejournalistik: fra Titanic til Estonia* (Erik Lund), *Litografien i Danmark 1811-1843* (Ervin Nielsen), *To menneskealdre i politik og journalistik: Erik Finne-mann Bruun, født 1898, fortæller om sit omskiftelige og til tider dramatiske liv* (Carl Otto Brix), *J.G.A. Eickhoffs Maskinfabrik: en dansk producent af grafiske maskiner* (Henrik Harnow).

Henten, Anders: *100 års telefonlov: universel service i Danmark*. Lyngby, Danmarks Tekniske Universitet, 1997, 70 p., ISBN 87-90288-03-3, (CTI-rapport; 97:3). (Danmarks Tekniske Universitet, Center for TeleInformation/CTI).

I 1897 blev den første danske lov på telefonområdet vedtaget. Rapporten behandler baggrunden for og følgerne af 1897-loven med vægt på udbredelsen af telefonteknologien i det danske samfund. Undersøger bl.a. om den statslige eneret var en effektiv samfundsmæssig organisering til fremme af udbredelsen af telefonien.

Juel, Henrik: *Fjernsynets natur: den TV-formidlede naturoplevelse*. Odense, Menneske og Natur, 1997, 58 p., ISBN 87-90520-15-7, (Arbejdsrapport/Menneske & Natur; 106), ISSN 0907-1385. (Odense Universitet, Humanistisk Forskningscenter, Menneske og Natur).

Analysere hvordan natur optræder i TV-programmer. Undersøger endvidere hvorfor så mange mennesker i det moderne samfund synes at til-

bede og foretrække natur som gennemformidlede oplevelser på TV.

Katz, Per B.; Poulsen, Henrik: *Fokus: en grundbog i film, tv, video*. København, Gyldendal, 1997, 247 p., ISBN 87-00-27964-1, (Gyldendal undervisning).

Behandler i fire selvstændige kapitler de levende billeders æstetik, videoproduktion fra idé til færdig film, filmmediets historie og produktionsforhold, samt TV-mediets historie og produktionsforhold. Bogen er beregnet på undervisningen i de levende billeder i gymnasiet og på HF.

Lyng, Hans A.; Grønlykke, Jacob: *Qaamarngup uummataa – Lysets hjerte: filmiliassamut najoqqutasiaq – filmmanuskript*. Nuuk, Atuak-kiofik, 1997, 180 p., ISBN 87-558-1371-2.

”Lysets hjerte” er den første store nutidige grønlandske film indspillet på grønlandsk og med Grønland som skueplads. Bogen indeholder filmens manuskript på grønlandsk og dansk, samt forfatternes og instruktørens kommentarer til arbejdsfaserne fra manuskript til færdig film.

Østergaard, Bernt Stubbe (ed.): *The media in Western Europe: the Euro-media handbook*. 2. rev. ed. London, Sage Publications, 1997, 274 p., ISBN 0-7619-5406-6, (Sage communications in society). (Euromedia Research Group).

This book gives a nation-by-nation introduction to historical media developments in Western Europe after 1945 and a thorough presentation of the media landscape in each country. The book is the result of a concerted effort by media researchers to give a coherent presentation of the many-faceted media scene. It is a reference guide to press, broadcasting and the new electronic media in each of the 17 countries, and enables the reader to make cross-national and cross-media comparisons. Each chapter follows common guidelines, developed over se-

veral years of cooperation. Contains among other things the following articles: *Denmark* (Vibeke G. Petersen and Karen Siune), *Finland* (Helena Tapper), *Norway* (Helge Østbye), *Sweden* (Karl Erik Gustafsson and Olof Hultén).

Artiklar

Lerche Nielsen, Jørgen: Mediarevolutionen: massekommunikation og samfundsliv. In: Hedegaard, Lars; Lerche Nielsen, Jørgen: *Øresundsforbindelsen i perspektiv – regioner og stat. Modspil til det indre marked – regional udvikling og regionalpolitik i Europa. Mediarevolutionen – massekommunikation og samfundsliv*, København, Gyldendal, 1997, 136 p., ISBN 87-00-28782-2, (Temaer til tiden; 1), (Gyldendal undervisning), pp. 87-136.

Undersøger samspillet mellem medier og samfund og utviklingen inden for mediene med særlig vekt på TV som det mest magtfulde blandt massemediene. Bogen er beregnet på undervisningen i samfundsfag i gymnasiet og på HF.

Norge

Allern, Sigurd: *Publikum, klagerne og Pressens Faglige Utvalg*. Fredrikstad, Institutt for journalistikk, 1997, 39 p., (IJ-rapport; 1997, 8). Utført på oppdrag fra Norsk Redaktørforening og Norsk Journalistlag. Forfatteren går gjennom opinionsundersøkelser av tre emner. Det ene emnet er publikums kjennskap til Vær varsom-plakaten og de ulike klageinstansene innen mediebransjen; det andre er klageres erfaring med og syn på Pressens Faglige Utvalg; det tredje er holdningen til publisering av navn i ulike nyhetssituasjoner.

Alme, Bjarte (ed); Sande, Øystein (ed.); Vestad, Jon Peder (ed.): *Mot alle vindar: mediefag i Volda 1971-96*. Volda, Høgskulen i Volda, 1997, 153 p., ISBN 82-7661-070-6.

