

Världskongress för medieforskare i Stockholm, 20-25 juli 2008

Vi kan alla glädjas åt att en stor internationell medieforskarkonferens kommer att äga rum i Norden nästa sommar, den 20-25 juli. Det är International Association for Media and Communication Research (IAMCR) som för första gången i sin 50-åriga historia valt att förlägga en konferens i ett nordiskt land. Tema för konferensen är *Media and Global Divides*. Detta samnordiska arrangemang, som går av stapeln vid Stockholms universitet med Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMK) som värdinstitution, har dessutom fått status som världskongress. Aldrig tidigare har det varit så lätt (och billigt) för nordiska medieforskare att delta i en IAMCR-konferens!

Ett samnordiskt arrangemang

Det nordiska intresset och engagemanget i IAMCR har alltid varit stort, i dess ledning liksom i fråga om antalet medlemmar. I konkurrens med andra sökanden har Stockholms universitet och JMK i samarbete med svenska och andra nordiska medieforskarinstitutioner, fått uppdraget att organisera kongressen år 2008. Kongressen arrangeras alltså med starkt stöd från de nordiska föreningarna av medieforskare. Bakom initiativet till ansökan står Föreningen för Svensk Medie- och Kommunikationsforskning (FSMK) och Nordiskt Informationscenter för Medie- och Kommunikationsforskning (NORDICOM). Några av kongressens mest intressanta texter kommer att publiceras i bokform genom NORDICOMs försorg. Kongressens vetenskapliga råd är sammansatt av representanter för hela den nordiska medieforskningen (se nedan) och en lokal organisationskommitté håller i det mer konkreta förberedelsearbetet.

Syftet med kongressen är att stärka det vetenskapliga utbytet mellan medieforskare i olika delar av världen. Detta görs möjligt genom att IAMCR samlar forskare från alla världsdelar, och inte enbart från Europa och Nordamerika. Deltagande av åtskilliga välrenommerade forskare borgar för den höga vetenskapliga kvalitén. Det vetenskapliga och kollegiala utbytet brukar vara stort tack vare den verkligt internationella sammansättningen av deltagare. Världens stora regionala organisationer för medie- och kommunikationsforskning är associerade medlemmar i IAMCR: AMIC (Asien), ACCE (Afrika) och ALAIC (Latinamerika) och vårt eget NORDICOM.

Kongressen har inomvetenskapliga ambitioner, att vårda och förstärka internationella forskarnätverk, men också utomvetenskapliga, att föra ut medieforskningen till en större publik. Ytterligare ett viktigt syfte är att medverka till att föra in en ny generation av yngre medieforskare i internationella forskarnätverk. Genom varierade avgifter söker vi göra det möjligt också för yngre och blivande medieforskare att delta.

Kongressen hålls vid Stockholms universitet

Kongressen kommer att hållas vid Stockholms universitet som är beläget strax norr om innerstaden i Frescati och, helt unikt, ligger mitt i världens första nationalstadspark. De

allmänna kommunikationerna är utmärkta med såväl tunnelbana som olika busslinjer, och restiden är tio minuter från Stockholms centrum till universitetet. Universitetsområdet är ett modernt campus som sträcker sig från Sveaplan i söder till Bergianska trädgården i norr. Stockholms universitet är ett av Sveriges största universitet med cirka 39 000 studenter, varav antalet aktiva forskarstuderande är cirka 1 900. Det är också en av stockholmsregionens större arbetsgivare med cirka 4 600 medarbetare. Huvudlokalen kommer att vara magnifika Aula Magna, som är ett av arkitekten Ralph Erskines främsta byggnadsverk.

International Association for Media and Communication Research (IAMCR)

IAMCR grundades i Paris 1957, på initiativ av UNESCO. Och ännu idag har denna världsomspännande organisation konsultativ status inom UNESCO. IAMCR verkar för att skapa mötesplatser för medie- och kommunikationsforskare och för att uppmuntra den vetenskapliga och systematiska forskningen på medie- och kommunikationsområdet. Målet är att öka intresset för forskningen och föra ut resultat och kunskaper till allmänheten.

Större konferenser har ordnats av IAMCR vartannat år sedan organisationen bildades, och därutöver också några mellanårskonferenser. IAMCR:s historia och dess olika konferenser över hela världen är också den internationella medieforskningens historia och belyser dess utveckling sedan decennierna efter andra världskriget. Mer om detta kunde alla de som deltog i konferensen sommaren 2007 lära. Då firade nämligen IAMCR 50 år – passande nog just i Paris. Denna mellanårskonferens var mycket välbesökt med över 900 deltagare. Två av IAMCR:s medlemmar, professor Cees Hamelink, Nederländerna, och professor Kaarle Nordenstreng, Finland, hade sammanställt en informativ och bildrik mindre skrift 'IAMCR in Retrospect'. Historien presenterades med storbilder, beledsagade av livfulla skildringar av forskare som själva varit en aktiv del av IAMCR under lång tid.

Kongressens tema – *Media and Global Divides*

Temat för kongressen i Stockholm är *Media and Global Divides*, ett tema som sätter fokus på mediernas roll och betydelse för den samtida globala utvecklingen av världssamfundet. Detta tema kommer att präglade framför allt de gemensamma plenarsessionerna, valet av huvudtalare och inriktningen på särskilda plenardiskussioner och paneldebatter. Idén till temat formulerades av framlidne professorn Jan Ekecrantz vid JMK och kom att bli det förslag som lanserades i ansökan om att få arrangera IAMCR:s konferens år 2008. I den av IAMCR:s styrelse antagna texten kan följande läsas om tankarna bakom det valda temat:

The congress addresses relationships between media and contemporary global divides, be they historical or emergent phenomena. It will explore the pivotal yet under-researched roles of the media with regard to today's global inequalities.

In recent decades the world has undergone fundamental changes related to geopolitical, economic, cultural, religious and other conditions. New divisions, no longer based on territory, have complicated or partially replaced the old East-West and North-South dimensions of the world system, generating differences and distinctions that cut through local life worlds, between cities and suburbs, between the expanding metropolis and the countryside. We have witnessed the globalization of traditional group identities and affiliations along ideological, religious, class, gender and ethnic lines, at the same time that new transnational affiliations are being formed.

Different media and media genres are related in different ways to these developments. The most common media representations, it seems, simply ignore global cleavages, by masking them or framing them in "Western" terms. This is most evident in the context of an emerging new world order. This in turn is related to a range of other divides, the digital divide being perhaps the most frequently noted, with its repercussions for transnational media structures. These divides can be characterized as simultaneously technological and social, generated by markets and socio-political orders. They are further reflected in an array of media genres and formats, as well as in the segmentation of national, regional and worldwide audiences, as seen for example in divisions between

elite and popular media productions. There are at the same time cases where these distinctions are increasingly blurred, particularly in the most rapidly modernizing and expanding media systems, which often place commercial and transnational media forms in the service of political governance. Challenging this trend, we see the expansion of democracy movements around the world, placing inequality on the agendas of both mainstream and alternative media.

These transformations point to media as increasingly significant actors and as establishing new arenas on a global scale. Comparative and in-depth study of these developments, both as distinct phenomena and as intrinsically interdependent, both as factors internal to media and as they affect the media's increasingly complex relationships to other factors, together constitute a major challenge for media and communication research as we face the second decade of the new millennium.

Talare från många delar av världen

Vid kongressens öppnande kommer den välkända förkämpen för global rättvisa, *Vandana Shiva* att tala. Dr Shiva är en indisk fysiker och miljöaktivist som fick det alternativa nobelpriset 1993. Hon är en av ledarna av the International Forum on Globalization (tillsammans med Jerry Mander, Edward Goldsmith, Ralph Nader, Jeremy Rifkin). Vandana Shiva är också en författare med en mycket omfattande bokproduktion bakom sig. Några av de senare titlarna är: *Earth Democracy: Justice, Sustainability, and Peace* (2005) South End Press, *Globalization's New Wars: Seed, Water and Life Forms* (2005) *Women Unlimited, New Delhi* och *Manifestos on the Future of Food and Seed* (2007), South End Press. På svenska har Ordfront gett ut två av hennes böcker, bägge 2003, *Skydda eller skövla* samt *Krig om vattnet*. Vandana Shiva är känd som en mycket engagerad och kunnig talare som kommer att reflektera kring de globala miljöproblemen och mediernas olika roller vad gäller riskmedvetenhet och informationsförmedling.

Två keynote-speakers är professor *Annabelle Sreberny*, London University, och professor *Jan Nederveen Pieterse*, University of Illinois at Urbana-Champaign.

Annabelle Sreberny har sedan år 2005 en professur i Global Media and Communication vid School of Oriental and African Studies (SOAS), en del av London University som är specialiserad på studier om Asien, Afrika och Mellanöstern. Hon är också sedan år 2004 vice president för IAMCR och redaktör för organisationens *Newsletter*. Därutöver är hon bland annat invald medlem i Royal Society of Arts och har ett styrelseuppdrag i London Middle East Institute. Professor Srebernys forskningsintressen inkluderar teorier om globalisering, alldeles speciellt i relation till genusfrågor och förändringar som avser relationen mellan privat och offentligt. I sin forskning har hon intresserat sig för medier och sociopolitiska förändringar och demokratisering med särskilt fokus på Mellanöstern och Iran. Hon har också skrivit om den iranska diasporiska gemenskapen i London och dess förhållande till medier. Annabelle Sreberny var själv bosatt i Iran före, under och efter revolutionen 1978.