Ei bok skriven til 25-årsjubileet til utdanninga i journalistikk og mediefag i Volda. Boka er ei blanding av nye faglege arbeid, attersyn og anekdotar frå dei åra som har gått. Inneheld liste over alle studentar og tilsette ved utdanninga gjennom 25 år. Boka har 13 bidrag, seks er registrerte her: *Utdanning mot alle vindar* (Bjarte Alme), *Måne over Rotset: en mediefiksert vandring mellom mening og melankoli* (Kirsti Mathilde Thorheim), *Radiohistorie i Volda* (Eivind Rønnestad, Jon Peder Vestad), *Det norske medielandskapet: 1971 og 1996* (Sigurd Høst), *Korleis er "livet etter medielinja"?: ein nærare studie av dei vi har utdanna, representerte ved tre årskull* (Øystein Sande), *Eit yrke i endring: om offentlig informasjon frå innsida* (Jon Aarekol).

Andersen, Michael Bruun; Maasø, Arnt; Rønning, Helge; e.a.: *Konkurransen om nyhetene - kampen om seerne: en sammenlignende undersøkelse av TV2s og NRKs fjernsynsnyheter uke 10 og 11 1995*. 1996, 58 p. + app., ISBN 82-570-6090-9, (Rapport; 19), ISSN 0802-1872. (Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon).

En oppfølging av rapporten "TV-nyhetene i nyhetsbildet". Rapporten analyserer alle nyhetssendinger i NRK fjernsynet og TV2 i uke 10 og 11 i 1995, ut fra et kvantitativt og kvalitativt perspektiv. Målet er å finne fram til likheter og ulikheter mellom de to kanalenes nyhetsprioriteringer og presentasjonsform.

Brandsås, Frank; Odden, Einar: *Idrettens lakeier: om sportsjournalister, makt og penger*. Oslo, Forum-Aschehoug, 1997, 222 p., ISBN 82-03-29082-5.

Forfatterne drøfter utviklinga innen idrett og sportsjournalistikk, både i Norge og internasjonalt. De ser på økonomiske og andre bindinger mellom på den ene sida idrettsledere og -utøvere, sponsorer og arrangører, på den andre sida mediene, både

gjennom miljøer og enkeltjournalister, og hvordan dette påvirker sportsjournalistikken.

Brurås, Svein: *Journalister til salgs?: en rapport om sponning og tekstreklame i media*. Volda, Høgskulen i Volda/Møreforskning, 1997, 121 p., ISBN 82-7661-075-7, (Arbeidsrapport; 46), ISSN 0805-6609. Rapporten er bestilt av Norsk Presseforbund.

Ei kartlegging og vurdering av sponning og tekstreklame i norske medier i dag. Forfatteren gir eksempler på og systematiserer de ulike formene for sponning og tekstreklame, og han gir innspill til Norsk Presseforbunds videre arbeid på dette feltet.

Disen, Ole H. P.: *Den store illusjonen: filmbyråenes historie*. (Oslo), Norske Filmbyråers forening 1997, 1997, 282 p., ISBN 82-994346-0-2.

En historisk gjennomgang av film-distribusjon i Norge og filmbyråenes historie fra filmens barndom i 1896 og fram til i dag. Forfatteren skriver om de ulike byråene gjennom hele filmens utvikling, introduksjonen av fjernsyn og video, og ender opp med en tilstandsrapport fra dagens situasjon.

Engebretsen, Martin: *En ny tid for journalistikken: utfordringer og trender i en digital epoke*. Bergen, 1997, 35 p., ISBN 82-578-0372-3, (Arbeidsnotater; 1997, 21). (Høgskolen i Agder; Universitetet i Bergen, Institutt for medievitenskap).

Forfatteren peker på to basale særtrekk ved det nye elektroniske mediet WWW: interaktivitet som kommunikasjonsprinsipp og hypertekst som presentasjonsprinsipp. Deretter drøfter han hvilke konsekvenser dette får for utviklinga av nettbasert journalistikk.

Engebretsen, Martin: *Nett-journalistikk: hvordan ser brukerne på det?* Bergen, 1997, 35 p., ISBN 82-578-0380-4, (Arbeidsnotater; 1997, 27). (Høgskolen i Agder; Universitetet i

Bergen, Institutt for medievitenskap).

Forfatteren gjør greie for en brukerundersøkelse med det målet å avdekke vaner, holdninger og preferanser knytta til folks bruk av nettaviser. Han har brukt nettavisa til Stavanger Aftenblad som hovedreferanse.

Erstad, Ola: *Mediebruk og medieundervisning: en evaluering av medieundervisningen i norsk skole: intensjoner, implementering og læring*. 1997, 434 p., ISBN 82-570-6104-2, (Report; 32), ISSN 0808-1872. (Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon). A thesis for the degree of dr. polit..

The author evaluates the basis for, experiences with and research aimed at media education in the Norwegian school system. He focuses on the relationship between the media education organised by the school, and the media culture that the pupils experience in their spare time. He asks what effect the media education in school have on youth's relations to mass media in general, and audio visual media (television, films and video) in particular. The theoretical framework is reception theory, media literacy and uses and gratifications models.

Finslo, Stig (ed.); Korme, Christine (ed.); Njaastad, Olav (ed.): *Kvalitet i journalistikken: er vi gode nok?* Fredrikstad, Institutt for journalistikk, 1997, 125 p., ISBN 82-7147-169-4.

Ei samling av 15 artikler om journalistisme og kvalitet. Ni av disse er registrert: *Det offentlige rom i det norske hus* (Hans Erik Matre), *Vi fortjener bedre* (Yngve Hågensen), *Nyheter og ikke-nyheter* (Leif Frode Onarheim), *Bukken og havresekken* (Per Danielsen), *Du, deg og ditt* (Thomas Hylland Eriksen), *Sand i sementen?: media som byggestein, et spørsmål om kvalitet* (Fakhra Salimi), *Redaktørinstituttet, journalistik-*

kens svanemerke (Stig Finslo), *Budbringerens valg* (Mette Newth), *Eksterter journalistikken?* (Olav Njaastad).

Fossum, Grethe G (leiar): *Innstilling frå familie-, kultur- og administrasjonskomiteen om tilleggs kanal for NRK-Fjernsynet m.v.* Oslo, 1996, 5 p., (Innst. S.; 94 (1995-96)). (Familie-, kultur- og Note: Kommentar til St. meld. nr. 46 for 1994-95.

Komiteen kommenterer stortingsmeldinga om ein ny fjernsyns kanal for NRK, og dessutan framlegget om oppretting av eit felles selskap for sendarnett.

Fossum, Grethe G: *Innstilling fra familie-, kultur- og administrasjonskomiteen om lokalfjernsyn*. Oslo, 1996, 5 p., (Innst. S.; 95 (1995-96)). (Familie-, kultur- og administrasjonskomiteen).

Kommentar til St. meld. nr. 13 om avtalen som er forhandla fram av TV2 og lokal-TV-stasjonene.

Gauslaa, Stein; Hauglid, Stein B: *Vi, en bok om ledere*. Fredrikstad, Institutt for journalistikk, 1997, 106 p., ISBN 82-7147-167-8.

Ei bok om den daglige, redaksjonelle aviskommentaren, lederen. Forfatterne drøfter lederens funksjon og virkemidler, og tar eksempler både fra Norge og utlandet.

Gentikow, Barbara: *Medievold og samfunnsvold*. Bergen, Universitetet i Bergen, 1997, 40 p., ISBN 82-578-0370-7, (Arbeidsnotater; 1997, 19). (Universitetet i Bergen, Institutt for medievitenskap).

Forfatteren drøfter mediavold i lys av resepsjonsforskninga. Hun gir et omriss av hva mediavoldsdebatten har tatt opp, og peker blant annet på at fenomenet medievold sjelden er definert og differensiert i debatten.

Gentikow, Barbara: *Retorikk og resepsjon: et medievitenskapelig perspektiv. Rhetorica Scandinavica* (1997)3, ISSN 1397-0534, pp. 26-42.

Forfatteren gjennomgår tradisjonelle kommunikasjonsmodeller innenfor medievitenskapen i forhold til det retoriske kommunikasjonsbegrepets målrettede og dialogiske karakter.

Gjelsten, Gudmund; Simonnes, Asbjørn: *Å vekse opp i eit mediesamfunn: identitet, toleranse og kommunikasjon i oppsedinga*. Oslo, Det Norske Samlaget, 1997, 267 p., ISBN 82-521-4753-4.

Forfatarane drøftar om det er ein konflikt mellom media sin pragmatiske og fragmentariske måte å presentera røyndomen på og pedagogikken si heilskapsorientering, og spør kva pedagogikken kan bidra med i møtet med mediesamfunnet. Dei ser mellom anna på trendar i medieforskinga, medievold og medieundervisning.

Gjelsvik, Anne: *Etiske og estetiske kriterier ved evaluering av film: en undersøkelse av norske filmkritikers mottakelse av spillefilm med voldsinnslag*. Trondheim, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet/NTNU, 1997, 85 p., ISBN 82-7630-020-0, (DFT-studier; 1997, 3), ISSN 0803-3048. (NTNU, Institutt for drama, film og teater).

Forfatteren analyserer hvordan filmkritikere i norske aviser vurderer filmer med voldsinnslag. Hun spør om estetiske og etiske kriterier kan, og blir, satt opp mot hverandre i en filmevaluering, og ser på hvilke kriterier som er overordna i forbindelse med en smaksdom. Hovedvekta av datamaterialet er fra 1990-tallet.

Gramstad, Borghild; Syvertsen, Trine: *Forskning om kringkasting i Norge og Norden*. Volda, Høgskulen i Volda/Møreforskning, 1997, 79 p., ISBN 82-7661-058-7, (Arbeidsrapport; 35), ISSN 0805-6609.

En oversikt over norsk og nordisk forskning om radio og fjernsyn. Rapporten munner ut i en vurdering av forskningsbehov i kringkastingsforskninga.

Helland, Knut; Hillesund, Terje; Knapskog, Karl; e.a.: *Metodebok for mediefag*. Bergen, Fagbokforlaget, 1997, 288 p., ISBN 82-7674-276-9.

Ei lærebok på innføringsnivå i medievitenskap/mediekunnskap, som vil gi ei innføring i en del av de mest sentrale vitenskapelige metodene som brukes i medievitenskap, både kvalitative og kvantitative. Boka inneholder også eksempler fra forskning.