Under våren 2003 var Annabelle Sreberny Albert Bonniers gästprofessor vid JMK, Stockholms universitet. Några boktitlar är *Rethinking International News for the New Millennium* (2004) red. med Chris Paterson, John Libbey/University of Luton Press, redaktör för specialnumret 'Mediated Cultures in the Middle East', *Gazette*, 63, 2-3, May 2001, *Gender, Politics and Communication* (2000) red. med L. van Zoonen, Hampton Press. Hennes senaste bok är *Media and Political Violence*, (Hampton Press, 2007), vilken hon har redigerat tillsammans med Hillel Nosssek och Prasun Sonwalkar.

Jan Nederveen Pieterse, är professor i sociologi vid University of Illinois at Urbana-Champaign och har under lång tid ägnat sig åt frågor kring olika kulturers plats i en alltmer globaliserad värld. Han undervisar vid universitet i Holland och Ghana och har varit inbjuden gästprofessor i Sverige (vid JMK), i Tyskland, Indonesien, Japan, Pakistan, Sydafrika, Sri Lanka och Thailand. Några boktitlar är: *Empire and Emancipation: Power and Liberation on a World Scale* (1989), *White on Black: Images of Africa and Blacks in Western Popular Culture* (1992, 1995, 1996), *Globalization or Empire?* (2004), *Globalization and Culture: Global Mélange* (2003). I sin senaste och mycket uppmärksammade bok, *Ethnici-*

ties and Global Multiculture. Pants for an Octopus pekar han på den avgörande betydelse som etnicitet och mångkulturalism har för vår förståelse av globaliseringen. Professor Nederveen Pieterse argumenterar för en global multikulturalism som en strategi för att komma vidare från de begränsande nationella perspektiv som upprätthåller den globala ojämlikheten, såväl inom forskningens ofta västorienterade analyser som på politisk nivå.

Panelerna

Under kongressen deltar ett flertal intressanta forskare i de två panelerna där *Global Divides* kommer att diskuteras ur olika perspektiv. Den första panelen är sammansatt av internationella forskare, den andra panelen av företrädare för de olika nordiska länderna vars uppgift blir att kommentera inledaren, professor *Yudishthir Raj Isar*, från the American University of Paris. Här presenterar vi några av de internationella forskarna som till dags dato bekräftat sitt deltagande.

Den första internationella panelen, där flertalet kontinenter ska representeras, leds av *Indrajit Banerjee*, som är generalsekreterare för The Asian Media Information and Communication Centre (AMIC), ett publikations- dokumentations- och medieforskningscenter. Dr Banerjee är också Associate Professor vid The School of Communication and Information vid Nanyang Technological University i Singapore.

En av deltagarna är *Yuezhi Zhao*, professor i den globala kommunikationens politiska ekonomi vid Simon Fraser University i Kanada. Född i Kina, akademiskt skolad i USA och Kanada, och verksam på båda kontinenterna, utnyttjar hon såväl initierade kunskaper om mediernas förvandlingar i Kina som sin förmåga till distanserad och insiktsfull analys av dessa processer. Professor Zhao har bedrivit studier av sammanflätningen av kommunistisk parti-statlig kontroll och kapitalistiska marknadskrafter i de starkt expansiva nyhetsmedierna i Kina, framför allt redovisade i boken *Media, Market, and Democracy in China: Between the Party Line and the Bottom Line* (1998). Tio år senare, i mars 2008, kan vi ta del av en uppföljare, *Communication in China: Political Economy, Power, and Conflict*, som belyser de mångfacetterade former och genrer vilka yttrandefrihetens komplexa praxis i Kina idag tar sig uttryck i. Nästa år publicerar Yuezhi Zhao också en studie av det globala mediesystemet, *Global Communications: Toward a Transcultural Political Economy*.

En annan deltagare är professor *Lilie Chouliaraki*, London School of Economics and Political Science. Hon är forskningsdirektör för POLIS, ett forum vid LSE för forskning och debatt om journalistik och samhälle (i samarbete med The London College of Communication). Lilie Chouliaraki är Honorary Professor vid Copenhagen Business School där hon fram till juli 2007 upprätthållit en professur i Media and Discourse Studies. Hennes forskningsintressen gäller de moraliska implikationer som medierna har i vårt samtida samhälle. I ett av sina senare arbeten om medieringen av lidandet har hon visat hur selektivt den globala medieringen distribuerar andras lidanden, dessa 'Andra' som befinner sig på långt avstånd från oss. Därigenom upprätthåller medierna sociala hierarkier vad gäller vår etiska känslighet, hierarkier som är förbundna med olika geografiska platser och kulturer, skriver hon i boken *The Spectatorship of Suffering* (2006).

Francis B. Nyamnjoh är professor och direktör vid the Council for the Development of Social Science Research in Africa (CODESRIA). Under åren 1996 till 2003 var han vice president i African Council for Communication Education (ACCE). År 2003 fick han Botswanas Senior Arts Researcher of the Year Prize.

Professor Nyamnjoh har arbetat på flera olika afrikanska universitet, i Kamerun, Botswana och Sydafrika där han undervisat i såväl sociologi, antropologi som medie- och kommunikationsvetenskap. Hans forskning har fokuserat på förhållanden i framför allt Kamerun och Botswana, och han har publicerat arbeten om globalisering, medborgarskap och identitetspolitik i Afrika. Några av hans senare publikationer är *Negotiating an Anglophone Identity* (2003), Brill, och *Rights and the Politics of Recognition in Africa* (2004) Zed Books, *Africa's Media, Democracy and the Politics of Belonging* (2005) Zed

Books. Francis B. Nyamnjoh är också en välkänd skönlitterär författare med romanerna *Mind Searching* (1991) och *The Disillusioned African* (1995), och ett drama, *The Convert* (2003).

Robin Mansell, professor vid London School of Communication and Political och president för IAMCR sedan 2004. Hon är även hedersprofessor vid LINK center, Wits Graduate School of Public and Development Management, Sydafrika. Hennes forskning rör främst sociala och ekonomiska aspekter i fråga om ICT policy. Särskilt intresse ägnar Professor Mansell åt hur nya teknologier integreras i samhället utifrån ett sociologiskt och ett politiskt-ekonomiskt medieperspektiv. Några boktitlar är: *Social and Organisational Transformation and New Technologies*, *Knowledge Networks and Innovation Systems*, *Information and Communication Technologies*, *Development and Inequality*, *The Oxford Handbook of Information and Communication Technologies* (2007), *Trust and Crime in Information Societies* (2005), *Networking Knowledge for Information and Societies: Institutions and Intervention* (2002).

Den andra panelen inleds av *Yudhishtir Raj Isar*, professor vid the American University of Paris. Han är fransk sociolog med indiskt ursprung, President of the European Forum for the Arts and Heritage, rådgivare inom kulturell identitet och etnisk mångfald och etniska konflikter, tidigare chef för UNESCOs kulturavdelning. Han har i sin forskning behandlat frågor om mediernas betydelse för kulturell diversitet, kulturella möten respektive kulturell konflikt och konfrontation i en globaliserad värld. Riksbankens Jubileumsfond i Sverige stöder utgivning av en årlig serie böcker med Yudhishtir Raj Isar som en av huvudredaktörerna – *Cultures and Globalization Series*. Den första utkom på Sage våren 2007 med titeln *Cultures and Tensions*. I denna volym sammanställs ett fyrtiotal vetenskapliga analyser av vad kulturen betyder för globaliseringen liksom globaliseringen för kulturen, såväl nationellt som internationellt. På just detta tema inkluderat mediernas roller kommer professor Isar att inleda kongressens andra panel och representanter för nordisk forskning att utifrån sina respektive perspektiv att reflektera över Isars tal.

Deltagarinformation

Vi förväntar oss minst 800 deltagare, varav cirka 100 beräknas vara svenska deltagare och ett ungefärligt antal av ytterligare 150 nordiska medieforskare. Vi hoppas på betydligt fler deltagare från Norden förstås!

Kongressen är öppen för alla forskare inom det vida tvärvetenskapliga medie- och kommunikationsfältet. Invitationen gäller alla angränsande humanistiska och samhällsvetenskapliga discipliner där medieforskning av ett eller annat slag bedrivs. För att innefatta så många forskare som möjligt håller IAMCR:s kongresser sig med tre språk: engelska, spanska och franska. Keynotes och paneldebatter tolkas och flera sektioner har spansk- respektive franskspråkiga seminarier. Broschyrer inför konferensen 2008 har tagits fram på alla tre språk.

Konferensavgiften är differentierad med en något lägre kostnad för medlemmar i IAMCR (oftast är hela institutioner medlemmar), lägre kostnad för forskare från fattigare delar av världen samt för unga forskarstuderande och en något högre avgift för icke-medlemmar. För närvarande beräknas avgiften för medlemmar bli €500.

Abstracts (högst 500 ord) skall vara insända till respektive sektion senast den 31 januari 2008. Närmare information finns på www.jmk.su.se/iamcr2008

Hela programmet kommer att finnas tillgängligt på websidan den 31 mars 2008.