Høst, Sigurd; Severinsson, Ronny: *Avisstrukturen i Norge og Sverige, 1960 til 1995*. Fredrikstad, Institutt for journalistikk, 1997, 79 p., (IJ-rapport; 1997, 5). Arbeidsrapport nr. 1 fra prosjektet Norsk-svensk dagspresseutvikling.

En kvantitativ beskrivelse av avisstrukturen i Norge og Sverige, med vekt på utviklinga over tid. Forfatterne gjør også en foreløpig tolking av materialet. Grunnlaget for beskrivelsen er en detaljert registrering av opplysninger for hver avis.

Iversen, Gunnar (ed.); Solum, Ove (ed.): *Nærbilder: artikler om norsk filmhistorie*. Oslo, Universitetsforlaget, 1997, 203 p., ISBN 82-00-22716-2.

Ei samling av 11 artikler med analyser av norske filmer. Boka tar for seg både spillefilm og dokumentarfilm, i et bredt historisk perspektiv: *Den første pionertiden: norsk filmproduksjon 1911-1919* (Gunnar Iversen), *Fante-Anne: "det nasjonale gjennombrudd" i norsk film* (Anne Marit Myrstad), *Tancred Ibsen og Hollywood-paradigmet: noen tendenser i norsk film* (Lars Thomas Braathen, Ove Solum), *Unge viljer: norsk fascisme som den skulle være* (Bjørn Sørenssen), *Oslo - åpen by: Arne Skouens "Gategutter" og neo-realismen* (Gunnar Iversen), *Kon-Tiki og Same Jakki: heftens dokumentarfilm på kino i femtiåra* (Jan Anders Diesen), *Kompaniskap og kjønnskamp: ekteskapskomedier i norsk film 1951-1964* (Leif Ove Lar-

sen), *Identitet og modernitet: modernistiske avvik i etterkrigsfilmen* (Gunnar Iversen, Ove Solum), *Streik: norsk film og radikaliseringen på 70-tallet* (Kathrine Skretting), *Kvinnen finnes ikke – finnes Kvinnefilmen?* (Liv Hausken), *Veiviserne* (Ove Solum).

Maasø, Arnt: *Voldens rolle i filmfortellingen: en analyse av Die Hard 2, Kickboxer IV og Natural Born Killers*. 2. ed. Oslo, Politihøgskolen, 1997, 191 p., ISBN 82-7808-011-9, (PHS Småskrifter; 1997, 1). Delrapport 1 i prosjektet "Volden for øyet – en studie om unge i risikozonen, vold og medier". Prosjektleder er Ragnhild Bjørnebekk, som har skrevet innledning til rapporten.

Forfatteren drøfter hvordan volden er framstilt i filmene Die Hard 2, Kickboxer IV og Natural Born Killers. Han analyserer de tre filmene blant annet ut fra hvem som utfører hva slags vold, hvorfor volden blir utført, hva som kjennetegner volds-ofrene, konsekvenser av volden og sanksjoner og reaksjoner på volden.

Ot. prp nr 30: *om lov med tilsyn med erverv i dagspresse og kringkasting*. Oslo, 1997, 38 p., (Ot prp; 30 (1996-97)). (Kulturdepartementet). Note: Tilråding fra Kulturdepartementet av 28. februar 1997, godkjent i statsråd samme dag.

Forslag til ny lov om tilsyn med erverv i dagspresse og kringkasting. Formålet med lova er å fremme ytringsfriheten, de reelle ytringsmulighetene og et allsidig medietilbud gjennom en lovgivning som gir mulighet til å gripe inn mot eierkonsentrasjon i massemedier.

Rudberg, Monica: *Kjærlighetsartikler: ungdom, kjønn og kjærlighet i forandring*. Oslo, Tano Aschehoug, 1997, 218 p., ISBN 82-518-3570-4.

Ei samling av åtte artikler som drøfter kjærlighet i og utenfor mediene. Fire av artiklene er medieanalyser av "road movies" (skrevet sammen med Erling Bjurström), sjekkepro-

gram på fjernsyn, "real world"-programmer og Stefan Jarls filmtrilogi. Den siste delen av boka baserer seg på analyser av intervjuer fra et tre-generasjonsprosjekt om kjønn i forandring.

Sanaker, John Kristian: *Når voice-over bestemmer rytmen*. Bergen, 1997, 16 p., ISBN 82-578-0378-2, (Arbeidsnotater; 25, 1997). (Universitetet i Bergen, Institutt for medievitenskap).

Forfatteren drøfter de forstyrrelser i den narrative rytmen som oppstår i samkjøringa mellom de to plan som opprettes i en film ved bruk av voice-over.

Simensen, Jens O: *Meningsbærer eller meningsløs?: en undersøkelse blant redaktører i norsk dagpresse*. Fredrikstad, Institutt for journalistikk, 1997, 13 p., (IJ-rapport; 1997, 6). Forfatteren drøfter hvordan norske aviser har endret sin meningsdannende basis fra partiorgan til frittstående publikasjoner, på bakgrunn av en undersøkelse blant redaktører i norske dagsaviser.

St meld nr. 18: *kringkasting og dagspresse 1994 m.v.* Oslo, 1996, 16 p., (St meld; 18 (1995-96)). (Kulturdepartementet). Note: Tilråding fra Kulturdepartementet av 15. desember 1995, godkjend i statsråd same dagen.