För organisationskommittén

Ester Pollack, Anja Hirdman, Håkan Lindhoff och Karin Becker

Vetenskapligt råd

Dr Ester Pollack, JMK, Stockholms universitet, pollack@jmk.su.se
Docent Madeleine Kleberg, JMK, Stockholms universitet, kleberg@jmk.su.se
Prof. Karin Becker, JMK, Stockholms universitet, becker@jmk.su.se
Prof. Astrid Söderberg-Widding, Filmvetenskapliga institutionen, Stockholms universitet, astrid@mail.film.su.se
Prof. Mats Ekström, MKV, Örebro universitet och ordförande i FSMK, mats.ekstrom@hum.oru.se
Prof. Göran Bolin, MKV, Södertörns Högskola, goran.bolin@sh.se
Prof. Gunilla Jarlbro, MKV, Lunds universitet, gunilla.jarlbro@mkv.lu.se
Prof. Ulla Carlsson, NORDICOM vid Göteborgs universitet, ulla.carlsson@nordicom.gu.se
Dr Elisabeth Eide, Universitetet i Oslo, eide@jbi.hio.no
Dr Lars Holmgaard Christensen, Aalborg universitet, holmgaard@vrmedialab.dk
Prof. Ullamaija Kivikuru, Helsingfors universitet, ullamaija.kivikuru@helsinki.fi
Prof. Thorbjörn Broddason, University of Iceland, tbrodd@hi.is

Organisationskommitté

Dr Ester Pollack, Stockholms universitet
Docent Madeleine Kleberg, Stockholms universitet
Prof. Karin Becker, Stockholms universitet
Docent Göran Leth, Stockholms universitet
Universitetslektor Håkan Lindhoff, Stockholms universitet
Dr Anja Hirdman, Stockholms universitet

Sektioner och arbetsgrupper inom IAMCR

Sektioner

- Audience
- Communication Policy and Technology
- Community Communication
- Gender and Communication
- History
- International Communication
- Emerging Scholars Network
- Law
- Media and Sport
- Media Education Research
- Participatory Communication Research
- Political Communication Research
- Political Economy
- Journalism Research and Education
- Psychology and Public Opinion

Arbetsgrupper

- Comic Art
- Communication and HIV/AIDS
- Diaspora and media
- Digital Divide
- Environment, Science and Risk Communication
- Ethics of Society and Ethics of Communication
- European Public Broadcasting Policies
- Global Media Policy
- Islam and Media
- Media Production Analysis
- Media, Religion and Culture
- Popular Culture
- Post-Socialist and Post-Authoritarian

Preliminärt program

Sunday July 20

- 15:00-19:00 Arrivals and registration (Aula Magna)
19:00-21:00 Buffet (Campus)
Main speaker: *Vandana Shiva*
Music

Monday July 21

- 8:30-9:30 Registration
9:30-10:15 Welcome
10:15-12:30 Keynotes
Annabelle Sreberny & Jan Nederveen Pieterse, addressing the conference theme: 'Media and Global Divides'
12:30-14:00 Lunch
14:00-16:30 Sections and working groups
18:00-20:00 Banquet (Town Hall, Stockholm City)

Tuesday July 22

- 9:00-12:30 Sections and working groups
12:30-14:00 Lunch
14:00-19:00 Sections and working groups
19:30 Organized activity, archipelago trip with buffet and music

Wednesday July 23

- 9:00-12:30 Plenary
International panel on Global Divides:
Indrajit Banerjee, Yuezhi Zhao, Francis Nyamnjoh, Lilie Chouliaraki, Robin Mansell (as confirmed November 07)
12:30-14:00 Lunch
14:00-15:30 Sections and working groups
16:00-19:30 General Assembly
20:00 Free/Sociological tour

Thursday July 24

- 9:00-12:30 Plenary
Yudishthir Raj Isar and a Nordic panel on Global Divides
12:30-14:00 Lunch
14:00-19:00 Sections and working groups
19:00-20:00 James Halloran Memorial Lecture by *Cees Hamelink*
Campus event (outdoor, music)

**För ytterligare information se:
www.jmk.su.se/iamcr2008 och www.iamcr.org**

New Media, News Media

The Tension between Pluralism and Commodification

GAYE TUCHMAN

In the 1960s and 1970s, there was little systematic research on how media-fare is constructed and the dominant model of media effect was largely psychological. I made two basic assumptions when I started work on what turned out of be *Making News*. They are merely logical:

- How information is gathered must have an impact on what is disseminated; and,
- what is disseminated must have an impact on how people think about the world.

In the early 1970s, soon after Erving Goffman published *Frame Analysis*, a translation of Gregory Bateson's idea into the emerging world of phenomenological sociologies, those assumptions became more formal: Sociologists began to think of news and other media-fare in terms of frames that potentially guided and limited possible interpretations of news and news stories. (I am using the word "news" to refer to the genre and "news stories" to refer to the tale about a specific series of occurrences.) As Mats Ekström has pointed out, because I was trying to understand what the social world looked like for newswriters, I concentrated on trying to understand the construction of the categories that they used to discuss their activities. Thus, *Making News* uses data about processing specific stories to make sense of aspects of the genre news.

There are some issues that *Making News* pretended to address but really did not. These include the meaning of American news within a world-system of information-exchange. To be sure *Making News* includes some references to freedom of the press as ideology and there is a vague awareness of issues of ownership, but I really do not address those matters in that book or in much of my work. When I did raise those matters in later essays, I did so in the context of the production of consciousness – a

firm belief that Enzensberger's concept was trying to get at something deeper than how a person viewed a specific issue or even which issues people thought to be important (agenda-setting). I understand consciousness to concern not merely how an individual conceives of himself or herself – but what categories individuals invoke to explain who people are – what categories are said to convey essence or soul.

C. Wright Mills seems to have had a version of this issue in mind when he wrote about sociology as the intersection of history and biography. As you recall, he asked "what kind of person" is dominant in a society and what kind is becoming dominant. Although Mills specifically mentions the transition from feudalism to capitalism, I think he meant "kind" to be more than a reference to social class (as in the "haute bourgeoisie" are becoming ever more dominant) or to increasing rationalization within the context of evolving capitalisms (what George Ritzer speaks of as McDonalization). For Mills also reminded us that World War II – and more recently Rwanda, Bosnia, and Darfur – revealed extraordinary variation. As he put it, "The limits of human nature are frighteningly broad." From this point of view, the media, including the news media, are guiding people not merely to a conception of themselves and their surroundings, but to a concept of self and of what constitutes surroundings.

The "new news media" are an escalation of tendencies already under debate in the 1960s and 1970s. Today, I think those matters are key to any discussion of news. I also believe that these matters involve what I am going to call a *double movement* – perhaps their own dialectical movement. By "double movement," I mean that on the one hand, the new news media open up more possibilities for locating information than ever existed. One might say that the international exchange of electronic transmissions – via both television and computerization – repre-

sent the *essence of pluralism*. As Burton Weisbrod notes, “[P]opulation migration and information flows through television and computers are having the effect of magnifying diversity in country after country” (1998:3n). In these media, especially on the internet, all sorts of information and knowledge coexist, are juxtaposed, are jumbled, fight one another, complement one another, and above all, are readily available to people who have enough money to gain access to them. On the other hand, the new news media – cable television, TIVO, the sale of programs to a home computer, newspapers distributed through personal computers, blogs, the kit and caboodle – represent the *apotheosis of commodification*. I am not using the term “commodification” in its technical Marxist sense. Rather I mean:

the subordination of public and private realms to the logic of capitalism. In other words, things (eg, friendship, women) are valued for their commercial value. With commodification, aspects of our lives that are culturally conditioned take on the mythology of being “natural.” (web definition)

I also want to invoke a related idea: individuals’ own self-conception, including the categories that they use to conceive of the (their) self are so oriented to the marketplace, that ideas of self and of the presentation of self have become fused: Self as consumer, self as object to be consumed.

When I speak of the media as the apotheosis of commodification, I mean to suggest not only the intensification of an on-going process, but also that we have reified the concept commodification. Commodification presents itself as a law of nature and is taken to be a law of nature. I cannot over-estimate the degree to which my students can place a monetary value on phenomenon. Everything they encounter is “worth it” or not and carries the message “buyer beware.” A specific course is or is not “worth it” – after all they have paid tuition. A university policy about housing honors or ignores the amount of money a student has paid for an education, as well as the taxes paid by parents. Even some people are not “worth” (as opposed to “worthy of”) their friendship.

The Essence of Pluralism: The news media present themselves as the essence of pluralism, because using the new media, one can find out almost anything. From the comfort of my home, I can learn about freedom of the press and also how to join the American Nazi Party. I can read a “blog” about the atmosphere at a particular athletic competition or practice typed by the sports writer at a local newspaper or a national one for that matter. I can also read the opinion that a “member” has written on a for-pay

message board, such as scout.com. I can search until I find a news source that expresses my take on the political world – and so I can engage in a much finer sort of selective exposure than ever imagined by Leon Festinger. I can not only search for a version/vision with which I agree. I can search for one that is the virtual clone of mine.

This pluralism would seem to be ideal for revolutionaries who can attract and maintain the like-minded and those who would like to be like-minded. Decades ago the literature about social movements suggested that when movement-leaders appear on popular talk-shows, they may recruit members by enabling sympathizers to know whom they should contact and how they should do so. Ten years ago, Joshua Gamson suggests that this pluralism may also be ideal for groups trying to legitimate their identities. In *Freaks Talk Back*, a study of how personal issues and family problems are presented on daytime television talk-shows, Joshua Gamson argues that such shows normalize “the fringes.” As he puts it,

You know you are in trouble, when [the host of a particularly despicable show] seems like your best bet for being heard, understood, respected and protected. ...Becoming media visible, especially for our social identity, is rooted in a status previously understood to belong to the realm of “private life”, called the question of who own public space. The issue of what can and cannot be spoken about and seen in public...is really the issue of who is and is not considered a legitimate member of ‘the public’.

On the web, the fringes may not be seen as normalized; they may be normal – or at least appear to be, *seem* to be normal – to those who can use the web to locate themselves. Not only can one use the web to “converse” with others who are interested in the same topic as oneself; but one can also use it to locate people who are sympathetic with your views. The web as self-affirmation. The web as purveyor of symbols from which to construct a self.

In *Global Culture/Individual Identity*, Gordon Matthews identifies this aspect of the new media as “the global supermarket.” Using ethnography, he portrays how in Japan, the United States, and Hong Kong, groups of individuals fashion identities (in part) out of other people’s symbols, including their languages. When these symbols seem central to their sense of self, they may feel that they have more in common with members of a foreign country than with their own grandparents, members of another generation in their country. As Mark Abrahamson writes, through the media, people encounter and per-

haps grow to admire what might once have been alien practices. Media-use enables people to pick and choose among products and among customs as products – wearing a New York Yankees baseball cap and jeans, “suffering” for one’s art, using “foreign words.” It may even facilitate the ability of individuals to shift among identities (Abrahamson, 2004:127), adapting the self to the situation.