Ei stortingsmelding om kringkasting og dagspresse i 1994, basert på årsmeldingane frå NRK, TV2, P4 Radio hele Norge og Statens medieforvaltning. Meldinga tar òg opp mellom anna utviklinga av digital lydkringkasting og måling og evaluering av allmennkringkasting.

St meld nr 21: *om Telenor AS*. Oslo, Samferdselsdepartementet, 1996, 74 p., (St meld; 21 (1995-96)). (Samferdselsdepartementet). Note: Tilråding fra Samferdselsdepartementet av 15. desember 1995, godkjent i statsråd samme dag. Telenors virksomhetsplan er vedlegg til meldinga.

Den første meldinga om Telenor AS' virksomhet, etter omdanninga til statsaksjeselskap. Meldinga bygger på Telenors plandokument for 1995, som er vedlegg til meldinga.

St meld nr. 12: Kringkasting og dagspresse 1995 m.v. Oslo, 1997, 16 p., (St meld; 12 (1996-97)). (Kulturdepartementet). Note: Tilråding frå Kulturdepartementet av 29. november 1996, godkjend i statsråd same dagen.

Stortingsmelding om kringkasting og dagspresse i 1995, på grunnlag av årsmeldingane frå NRK, TV2, P4 – Radio Hele Norge og Statens medieforvaltning. Meldinga tar også for seg ymse allmenne kringkastings- og pressespørsmål, mellom anna digital kringkasting, medieetikk og produksjonstilskotet til dagspressa.

St meld nr 18: eierforhold i medie-sektoren. Oslo, 1997, 26 p., (St meld; 18 (1996-97)). (Kulturdepartementet). Note: Tilråding frå Kulturdepartementet av 28. februar 1997, godkjent i statsråd same dag. Vedlegget inneholder notat om lovfesting av prinsippet om redaksjonell uavhengighet, utarbeida av advokatfirmaet Bugge, Arentz-Hansen & Rasmussen.

Meldinga tar opp de av eierskapsutvalgets anbefalinger som gjelder dagspresse og kringkasting, og gjør greie for den eierkonsentrasjonen som har skjedd i Norge siden utvalgets innstilling forelå. Situasjonen i Norden, Europa og andre land blir oppsummert, og det blir vist til forberedelsene til en mulig framtidig harmonisering av regler for eierskap innen EU.

St meld nr 62: kringkasting og dagspresse 1996 m.v. Oslo, 1997, 13 p., (St meld; 62 (1996-97)). (Kulturdepartementet). Note: Tilråding frå Kulturdepartementet av 5. september 1997, godkjend i statsråd same dagen.

Stortingsmelding om kringkasting og dagspresse i 1995, på grunnlag av årsmeldingane frå NRK, TV2, P4

– Radio Hele Norge og Statens medieforvaltning.

Vaage, Odd Frank (ed.): *Norsk mediebarometer 1996.* Oslo/Kongsvinger, Statistisk sentralbyrå, 1997, 76 p., ISBN 82-537-4395-5, (Statistiske analyser; 18), ISSN 0804-3221. Note: Forskningsleder Sigurd Høst ved Institutt for journalistikk har vært med i planlegginga av både undersøkelsen og publikasjonen.

Rapporten legger fram hovedresultata fra en landsomfattende undersøkelse om folks massemediebruk i 1996. Formålet er å gi ei samla framstilling av nordmenns bruk av ulike typer massemedier og tilgangen til slike medier.

Wale, Henny: *Journalisters og redaktørers syn på utbrenthet, redaksjonsmiljø og tiltak: prosjekt "Eldrebølgen".* Fredrikstad, Institutt for journalistikk, 1997, 61 p., (IJ-rapport; 1997, 7).

Forfatteren gjør greie for en spørreundersøkelse gjort blant norske journalister og redaktører i presse og kringkasting. Temaet er utbrenthet og trøtthet blant journalister, og tiltak som kan rette på dette.

Sverige

Alström, Börje: *Ju mer vi är tillsammans.* Demokratiinstitutet, Mithögskolan i Sundsvall, 1998, 24 p., (DMI-rapport; 3:1998).

Belyser mediernas verklighetsbeskrivning, vad som styr ämnesvalet, vem som styr den lokala debatten och umgänget mellan politiker och journalister i och utanför tjänsten.

Barn och ungdomar i det nya medielandskapet: statistik och analys. NORDICOM, Göteborgs universitet, 1998, 56 p., (MedieNotiser; 1998, 2), ISSN 1101-4539.

I tre artiklar diskuteras: *Barn och ungdomar i 90-talets föränderliga medievärld* (Ulla Johnsson-Smaragdi), *Barns och ungdomars medie-*

användning 1996 (Cecilia von Feilitzen & Peter Petrov) samt *Småbarnen och medierna* (Leni Filipson).

Bordieu, Pierre: *Om televisionen: följd av journalistikens herravälde.* Stockholm/Stehag, Brutus Östlings Bokförlag Symposion, 1998, 128 p., ISBN 91-7139-366-8, (Moderna franska tänkare; 29). Note: Transl. by Mats Rosengren.

Diskuterar farorna med den tilltagande kommersialiseringen av tv-mediet och journalistiken i allmänhet. Förord av Sven-Eric Liedman.

Brunér, Mai (ed.); Crantz, Eva (ed.); Holmenmark, Agneta (ed.); e.a.: *Svensk Periodicaförteckning 1996-97: tidskrifter, årsböcker, dagstidningar och rapportserier.* Stockholm, Tidningsaktiebolaget Svensk Bokhandel, 1997, 478 p., ISSN 1104-1102. (Kungl. biblioteket).

Förteckningen omfattar alla viktiga tidskrifter, årsböcker och dagstidningar som utkommer fortlöpande, nu även nätpublicerade tidskrifter och årsböcker. Materialet är strukturerat i en alfabetisk huvudavdelning och en systematisk.

Byrman, Gunilla: *Tidningsnotisen i förändring 1746-1997.* Institutionen för nordiska språk, Lunds universitet, 1998, 137 p., (Svensk sakprosa; 15).

Behandlar svenska dagstidningsnotiser och redovisar hur notiserna ämnesorientering, innehåll och språkmönster har utvecklats under perioden 1746-1997.

Carlsson, Ulla (ed.); Harrie, Eva (ed.): *Media trends 1997 in Denmark, Finland, Iceland, Norway and Sweden: descriptive analyses and statistics.* NORDICOM, Göteborgs universitet, 1997, 288 p., (Nordic Media Trends; 3), ISSN 1401-0410.

Presents national survey articles and Nordic media statistics on media ownership, newspapers, periodicals & magazines, books, radio, television, video, cinema films, phono-

gram, new technology and demographic & economic data.

Carlsson, Ulla (ed.); Bucht, Catharina (ed.): *MedieSverige 1997: statistik och analys*. NORDICOM, Göteborgs universitet, 1997, 453 p., (NORDICOM-Sverige; 11), ISSN 0349-1242.

I skriftens Del I presenteras temartiklar om den nya medieteknologin och dess effekter för det rådande medielandskapet, som behandlas i Del II (beskrivningsdelen) medium för medium. Varje avsnitt innehåller utförliga tabellsammanställningar och statistisk analys.

Carlsson, Ulla (ed.); Feilitzen, Cecilia von (ed.): *Children and media violence: Yearbook from the UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen 1998*. NORDICOM, Göteborg University, 1998, 367 p., ISBN 91-630-6358-1.

The Yearbook is in two parts, a thematic, discursive section followed by a documentary, descriptive section. The thematic part focus on research concerning the influences of children's exposure to violence on television. Articles discuss findings on children and televised violence resulting from research undertaken in different parts of the world. The documentary section presents statistics on children and the media, international declarations and resolutions, information about non-governmental organizations, and a selected bibliography.

Gustafsson, Karl Erik (ed); Rydén, Per (ed.): *Perspektiv på Post- och Inrikes Tidningar*. NORDICOM, Göteborgs universitet, 1998, 119 p., (SYLWAN; 1), ISSN 1403-3585.

I tio kapitel granskas Sveriges äldsta tidning, Post- och Inrikes Tidningar, ur olika perspektiv.

Internet – jorden runt. Stockholm, Sveriges Tekniska Attachéer, 1997, 158 p., (Utlandsrapport STATT; 9701).

Sveriges Tekniska Attachéers kontor runt om i världen har studerat Internet och dess utveckling i USA, Kanada, Storbritannien, Frankrike, Tyskland, Italien och Japan samt delar av övriga Asien. Fokuserar på länderspecifika inriktningar, men med huvudfokus på infrastrukturella satsningar.

IT-kommissionens hearing om den nya medie- och programvaruindustrin: Andrakammarsalen, Riksdagen, 1997-06-16. Stockholm, Fritzes, 1997, 111 p., ISBN 91-38-20693-5, (SOU; 1997:124), (IT-kommissionens rapport; 7/97), ISSN 0375-250X. Note: Delbetänkande av IT-kommissionen.

Redogör för IT-kommissionens hearing om utvecklingen inom den nya medie- och programvaruindustrin. Frågor som belyses är branschens utveckling, kompetensförsörjning, företagsutveckling samt den internationella marknadsutvecklingen för svenska företag.

Johansson, Eva; Rabe, Annina: *"Ingen längtar efter media": Intervjuer med personer verksamma inom massmedierna*. Stockholm, Kulturdepartementet, 1998, 235 p.

Rapporten bygger på intervjuer med personer verksamma inom massmedierna och bl a berörs frågor om synen på journalistrollen, marknadens inflytande, mångfald respektive likriktning, populärkulturens roll och den framtida mediautvecklingen.

Lindskog, Thorbjörn (ed.): *Internet som den förlängda tidningen*. Stockholm, Tidningsutgivarna, 1998, 103 p., ISBN 91-971086-4-2.

Innehåller tolv artiklar i vilka diskuteras frågor som är aktuella inom tidningshusen, med fokus på relationen mellan tidningen och Internet.

Lunell-Fallenius, Peder: *Radiohuset: ett bygge med förhinder*. Stockholm, Stiftelsen Etermidierna i Sverige, 1998, 164 p., ISBN 91-1-972471-3,

(Etermidierna i Sverige; 7), ISSN 1400-7274.