Abrahamson (2004) points out that having multiple identities is different from experiencing anomie. Anomie refers to normlessness; multiple identities entail the recognition of multiple norms. Thus the existence of the global supermarket appears to imply the existence of a point of identification – a home – for every person who searches. It may also imply transformation – that each person can find some sort of group (if only a temporary group with whom one occasionally communicates as in “old college friends”) – much as a group can temporarily privatize a public space, such as a restaurant or coffee shop by meeting their every Wednesday for lunch (Lofland 1985). (Of course, others who lunch at this restaurant every Tuesday may think of it as “their space.”) This pluralistic view of what people glean from the media appears to entail fashioning and refashioning of both self and other.

Put somewhat differently, this interpretation of the web as an expression of pluralism means that to define oneself one can search for one’s clone – people just like me – or for one’s antithesis. Indeed, some articles on computer-use stress that surfing the net, one can search for the perfect expression of one’s views, attitudes, and beliefs. However, one can also seek something different – a better way of living or even a better way of being than the life one knows. (In this sense, the new media may involve a perpetual becoming or search for new ways rather than a celebration or even an affirmation of simply being.)

Robert Saunderson’s study of the internet’s paradoxical impact on ethnic Russians living in republics that were carved from the Soviet Union emphasizes the transformative potential of internet use. He finds that

the internet acts as a dampening agent for both emergent Russian nationalism and backward looking Soviet nostalgia and instead tends to promote notion of difference across the Russian ethnic space...Cyber-Russians influenced by the *corporatist non-territorial structure* of the internet are slowly but steadily eschewing nationalist myth-making and instead opting for personal economic and social advancement outside the confines of the nation (2006: 45, emphasis added).

Citing McLuhan, Saunders recalls that the print-media are essentially nationalist: they are bound to

language. The new media, the media of the global supermarket, are not.

I also mean these observations about pluralism to apply to news. Use of the new media, especially the web, to locate political commentary may involve a search for the quintessence of selective exposure. However, it may also involve broadening one’s horizons by learning what others think. In times of crisis, I read the British newspapers since they are now accessible to me. I can get a better sense of what is happening around the world – how other nations feel about my country’s involvement in wars – than I could possibly glean by reading American news media. Yet, from another point of view, such use of the new media, including the new news media, is a celebration of commodification.

The Apotheosis of Commodification. When I think about the news media in terms of commodification, it seems absolutely appropriate that the subtitle of Matthews’ book is “Searching for Home in the Cultural Supermarket.” The term commodification also seems particularly apt in terms of the phrase Saunders used to discuss the internet use of the Russian ethnics in Tajikistan: “...because of the corporatist non-territorial structure...” Every day, I log onto either my office or home computer to read the local paper and *The New York Times*. As I have stated, sometimes I also check the British media. If the situation is truly dire – say after 9-11 – I even try to read French. I am searching not merely for a point of view, but for points of view. Through my actions, I am affirming the pluralism of the new media.

The websites that I check out are united by more than the use of languages I speak or read or pretend to speak or read. They carry advertisements. I have not read a content analysis of these websites, but it feels to me that every time I click from one story to another in my daily journey through *The New York Times*, I am switched to a full-screen ad. I must say, *The Times* is very nice about these intrusions. I may click upon a symbol to make that ad disappear, which is more than I can do to get rid of the commercials on television’s nightly news.

The Times, more accurately its marketing department, clearly cares about my habits. The site refuses access if it cannot leave a cookie in my computer’s cache. *The Times* is counting me and every other home or office computer at which it has deposited a cookie. It is selling the record of my passage through its domain to its advertisers. I – or my office and home computers – are recognized in the circulation data that the marketing department uses to set its web-based advertising rates. Like it or not, I must participate in the *Times*’ data – or I can not read the

Times. (Somehow the *Hartford Courant* manages to show me ads without being as aggressive and insistent about depositing its cookies.)

Like it or not, I participate in a myriad of marketing campaigns, probably more than I know about. Weekly, amazon.com uses its analysis of my book purchases to e-mail me about movies “now showing locally” that I might want to view. When I sign onto amazon, it tells me which books it thinks I would like to read. I have a charge card for a department store and it contacts me with some regularity. Even when I sign onto ebay, I am hit by ads of sorts – news of a particularly terrific item whose auction is about to end. What’s worse, at the office, I am besieged by products I don’t want to purchase – daily ads for medications designed to enhance a man’s experience of his sexuality, recommendations that I buy a copy of a Piaget watch. As I have been typing, the computer has announced a new e-mail – this message offering a sure way to control my weight. I am inundated by corporate intrusions. The websites that I regularly use chart my movements and use their cookies to sell my attention to still other advertisers. I am perpetually reminded of Todd Gitlin’s comment about television: It is in the business of selling the viewers’ eyeballs to advertisers, only now an even newer medium is simultaneously selling my attention and encouraging me to buy.

Continuities. There is an awesome continuity with the 1960s and 1970s. Then too, social scientists argued about pluralism versus commodification. Only then Americans cited different theorists: Lazarsfeld versus Marcuse instead of Jeffrey Alexander versus Douglas Kellner.

Now, as then, young people organize to provide alternative media. In my state, young people had started alternative weeklies called the *Advocate*; the New Haven and the Hartford *Advocates* were bought by the *Hartford Courant*. The *Hartford Courant* was bought by the Chicago *Sun-Times*. Now, some of my graduate students are writing and working for the *Hartford Free Press*. (When they say Free Press, I think of the social science publishing house that is now part of Simon and Shuster.) These students tolerate my cynical references to how *Boston After Dark* became the *Boston Phoenix*, as well as how I quote A. J. Liebing, “Freedom of the press is limited to those who own one” to indicate the tenor of that time.

I suspect that the extraordinarily spread of the new media has increased the commodification of “less-new” media. (I find it difficult to call television “old.”) From one point of view, there has been an awesome decrease in the number of voices in the “old media.” The television station and the newspaper whose staffs I observed in the 1960s had been a re-

latively early example of a small conglomerate. The parent company had owned a morning newspaper, an afternoon newspaper, a television station, an FM and an AM radio station. One of those newspapers merged with the other. Since the 1970s, still more newspapers have merged, folded, or been bought out by chains and large conglomerates. The chains are not shy about telling local newspapers what to report, how to report it, and how to write. In the United States, the omnipresence of such “new” distribution systems as cable and satellite television may have destroyed the quasi-monopoly of the three networks that had emerged from network-radio, but there are clearly new quasi-monopolies which now own those very networks and those networks are themselves bifurcated. (One can watch NBC or its cable counterpart MSNBC.) The conglomerates expand: GE bought NBC; Universal bought GE. For the most part, the conglomerates do not present radically different information. (I say for the most part, because it is clear that FOX news is indeed more conservative than the news as presented by CNN.) We all know this history. We all also know that the corporate media present a “coding problem”. By that I mean that the breadth of the categories one uses to code media content necessarily influences how much sameness and difference one will find. Are FOX News and CNN more like one another than either is like Al Jazeera? Is it even fair to ask?

We all also know that the marketing practices of today were already present in the 1960s and 1970s. News programs had begun to experiment with newsreaders joking on camera. When deciding whom to hire as an anchorperson, people from the marketing department brought tapes of potential employees to shopping centers where they corralled potential audiences to watch the tapes and express preferences. Non-news divisions informed those who read the news on TV how to wear their hair, their make-up, their ties. I remember when one African-American woman was ordered to abandon her Afro haircut. Then, as now, whether a newsreader should sit or stand could be a very significant issue, worthy of study. But these marketing questions have escalated.

From the other point of view, there is the awesome ability to travel anywhere via the net. It is easier to get information from other lands. Even with the limitations that the Chinese government has put on google, I feel confident that it is easier for a Chinese “digertari” [the digital version of literati] to find information than before the advent of the internet. Yet the information is commodified.

In *The Creation of the Media: Political Origins of Modern Communications*, Paul Starr analyzes the

development of the American media-system to argue that the United States provided for checks and balances in governmental power, increasingly valued free speech (especially after the advent of national radio), but never came to grips with centralized media power. Starr points out that the United States has exported “not only its culture, but also its institutions. And the global media – not all of them American by any means, but structured along the commercial lines pioneered in the United States – [...were to] become a factor of power everywhere” (402).

It is perhaps here that one sees the answer to what the new media are doing – increasing individualization (pluralism) at the expense of the collectivity, encouraging even more commodification, including the commodification of both institutions and the self.

But the media did not cause these phenomena. Western societies have put greater stress on individuals and individualization since the advent of capitalism. The new media have not caused, but they have participated in an ever greater division of labor, including within the media. Since the twentieth century, there has been more emphasis on sensuality – food, drink, indeed I have noticed – just plain fun. (I once was very nervous about a talk I was giving to 1000 people and the fellow who was to introduce me said not to worry. “It’ll be fun.”)

C. Wright Mills might ask, what kinds of people are coming to dominate this mass-mediated society? Marx Weber might still answer, “Specialists without spirit, sensualists without heart.”