Boken handlar om radiohuset i Stockholm och dess tillkomsthistoria. Två övergripande frågor diskuteras: Varför det dröjde så länge innan det byggs ett radiohus i Stockholm och varför det ser ut som det gör.

Nilsson, Marie; Sprechmann, Laura: *Den nordiska reklammarknaden: september 1997*. Institutet för reklam- och mediestatistik, Göteborg, 1997, 54 p.

Jämförande statistik över reklaminvesteringar i Norden; i dagspress, tidskrifter, tv, radio, bio, utomhusreklam för både de enskilda länderna och för Norden totalt. Inleder med en diskussion kring förutsättningar, jämförbarhet, mätmetoder och källor.

Nilsson, Marie; Sprechmann, Laura: *Internationella reklammarknader: oktober 1997*. Institutet för reklam- och mediestatistik, Göteborg, 1997, 98 p.

Jämförande statistik över reklaminvesteringar i Europa, EU samt Europa, Japan och USA. Redovisar investeringarna för dagspress, tidskrifter, tv, radio, utomhusreklam såväl i de enskilda länderna som totalt.

Nordicom-Sveriges Mediebarometer 1997. Göteborg, Göteborgs universitet, 1998, 95 p., (MedieNotiser; 1998, 1), ISSN 1101-4539.

Räckviddsundersökning som belyser hur stor andel av svenska folket, i åldern 9-79 år, som en genomsnittlig dag tagit del av ett antal enskilda medier: radio, tv, text-tv, video, bio, ljudkassett, grammfon/CD, morgon-/kvällstidning, vecko-/månadstidning, tidskrift, bok, direktreklam och medieteknologi.

Nordström, Gert Z: *Analys och skapande: tre bidrag till mediepedagogigens utveckling*. Högskolan för lärarutbildning och kommunikation/

HLK, Högskolan i Jönköping, 1998, 28 p., (Utkik; 1998:1), ISSN 1401-2081.

Rapporten, som bygger på tre tidigare publicerade artiklar: Att våga se i andra tanke-system och lyfta fram dem i ljuset, TV som tidsbild – med tv-skärmen som fotografiskt minne och Skillnaden mellan relation och retorik, betonar den mediepedagogik som är under utveckling inom skola och utbildning.

Rönnerberg, Margareta: *Moralbilder: om medieetik, våld och debatt*. Uppsala, Filmförlaget, 1998, 282 p., ISBN 91-971157-4-6.

Fokuserar moralen i såväl medie-innehållet som i debatten om media.

Soila, Tytti; Söderbergh Widding, Astrid; Iversen, Gunnar: *Nordic national cinemas*. London, Routledge, 1998, 262 p., ISBN 0-415-08195-5.

Explores the film histories and cultures of Denmark, Finland, Iceland, Norway and Sweden and examines each country's film production, social and political context and domestic audience.

Statistik från Radio- och TV-verket: 1997. Stockholm, Radio- och TV-verket, 1997, 42 p.

Innehåller statistik baserad på de uppgifter om lokalradio, närradio, kabelsändarföretag, lokala kabelsändarföretag och satellitsändningar som fanns samlade i verkets administrativa register i oktober 1997.

Utvecklingen i informationssamhället. Stockholm, Kommunikationsdepartementet, 1997, 76 p., (Skr; 1997/98:19).

Den allmänna utvecklingen på IT-området beskrivs, regeringens bedömningar av centrala frågor för ökad tillväxt och sysselsättning i informationssamhället redovisas, liksom genomförda, pågående och kommande åtgärder inom handlingsprogrammet för att bredda och utveckla användningen av informationsteknik.

Artiklar

Burnett, Robert: Media and information technology: the blindspot of media and communication research? *Nordicom Review* (1997)2, ISSN 0349-6244, pp. 83-88, 105 p.

Taking Harold Adams Innis and Marshall McLuhan as a starting point the author discusses some issues on media and information technology of importance to media and communication research.

Brune, Ylva: Journalistikens andra: invandrare och flyktingar i nyheterna. *Nordicom-Information* (1997) 4, ISSN 0349-5949, pp. 33-47.

Utifrån nyhetstexter om invandrare och flyktingfrågor från våren 1993 diskuteras om frågor kring västvärldens representationer av de Andra – koloniserade, förtryckta eller fiender, i Tredje världen – går att tillämpa på denna journalistik.

Ekecrantz, Jan: Collective textual action: discourse, representation, dramaturgy and public interaction in the media sphere. *Nordicom Review* (1997)2, ISSN 0349-6244, pp. 21-40, 105 p.

Discusses three doctoral dissertations from three Nordic countries within the field of journalism, media and communication. The author focuses the larger field of media and communication studies, their cross-disciplinary strategies, dynamic contextualism, action orientations, micro-macro links, and other synthesising efforts.

Fock, Eva: Music – intercultural communication?: micro musics, world music and the multicultural discourse. *Nordicom-Information* (1997) 4, ISSN 0349-5949, pp. 55-65.

Discusses the significance of music in the creation of images of 'the others' and its importance to communicate cross-culturally.

Forsman, Michael; Bolin, Göran: Ett kritiskt tillstånd: det svenska film-

vetandets framväxt och formationer. *Filmhäftet* 25(1997)3-4, ISSN 0345-3057, pp. 193-206.

Mot bakgrund av metateoretiska resonemang om filmkritik och kunskapsproduktion, presenteras en skiss över mönster i det svenska filmvetandets framväxt och formation som akademisk disciplin.

Geber, Nils-Hugo: Censur och makt: om förklädnadens strategier och de dåliga budskapen. *Filmhäftet* 25 (1997)3-4, ISSN 0345-3057, pp. 135-151.

En diskussion kring censurens karaktär av blockering och bortträngning av dåliga budskap.

Gerlander, Maija; Takala, Eeva: Relating electronically: interpersonality in the net. *Nordicom Review* (1997)2, ISSN 0349-6244, pp. 77-81, 105 p.

Discusses communication in the Net from the perspective of interpersonal communication.

Gripsrud, Jostein: Rhetoric, knowledge, mediation: a project on theories of knowledge and media. *Nordicom Review* (1997)2, ISSN 0349-6244, pp. 89-95, 105 p.

Describes the cross- and multi-disciplinary project Rhetoric, Knowledge, Mediation which will focus on a) The interrelatedness of language and knowledge, b) Mass media as mediators of knowledge and culture, and c) Rhetorical theory and its current status.

Hellsten, Iina; Renvall, Mika: Inside or outside of politics?: metaphor and paradox in journalism. *Nordicom Review* (1997)2, ISSN 0349-6244, pp. 41-47, 105 p.

Using the concept of double bind the authors describes theoretically how a conventional metaphor may function in the actual communication situation.

Jensen, Iben: Intercultural communication: constructions of cultural identity between young people. *Nor-*

dicom-Information (1997)4, ISSN 0349-5949, pp. 11-18. Note: This article is a revised version of a paper given to the "20th General Assembly & Scientific Conference of the International Association for Mass Communication Research" in Sydney, August 1996.

Presents a redefinition of intercultural communication. The discussion is based upon an empirical study of communication process between young people in a primary school, who live in the same multicultural community, but identify themselves as belonging to different cultures.

Lindblad, Inga-Britt: Swedish information about HIV and AIDS: a text analysis and reception study. *Nordicom Review* (1997)2, ISSN 0349-6244, pp. 49-61, 105 p.

The study reported here analyzes information and communication problems relating to some of HIV and AIDS information Swedish authorities have directed to young people.

Løngreen, Hanne: Hvor sidder stregkoden på en flygtning?: om faglig formidling af interkulturelle problemstillinger. *Nordicom-Information* (1997)4, ISSN 0349-5949, pp. 1-9.

Diskuterar frågeställningar som uppstår när man skall ge en yrkesmässig förmedling av interkulturella metoder och teorier i en undervisnings- och handledningssituation.

Nordenstreng, Kaarle: The citizen moves from the audience to the arena. *Nordicom Review* (1997)2, ISSN 0349-6244, pp. 13-20, 105 p.

Reflections on current thinking about freedom of speech in Finland,

with focus on a discussion that the media field is surrounded by a tendency in support of a citizen-centred notion of freedom of speech and freedom of the press.

Pietikäinen, Sari; Luostarinen, Heikki: Minorities in Finnish publicity. *Nordicom-Information* (1997)4, ISSN 0349-5949, pp. 19-31. Note: Translated by Markku Mustaranta.

Discusses minorities in Finnish publicity with focus on the working methods of the media, their news criteria, work culture and professional ethics: on one hand their consequences to the minorities, on the other, the demands they make on the journalist's work.

Qvist, Per Olov: Jakten efter den försvunna svenskheden: en sällsam resa genom tiden. *Filmhäftet* 25 (1997)3-4, ISSN 0345-3057, pp. 75-90.

Diskuterar frågor kring svensk films eventuella särart, nationell stil, svensk film som tidsdokument och relation till äldre svensk filmtradition.

Rasmussen, Terje: Social interaction and the new media: the construction of communicative contexts. *Nordicom Review* (1997)2, ISSN 0349-6244, pp. 63-76, 105 p.

Compares different media with emphasis on the ways they assist in the construction of contexts of interaction. It investigates the relationships between media technologies, social interaction and forms of social context.

Rosengren, Karl Erik: Different sides of the same coin: Access and gatekeeping. *Nordicom Review* (1997)2, ISSN 0349-6244, pp. 3-12, 105 p.

A comparison between theories of access and theories of gatekeeping in terms of formal models.

Rosengren, Karl Erik: The climate of literature: A sea change? *POETICS* 25(1998), ISSN 0304-422X, pp. 311-326.

Discusses the hypothesis that during the last few decades basic characteristics of the literary systems have come under increasingly strong influence from the economic sector of society.

Tufte, Birgitte: Girls' and boys' every day life and media culture: between a global and locale perspective. *Nordicom Review* (1997)2, ISSN 0349-6244, pp. 97-98, 105 p.

A presentation of a Danish research project focusing on the role of media culture in 8-15 years old children's everyday life, in leisure time life as in school life.

Tveiten, Oddgeir; Førland, Jon Martin: Nyhetsmediene og den norske flyktningepolitikken på 1990-tallet: en studie i meningsdannelse. *Nordicom-Information* (1997)4, ISSN 0349-5949, pp. 49-53.

En rapportering från ett forskningsprojekt om förhållandet mellan medier och meningsskapande i samband med flykting- och invandringsdebatten i Norge.