Mellem individualisme og fællesskab

Om medieforbrug, politisk interesse og offentlighed

JOHANNES ANDERSEN & NIELS NØRGAARD KRISTENSEN

I disse år sker der drastiske ændringer i medieforbruget i Danmark og i andre traditionelle demokratier. Færre og færre bruger tid på at læse deres avis grundigt, og antallet af daglige læsere er også svagt faldende. Når det ikke falder dramatisk skyldes det blandt andet den stigende udbredelse af aviser, der uddeles gratis. Radioen bruges mere og mere som underholdning og adspredende baggrundsmusik, og i mindre udstrækning som nøgle til at blive orienteret om centrale politiske begivenheder. Fjernsynet har fortsat mange seere, men ikke længere helt så mange, der i første række ønsker at blive orienteret og få mulighed for at følge med i politik og samfundsudviklingen. Også her spiller det underholdende i stigende udstrækning en central rolle, og de fleste kan sagtens springe over en enkelt nyhedsudsendelse eller to, uden at få problemer med det. Endelig vokser forestillingerne om de mangfoldige strømme af politiske informationer og debatter der er blevet gjort tilgængelige med internettes globale udbredelse.

Samtidig er den refleksive individualisering slået mere og mere igennem (Giddens 1996). Noget der bl.a. har medført, at eksempelvis klasseidentitet, en udbredt højre-venstre orientering i forhold til politiske spørgsmål og tætte forbindelseslinier mellem vælgere og partier er blevet afgørende svækket. Samtidig er moderne medborgeres politiske selvtillid blevet styrket. De ved i stigende udstrækning hvad de vil have og hvad de ikke vil have, ligesom de også bliver bedre til at finde ud af, hvordan de skal opnå det. De er ikke bange for at stille krav til myndigheder og politikere, og de overvejer løbende, hvordan de skal placere sig bedst muligt i det politiske univers (Goul Andersen et al. 2000). Herunder hvilke medier de kan benytte sig af, og hvordan de skal gribe sagen an, hvis de vil gøre sig gældende i den offentlige debat. Medierne spiller altså på denne måde fortsat en rolle som et centralt bindeled mellem befolkning og politiske myndigheder, ud fra den logik, at når noget

rører sig i offentligheden, underforstået har fået plads i centrale medier, er myndigheder nødt til at forholde sig til det (Togeby et al. 2003, p. 215).

Der kan kort sagt ses markante tendenser til en ændring af en grundsten i den politiske offentlighed, nemlig af medierne. På den ene side svækkes deres 'naturlige' status som forum for og kanal til formidling af politisk debat og informationer, og på den anden side benyttes de i stigende udstrækning til strategisk kommunikation af folk, der ønsker at påvirke. Eksempelvis når et ungt par udstiller et ejendomsrådgiverfirma og en problematisk lovgivning i medierne, fordi de er blevet snydt for en lejlighed (*Politiken*, den 19.7.05). Samtidig sker der en stigende individualisering af det politiske engagement, som bl.a. er medvirkende til en svækkelse af den sociale kapital (Putnam 2000, p. 216ff).

Resultatet af de to tendenser er ikke nødvendigvis en svækkelse af den politiske interesse og af den politiske deltagelse. Faktisk kan man sagtens i forlængelse af den refleksive individualisering forestille sig en udbredt politisk deltagelse og interesse. Det er heller ikke ensbetydende med at medierne mister deres betydning, men snarere deres status og funktion. Det centrale spørgsmål er imidlertid, om kombinationen af mediernes ændrede placering i offentligheden og den stigende individualisering af det politiske på afgørende vis påvirker den politiske kultur. Eksempelvis om det ændrer karakteren af den politiske interesse. Det er noget af det, der skal ses nærmere på i det følgende.

Politisk interesse er grundlæggende struktureret omkring to forhold, nemlig på den ene side *viden* om politiske forhold, og på den anden et *normativt* engagement, i form af grundlæggende holdninger til, hvad der er godt og skidt i samfundet. Jo mere man ved, jo mere engageret bliver man, fordi man kan se perspektiver og konsekvenser i et givet forhold. Og jo mere man engagerer sig i forhold til et givet

perspektiv eller fænomen, jo mere politisk interesse udviser man.

Balancen mellem de to elementer kan man ikke på forhånd afgøre, men man kan ikke forholde sig til politiske spørgsmål alene ud fra viden. Det er nødvendigt med et normativt element, hvis man skal udpege et perspektiv for det politiske engagement. Man kan heller ikke nøjes med holdninger. Man er nødt til at vide et minimum om, hvad der rører sig, hvis man skal forholde sig normativt til samfundsudviklingen. Derfor hænger de to faktorer meget tæt sammen. Idealet er naturligvis en kombination af omfattende viden og en udbredt normativ politisk interesse.

Hvad der i et udviklingsperspektiv påvirker hvad, er heller ikke nemt at afgøre. Viden påvirker det personlige engagement og ens interesser, samtidig med at personligt engagement ofte medfører, at man som medborger opnår erfaringer med det politiske liv og med de muligheder, man kan opsøge for at gøre sig gældende. Hvilket igen ofte fører til et øget behov for information og viden (Buckingham 2000). Under alle omstændigheder er der tale om sammenhænge, der er tæt forbundet med den politiske offentlighed, med politisk socialisering og med politisk læring. Og dermed også i praksis tæt forbundet med medieforbrug.

For nærmere at belyse ovennævnte problemstilling, vil der i det følgende blive set nærmere på sammenhængen mellem politisk interesse og medieforbrug i Danmark. Sammenhængen kan illustreres i en figur, der kombinerer interesse og medieforbrug. Resultatet er en typologi, omfattende fire forskellige typer af medborgere. De er angivet i figur 1. I

forlængelse heraf kan man formulere en række antagelser om centrale udviklingstendenser, og dermed en række teser, som skal forfølges nærmere i det følgende.

De to klassiske typer er den *aktive* og den *indifferente medborger*. De udgør traditionelt hinandens modpoler, og der er lavet mange undersøgelser, der går ud på at identificere dem nærmere. Gerne med graduering mellem de to poler (Andersen et al. 1993, p. 209). I disse undersøgelser har pointen ofte været, at rollen som medborger var en invitation til borgeren om at blive aktive medborgere. Ligesom det også har været en udbredt opfattelse, at jo flere erfaringer borgerne fik fra politisk deltagelse, jo større ville sandsynligheden være for, at de blev aktive. Helt i overensstemmelse med de traditionelle opfattelser af den politiske lærings betydning (Nørgaard Kristensen 1998). Samtidig har det også længe været en udbredt opfattelse, at borgere der indtager rollen som en aktiv medborger samtidig udvikler et politisk perspektiv, der vægter det demokratiske fællesskab, hvilket vil sige både de demokratiske normer og procedurer på den ene side, og et politisk perspektiv om at kæmpe for det gode liv, til glæde for fællesskabet, på den anden. Her er tale om basale antagelser i en lang række teorier om politisk engagement (Bang et al. (red.) 2000).

Den *passive medborger* opfattes som forudsætningen for den *aktive medborger*, og den aktive medborger som forudsætningen for, at det demokratiske politiske system kan fungere. Hvis ingen vil påtage sig rollen som eksempelvis kandidat til en folkevalgt forsamling, som aktivt partimedlem og som debat-

Figur 1. Politisk interesse og medieforbrug

		Politisk interesse	
		Udbredt	Begrænset
Brug af medier til politisk orientering	Dagligt	<i>Den aktive medborger</i> der er engageret og velorienteret. Her kombineres en stor politisk interesse med et omfattende medieforbrug, og formodentlig også med en omfattende politisk deltagelse.	<i>Den trofaste medborger</i> der opfatter det som en pligt at følge med. Eller den konservative medborger der lige skal sikre sig, at verden fortsat består, og så ellers fortsætter de daglige sysler. Her kombineres et omfattende – måske rituelt - medieforbrug med en begrænset politisk interesse.
	Jævnligt eller sjældent	<i>Den individualistiske medborger</i> der er engageret, uden at følge med i medernes formidling af politik. En medborger der måske først og fremmest tror på egne subjektive interesser. Her kombineres en udbredt politisk interesse med begrænset medieforbrug.	<i>Den indifferente medborger</i> , der har andre interesser end politik og fællesskab. Her finder man en kombination af manglende politisk interesse med et begrænset medieforbrug, når det drejer sig om politik. Derimod kan man sagtens forstille sig et omfattende forbrug af medier med henblik på underholdning.

terende medborger, kan man ikke udfolde det demokratiske system. På den anden side er det ikke nødvendigt, at alle er aktive, så begge positioner er legitime.

Positionen som *trofast medborger* har traditionelt også spillet en vis rolle, men den er teoretisk ikke blevet opfattet som en central figur. Medborgerskabet som en forpligtelse har således altid været en logisk mulighed, men så længe der kun har ligget en fornemmelse af en pligt bag et engagement, og ikke en egentlig interesse for at begå sig i det politiske, har man aldrig helt kunne respektere positionen. Denne type medborgere minder alt for meget om passive og trofaste (parti)soldater, der gør hvad de får at vide.

Den sidste position eller type er identificeret som den *individualistiske medborger*, og kan opfattes som lidt af en selvmodsigelse. En medborger der er engageret og interesseret i politik, men som ikke følger med i mediernes formidling, må siges at være lidt af en teoretisk og praktisk udfordring, og der har heller ikke tidligere været fokuseret ret meget på denne variation. Men i takt med at den reflektive individualisering breder sig mere og mere, er der grund til at tage kombinationen alvorligt, for der kan meget nemt være tale om en type medborger, der er i vækst. Ikke mindst blandt de yngste generationer. Og der er tale om en medborger, der først og fremmest vægter det subjektive engagement og ønsket om at gøre en forskel for egne interesser, frem for at opsøge viden, nuancer og optimale løsninger for det fælles.

Den grundlæggende antagelse for denne tekst er med andre ord, at den individualistiske medborger er det logiske resultat af de senere års samfundsmæssige udvikling, og at positionen repræsenterer en *subjektivering* og en *individualisering* af det politiske, som kan være ensbetydende med en svækkelse af det demokratiske fællesskab. Ud fra den antagelse, at hvis man som medborger i stigende udstrækning følger egne interesser, og begrundet et politisk valg eller et politisk ønske ud fra en opfattelse af, at sådan synes man bare lige at det skal være, så bliver der taget mindre hensyn til det fælles og til, at politiske sager kan ses fra mere end én side. Men spørgsmålet er selvfølgelig, om det holder stik.

I det følgende skal det *for det første* undersøges, om den individualistiske medborger er en type der breder sig mere og mere, eller om det er en marginal og dermed ret uinteressant kategori.

For det andet skal det undersøges, om den individualistiske medborger ser anderledes på eksempelvis politik og på de demokratiske normer end resten af befolkningen. Antagelsen er, at gruppen har et særligt syn på det politiske, hvor egne interesser står i fokus. Konsekvensen heraf kan være, at så nedvur-

derer man også de almindelige demokratiske normer. Hvis det er tilfældet, kan der virkelig lokaliseres problemer for demokratiet på længere sigt. På den anden side kan det også være sådan, at godt nok kan der lokaliseres en gruppe individualistiske medborgere, men de adskiller sig stort set ikke fra resten af befolkningen. Derfor er der heller ikke grund til at tale om dramatiske problemer for demokratiet. For at undersøge dette nærmere vil der fortrinsvis blive brugt kvantitative data.

For det tredje skal der ses nærmere på den måde, denne gruppe i praksis italesætter sin egen omgang med politik og medier. Hvorfor har man, på trods af det politiske engagement, fravalgt mediers nyhedsdækning som et centralt omdrejningspunkt i hverdagen. Her er håbet, at der kan åbnes for problemstillinger med relevans for politisk læring og politisk socialisering. Her vil der fortrinsvis blive brugt kvalitative data.

Den individualistiske medborger

Der er en del der tyder på, at forestillinger om den individualistiske medborgers tilstedeværelse i det danske samfund ikke er helt ved siden af. Det får man en fornemmelse af i tabel 1, der angiver udbredelsen af de ovennævnte typer. Nu kan det med medieforbrug jo i praksis været noget meget forskelligt. Nogen satser på avisen, mens andre især bruger TV. Nogen bruger alle former for medier, mens andre kun benytter sig af en enkelt af dem.

Den overordnede typologi i tabel 1 er konstrueret med udgangspunkt i en sammenlægning af tre forskellige former for medieforbrug. Det drejer sig om brug af aviser, radio og TV. Hvis man benytter mindst et medie til dagligt at opnå oplysninger om politiske forhold, indgår man som aktiv medieforbruger. Da der er stort overlap mellem de forskellige former for medieforbrug, er resultatet af sammenkoblingen at 50 pct. af danskerne kan karakteriseres som aktive mediebrugere, idet de dagligt benytter sig af mindst avis, radio eller TV til at få politiske nyheder.

Også den politiske interesse kan opgøres på forskellige måder. I denne undersøgelse er folk, der siger de er meget eller noget interesseret i politik slået sammen på den ene side, og personer der siger, at de kun er lidt eller slet ikke interesseret i politik slået sammen. Resultatet er, at 63 pct. er interesseret i politik, mens 37 pct. kun har begrænset interesse i politik.

De to opgørelser er blevet krydset med hinanden i tabel 1, og den angiver den overordnede inddeling på de fire typer. Den aktive medborger er som ventet den mest udbredte type, omfattende 40 pct. af befolkningen. Den indifferente medborger omfatter

Tabel 1. Politisk interesse og generelt medieforbrug med henblik på at få politiske nyheder, 2004 (Pct.)

		Politisk interesse			
		Udbredt		Begrænset	
Brug af medier til politisk orientering	Dagligt	Den aktive medborger	40 pct.	Den trofaste medborger	10 pct.
	Jævnligt eller sjældent	Den individualistiske medborger	23 pct.	Den indifferente medborger	27 pct.

27 pct. af befolkningen, mens den individualistiske omfatter 23 pct. Endelig er det kun 10 pct. der kan opfattes som trofaste medborgere.

Ser man nærmere på de fire medborgertypers sociale baggrund, sådan som det er opgjort i tabel 2, viser det sig ikke overraskende, at hos de aktive medborgere er mænd, 68'er generationen, efterkrigsgenerationen, de ældste og personer med studentereksamen overrepræsenterede. Det er helt i overensstemmelse med andre undersøgelser af politisk aktivitet.

Tabel 2 viser også, at hos de individualistiske medborgere er mænd og de yngste overrepræsenterede. Her får man en antydning af, at der måske er noget om snakken, når man antager, at den individualistiske medborger kan ses som en logisk konsekvens af den moderne samfundsudvikling, hvilket bl.a. viser sig på den måde, at den tydeligst slår igenem hos de unge.

Med hensyn til de trofaste medborgere er det kvinder, efterkrigsgenerationen og personer der har endt deres skolegang efter folkeskolen, der er overrepræsenterede. Endelig er kvinder og 80'er generationen overrepræsenterede blandt de indifferente. Det sidste kan måske være lidt overraskende, men hænger ganske godt sammen med andre undersøgelser der har vist, at unge generelt er meget lidt interesserede i politik. Hos de to yngste generationer

kan man med andre ord lokalisere en polarisering i de unges politiske kultur mellem interesserede på den ene side og ikke interesserede på den anden, med det fælles træk, at de ikke dagligt følger med i nyhedsformidlinger.

Nu kan man ikke med udgangspunkt i en enkelt opgørelse sige noget om udviklingstendenser. Det forudsætter målinger på flere forskellige tidspunkter. Sådan en er fremlagt i tabel 3, der angiver kombinationen af politisk interesse og medieforbrug for en række forskellige medier, opgjort i 1990, 1998 og 2004. Igen er der grund til at være forsigtig med alt for håndfaste konklusioner om givne udviklingstendenser. Udviklingen i den politiske interesse afspejler således ikke bare en langtidstendens, men er også påvirket af aktuelle begivenheder, der i en kortere periode kan få interessen til at blomstre ekstraordinært op. Det var eksempelvis tilfældet i 1998, hvor både en spændende politisk situation omkring valg til det danske parlament, Folketinget, og dramatiske begivenheder i EU fik interessen til at nå et udsædvanligt højt niveau. Siden er den faldet tilbage på det 'almindelige' niveau.

Når det er sagt, er det muligt især at se nærmere på udviklingen i brug af aviser. Her indgår nemlig hele tre forskellige årstal. Og tendensen er meget klar: Der bliver flere og flere, der er politisk inter-

Tabel 2. Medborgertyper og social baggrund, 2004 (Pct.)

	Medborger			
	Den aktive	Den individualistiske	Den trofaste	Den indifferente
<i>Køn</i>				
Mænd	46	25	8	21
Kvinder	35	21	12	33
<i>Alder – født</i>				
1975-87	25	28	10	27
1960-74	34	24	10	33
1945-59	45	24	7	24
1930-44	51	16	13	20
før 1930	49	19	17	16
<i>Skoleuddannelse</i>				
Folkeskole	36	23	13	28
Studentereksamen	45	22	6	26
<i>I alt</i>	40	23	10	27

Tabel 3. Politisk interesse og medieaktivitet, 1990, 1998 og 2004 (Pct.)

Benytter følgende medier til at blive orienteret om politik:	Politisk interesse 1990		Politisk interesse 1998		Politisk interesse 2004	
	Interesseret	Ikke interesseret	Interesseret	Ikke interesseret	Interesseret	Ikke interesseret
<i>Aviser</i>						
Ofte/dagligt	47	23	53	8	20	2
Jævnligt eller sjældent	14	15	19	20	42	35
<i>Radio</i>						
Ofte/dagligt			46	9	22	5
Jævnligt eller sjældent			26	19	41	33
<i>TV</i>						
Ofte / dagligt			58	15	35	8
Jævnligt eller sjældent			14	13	28	29
<i>Internet</i>						
Ofte / dagligt			–	–	5	1
Jævnligt eller sjældent			–	–	58	37
<i>I alt</i>	61	38	72	28	63	38

esserede, men som ikke benytter sig af avisen til dagligt at blive orienteret om politik. Der bliver altså flere og flere individualistiske medborgere, hvis avisforbruget alene er udgangspunktet. Samtidig stiger antallet af indifferente medborgere, mens antallet af trofaste medborgere falder drastisk. Et forhold der heller ikke er specielt overraskende. Hvem vil efterhånden af rituelle grunde holde en avis, når man kan få de 'nødvendige' informationer på anden vis, og man ikke længere er tvunget til at holde en bestemt avis af partimæssige grunde.

Når det drejer sig om brug af radio og af TV indeholder opgørelsen kun to årstal, hvoraf det ene (1998) endda udfoldes i en situation med en særlig høj politisk interesse. Alligevel tegner der sig et billede, der viser den samme tendens. Der bliver flere og flere individualistiske medborgere, flere indifferente og færre aktive medborgere, vurderet ud fra både brugen af radio og TV. Brug af internettet indgår også i opgørelsen, men her er der fortsat så få daglige brugere, at det ikke kan opfattes som et alternativ til de andre medier. Derfor er brug af internettet ikke interessant i denne forbindelse.

Nået så langt antager vi således, at der i løbet af de sidste 15 år er blevet flere og flere individualistiske medborgere i Danmark. Medborgere, der på den ene side er interesseret i politik, men som på den anden side kun i begrænset udstrækning følger med i medierne. Spørgsmålet er nu, om de repræsenterer en ny gruppe med en speciel politisk kultur, hvor det subjektive og det individuelle står i højsædet, på bekostning af demokratiske normer og vægtningen af det fælles. Eller om denne gruppe kun adskiller sig fra resten af befolkningen, når det drejer sig om medievaner. Det skal der ses nærmere på i det følgende.

Individualisme, politik og demokratiske normer

Det datamateriale der er til rådighed for denne undersøgelse gør det muligt at se nærmere på, i hvilken udstrækning de individualistiske medborgere adskiller sig fra de andre, når det drejer sig om vidensniveau, politisk selvtillid og demokratiske normer. Der vil kun blive tale om punktvis nedslag, men forhåbentlig giver det en fornemmelse af, hvad der – muligvis – er på spil, når det drejer sig om de forskellige gruppers politiske kultur.

Udgangspunktet er antagelsen om, at den reflek-sive individualisering især sætter sig igennem som en vægtning af personlige interesser, subjektivisering og ønsket om personligt at kunne gøre sig gældende i forhold til det politiske, på bekostning af vægtningen af demokratiske normer, orientering i forhold til fællesskabet og en styrkelse af folkets muligheder for indflydelse.

Når det drejer sig om den enkeltes vurdering af egen indsigt i og viden om politik, ligger de aktive medborgere på det højeste niveau. Det fremgår af tabel 4. Det er der måske ikke den store overraskelse i, da det jo er folk, der både er interesseret i politik og dagligt følger nyhedsmedier. Derfor er det ret naturligt, at mange med denne adfærd opfatter sig som nogen, der har god indsigt i politik. Men de følges næsten til dørs af de individualistiske medborgere. Deres niveau ligger næsten lige så højt som hos de aktive. Og begge ligger langt over de trofaste og især de indifferente medborgeres niveau. Desværre indeholder de tilgængelige data ingen spørgsmål om faktisk viden, så der er ingen mulighed for at afprøve respondenternes vurdering i praksis.

Tabel 4. *Vurdering af viden om politik, politisk selvtillid og af demokrati i Danmark, 2004 (Pct.)*

	Medborgertype				
Andel der er enig i:	Aktive	Individualistiske	Trofaste	Indifferente	Gns.
<i>Viden</i>					
Jeg føler jeg har en ret god forståelse for de vigtige politiske emner i Danmark	84	78	51	41	68
Jeg tror de fleste mennesker i Danmark er bedre informeret om politik og regeringens aktiviteter, end jeg er	7	15	30	34	19
Jeg diskuterer tit politik, når jeg er sammen med venner, familie eller kolleger	89	80	42	36	68
Når jeg har en stærk mening om et politisk emne, forsøger jeg tit at overbevise mine venner, familie eller kolleger om, at de bør dele mine synspunkter	70	61	34	24	52
<i>Selvtillid</i>					
Det er sandsynligt, at jeg alene eller sammen med andre ville gøre noget, hvis det danske parlament, Folketinget, overvejede et lovforslag, som jeg finder er uretfærdigt eller skadeligt	40	29	17	20	30
Hvis jeg fik stablet noget på benene, så tror jeg også, at Folketinget ville behandle mine synspunkter seriøst	33	31	14	18	26
Folk som jeg har ingen indflydelse på, hvad regeringen foretager sig	38	41	58	50	44
<i>Synet på politik og demokrati i Danmark</i>					
Folkeafstemninger er en god måde at træffe politiske beslutninger på	75	77	81	78	77
Politiske partier tilskynder folk til at blive aktive i politik	43	34	30	26	35
Politiske partier giver ikke vælgerne reelle politiske valgmuligheder	31	33	32	23	29
Religiøse ekstremister skal have lov til at holde offentlige møder	38	28	26	25	31
Grupper, der er fordømmende overfor andre racer eller etniske grupper, skal have lov til at holde offentlige møder	32	32	17	23	28
<i>Vurering af demokratiets tilstand (0: dårlig – 10: god):</i>					
I dag	8,06	7,58	7,64	7,27	7,64
For 10 år siden	7,94	7,28	7,12	6,73	7,27
Om 10 år	7,27	6,97	6,81	6,55	6,9

Det er også de aktive og de individualistiske, der er flittige til at diskutere politik og til at forfølge argumenter og egne synspunkter i disse diskussioner. Endnu engang langt over niveauet hos de trofaste og indifferente. Men hvis man havde ventet, at det især var samtaler med andre, der skulle give de individualistiske bedre indsigt, når nu de ikke benytter sig dagligt af nyhedsmedier, så er der intet der tyder på, at diskussioner spiller en særlig rolle her. De følger som nævnt relativt tæt på de aktive.

Når det drejer sig om selvtillid, er der intet overraskende i, at de aktive udviser det højeste niveau for politisk selvtillid. Det er helt i overensstemmelse med de mest almindelige antagelser om politisk socialisering og læring, hvor politisk interesse motiverer til

aktiviteter, som giver erfaringer, der igen er medvirkende til at styrke selvtilliden (Goul Andersen 2000, Kaid (ed.) 2004, p. 357f). Som det fremgår af tabel 4 ville 40 pct. af dem tage et politisk initiativ, hvis de fandt der var grund til det. Og de har også en vis tiltro til, at det danske parlament, Folketinget, og regeringen er ret lydhøre overfor deres synspunkter. De individualistiske medborgere har ikke helt det samme høje niveau for politisk selvtillid. Først og fremmest nærer de en større tvivl om, hvorvidt de ville tage et initiativ, hvis Folketinget overvejede et lovforslag der blev opfattet som uretfærdigt eller skadeligt. Et forhold, der næppe kan relateres til den individualistiske tilgang, da der netop spørges til både individuelle og fælles initiativer. Under alle omstændigheder

ligger de individuelle selvtilid tæt på gennemsnittet, hvilket skal ses i sammenhæng med, at de trofaste og de indifferentes selvtilid er relativ lav.

Når det drejer sig om tolerance overfor religiøse ekstremister og racister udviser de individualistiske en meget svingende kurs. Hvis det drejer sig om religiøse ekstremister er tolerancen lavest, mens den er på det højeste niveau, når det drejer sig om grupper der er fordømmende overfor andre racer og etniske grupper.

Endelig adskiller de individualistiske sig ikke markant fra andre, når det drejer sig om synet på politik og demokrati. De udviser hverken en speciel form for kritik eller kynisme i forhold til de politiske partier, ligesom de heller ikke har afvigende vurdering af folkeafstemningers værdi. Muligvis kan man spore en vis kritisk vurdering af partierne som vejen til reelle politiske valgmuligheder, men der er ikke tale om en klar tendens. Med hensyn til vurderingen af demokratiets aktuelle tilstand, ligger man tæt på gennemsnittet. Så heller ikke her kan man spore hverken kritik, kynisme eller optimisme.

Sammenfattende kan man sige, at de individualistiske medborgeres egen vurdering af vidensniveau, selvtilid, politiske institutioner og demokratiets tilstand generelt ligger meget tæt på gennemsnittet i Danmark. Og der hvor der kan lokaliseres markante undtagelser, ligger niveauet tæt på aktive medborgeres relativt høje niveau. De individualistiske

medborgere kan godt lide at diskutere politik og har heller ikke problemer med at følge med i politiske forhold. Kun når det drejer sig om tolerance udviser de en anden adfærd. Spørgsmålet er nu, om de også ligger tæt på gennemsnittet, når det drejer sig om vægtningen af de demokratiske normer.

Som det fremgår af tabel 5, tillægges de grundlæggende demokratiske normer vedrørende lovlighed generelt stor betydning. Her ligger de individualistiske medborgeres vurdering af dem på det laveste niveau. Forskellen på de aktive og de individualistiske er imidlertid ikke signifikant. Derimod er de trofaste og de indifferentes vurdering af normerne signifikant højere end de individualistiskes. Noget tyder altså på, at politisk interesse er ensbetydende med, at man generelt vurderer vigtigheden af lovlighed lidt lavere end resten af befolkningen gør. Og man får en antydning af, at det især er de individualistiske, der indtager denne holdning. Som sagt uden signifikans, så man kan ikke drage vidtgående konklusioner ud fra tallene. Når det forholder sig sådan kan det skyldes, at man som politisk interesseret måske gerne vil gå ind og forhandle lidt om tingene, og at man derfor ikke altid behøver at følge lovens bogstav, hvis der opnås bedre resultater ved at bøje loven efter forholdene og de givne muligheder. Altså et mere refleksivt forhold til lovene.

Når det drejer sig om vurderingen af forskellige politiske aktiviteters vigtighed, ligger de individua-

Tabel 5. *Vurdering af demokratiske og politiske normer, 2004 (Pct.)*

Vurdering af vigtigheden af følgende demokratiske norm (0: slet ikke vigtigt– 100: meget vigtigt):	Medborgertype				Gns.
	Aktive	Individualistiske	Trofaste	Indifferente	
<i>Demokratiske normer – lovlighed</i>					
Altid at følge love og forordninger	87,3	86,8	90,9	87,6	88,2
Aldrig at forsøge at snyde i skat	82,1	80	86,5	83,4	83
<i>Politiske aktiviteter</i>					
Altid at stemme ved offentlige valg	95,4	93,6	89,9	85,8	91,2
Altid at holde øje med hvad offentlige myndigheder foretager sig	79,1	75,2	73,6	68,1	74
At være aktiv i sociale og politiske foreninger	54,2	51,4	42,4	39,9	47
At vælge varer ud fra politiske, etiske eller miljø-mæssige grunde, også selv om de koster lidt mere	64,8	60,6	62,2	55	60,7
<i>Tolerance</i>					
At prøve at forstå tankegangen hos folk med andre holdninger	85	81,8	76,2	74,4	79,4
<i>Solidaritet og velfærd</i>					
At hjælpe folk i Danmark, der er dårligere stillet end én selv	80	74,8	75,8	73,3	76
At hjælpe folk i resten af verden, der er dårligere stillet end én selv	71,3	67,1	65,5	63,1	66,8
At sikre alle borgere en rimelig levestandard	92,9	90,9	93,8	92	92,4

listiskes vurdering lidt over gennemsnittet. De aktive lægger størst vægt på de politiske aktiviteter, og de indifferente mindst. Hvilket må siges at afspejle deres generelle politiske interesse. Når det drejer sig om tolerance ligger de individualistiske tæt på gennemsnittet, og relativt langt fra de aktive. Hvilket måske ikke er den store overraskelse, når man sammenholder vurderingen med ovennævnte syn på forskellige grupperes ret til at holde offentlige møder.

Derimod viser det sig interessant nok, at de individualistiskes solidaritet med folk der har det dårligere end én selv, både i Danmark og globalt, sammen med de indifferentes ligger i bunden, og her adskiller man sig signifikant fra de aktives vurdering af vigtigheden af solidaritet. Det samme gælder vurderingen af betydningen af at sikre alle en rimelig levestandard. Velfærd for alle er med andre ord heller ikke noget for de individualistiske.

Sammenfattende kan man altså sige, at når det drejer sig om vurderingen af de grundlæggende demokratiske spilleregler ligger de aktive og de individualistiske medborgere på linie med hinanden, med de individualistiske som dem der udviser det laveste niveau. Derimod skilles deres veje, når det drejer sig om vurderingen af især tolerance, solidaritet og velfærd. Her ligger de individualistiske signifikant lavere end de aktive.

Hvis man skal sammenfatte billedet af de individualistiske medborgere, så er der tale om en gruppe med politisk selvtillid og lyst til at diskutere. En gruppe der vurderer eget vidensniveau relativt højt. Her adskiller man sig ikke ret meget fra gennemsnittet. Det gør man heller ikke, når det drejer sig om vurderingen af politiske aktiviteter. Sammenhænge, hvor de aktive generelt ligger på det højeste niveau. Derimod kan man lokalisere interessante forskelle, når det drejer sig om vurderingen af de grundlæggende demokratiske spilleregler, hvor man ligger på det laveste niveau. Noget der også er tilfældet, når det er solidaritet og velfærd, der står på dagsordenen.

I nogle spørgsmål ligger gruppen altså tæt på de aktive, mens den i andre ligger tæt på de trofaste og indifferente. Når det drejer sig om det politiske fællesskab, er man forholdsvis positive. Væsentligste undtagelse er dette med lovlighed, men her ligger de tæt på de aktive. Derimod ligger man lavest, når det drejer sig om solidaritet og velfærd, altså spørgsmål der vedrører fællesskabets sociale situation. Dertil kommer meget svingende holdninger, når det drejer sig om tolerance. Forhold der muligvis antyder, at man på centrale områder enten nedvurderer betydningen af det fælles eller følger subjektive fornemmelse fremfor grundlæggende fælles principper.

Sammenfattende kan man altså se træk hos de individualistiske medborgere, der peger i retning af den subjektivisering og refleksive individualisering, der blevet opstillet som hypotese i indledningen. Men der er ikke tale om entydige tendenser. Spørgsmålet er nu, hvordan repræsentanter for de individualistiske medborgere sætter ord på deres eget politiske univers. Det gives der nogle bud på i det følgende.

Magt og medier

I det følgende skal der gives nogle eksempler på mulige typer af identitetskonstruktioner, som angår koblingen mellem høj politisk interesse og begrænset medieforbrug, idet de tematiserer de betydnings- og meningsdannende elementer af politikken i relation hertil. Udsagnene stammer fra en række kvalitative interview (Kristensen 2003). Det skal imidlertid i den forbindelse præciseres, at disse empiriske data stammer fra en anden undersøgelse, som tilmed har delvist andre forskningsspørgsmål, end de undersøgelser, som vi forlods har anvendt til at bestemme typen *den individualistiske medborger*. De kvalitative data er fra en undersøgelse under den danske magtudredning, Magtudredningen, som forsøger af kortlægge forskellige danskeres opfattelse af magtforhold i samfundet og deres egen rolle i demokratiet. Det er altså ikke nødvendigvis de "samme personer", der i denne artikel rubriceres som "individualistiske medborgere", som her i den kvalitative del udfolder sine synspunkter.

Der er således metodiske problemer i at sammenstille de forskellige typer af data med hinanden – og direkte slutninger på tværs af undersøgelserne er det på ingen måde muligt at foretage. Det er således udelukkende vore fortolkninger af mulige sammenhænge, der præsenteres i det følgende. Disse har således først og fremmest en illustrativ karakter. Imidlertid finder vi det forsvarligt, såvel som interessant, at tilnærme en opstilling af mulige og uddybende forklaringsvariable, som kan fungere som indikatorer på de tendenser, som vi har lokaliseret og udfoldet hidtil. Det er således tankevækkende, at de individualistiske medborgere synes at kunne findes i de foreliggende kvalitative data, hvilket der skal gives nogle eksempler på nedenfor.

Per Nielsen er 56 år og førtidspensionist. Per er fraskilt og bor alene i et rækkehus. Han har forskellige småjob, bla. et "skånejob", hvor han arbejder for kommunen ca. femten timer om ugen i en lille, lokal gymnastikforening i Jylland. Per er udpræget refleksiv og politisk interesseret, men er ikke politisk aktiv. Han påpeger, at fjernsynet er med til at sætte

nogle bestemte opfattelser af politikere, som ikke er særligt flatterende.

Per: Jeg tror, der er en eller anden form for nedvurdering af politikere i gang, og som jeg synes, at for eksempel fjernsynet også bærer. Efterhånden så er det jo sådan, at alle deres udtalelser er skåret ned til overskrifter. De gentager det hele til bevidstløshed. De har sådan nogle udtryk, som de gentager halve år ad gangen. Altså, det er jo stort set enkeltsgager, for du kan sgu ikke anskuelligøre en sammenhængende politik på fjernsynet, det er umuligt, det kan du dårligt nok i avisen. Men det bliver sådan noget forurettet rasende noget fra den ene part, og så sådan lidt halv forsvar fra den anden. Det bliver man træt af, men altså det er åbenbart det eneste, man får serveret.

Per vender sig imod mediernes generelle fremstilling af politik og det politiske spil. Han har indrammet spillet og har gennemskuet fremstillingen som værende kendetegnet af simplificering, underholdning, iscenesættelse og (delvist kunstige) dikotomier.

Finn Berg er et andet eksempel. Han er 58 år gammel og er taxachauffør med bopæl i København. Han har tidligere arbejdet indenfor bank- og pengeverdenen og har været statsautoriseret ejendomsmægler, men har fravalgt karrieren til fordel for livet som "den frie fugl" som taxavognmand. Finn beton-er, at medierne i stor grad bestemmer vores måde at tænke på – og han bruger statsministeren som eksempel på, hvordan medier og politik kobles og anvendes til dramatisering, personificering og manipulation.

Finn: Vores statsminister i dagens Danmark – det er da en mediefigur. Du kan da bare se, hvordan han har efterlignet Tony Blair, som lige pludselig efterlignede Clinton. De fører sig jo fuldstændig frem, altså de ved jo hvilken magt, de har. Det er jo også derfor, der kommer den reaktion fra de autonome. De er velbegavede. Det er derfor, de laver sådan en reaktion for at pille hykleriet ud af det. De smider et æg i hovedet på ham, hvor han er ude at give 22.000 kroner til et eller andet værested (på Nørrebro), og samtidig så sidder han altså og har magt over, at der spares i hoved og røv for så vidt angår de udstødte. Og han har "solgt" til folk, at han gør noget for dem. Og du kan se, det samme øjeblik han kommer i medierne, så får han en stor sympati hos hele befolkningen. De synes, det er eddermame for meget, at statsministeren får et æg i hovedet, men er det? Er det? Jeg ved det ikke. Det har noget med magt at gøre. Jeg vil ikke retfærdiggøre det. Jeg vil bare have, han bliver udstillet.

Finn forklarer, at alt hvad der foregår i samfundet i princippet er politik, og altså noget med magt. Men magt, det tager han afstand fra – ikke mindst, når magten antager karakter af "hyklerti". Finn er udpræget politisk interesseret, men ligeledes uden at være aktiv selv. "Jeg tror nok, andre vil betragte mig som anarkist eller provo. Jeg vil ikke have magt over nogen, men der skal den onde lyne mig heller ikke være nogen, der har magt over mig, og det ligger jo i den frihedstrang", siger han. Finn frastødes af "spillet om magten". Han er til gengæld et udpræget individualistisk væsen, som hylder den personlige autonomi.

De fleste af respondenterne har tilsyneladende gennemskuet meget af den strategiske kommunikation samt mediernes funktioner og roller, herunder også evnen til at fungere som politisk "talerør" eller demokratisk "vagthund", som fx. Lisbeth Begtrup:

Lisbeth: Altså, hvis der er et eller andet, du kommer i klemme med, eller du ikke kan komme igennem med, så kan du gå til medierne, og så pludselig så kan de flytte en hel masse bjerge for dig.

Susser Feit, som er 47 år og bor nord for København, er cand.merc., journalist og konsulent. Hun har også gennemskuet spillet og de politiske mekanismer omkring medieverdenen, uden at hun af den grund ser medierne som bestemte aktørers magtorgan:

Susser: (Den politiske) dagsorden er ikke styret af medierne – den er styret af dem, som er gode til at præsentere det, som medierne vil have. Det er en misforståelse at sige, at tingene er mediestyrede. Og såvel partierne, som erhvervslivet og fagforeningerne, og hvem det nu kunne være, de bruger medierne. De ved godt, hvordan medierne arbejder, og at læserne gerne vil have noget drama. Det gælder samtlige aktører i samfundet, som ved, hvordan tingene skal præsenteres, for at medierne "griber" dem. Medierne sidder bare og arbejder og skal tjene nogle penge. De skal kradse nogle gysser hjem, og det ved de godt, hvordan man gør. BT [en dansk tabloidavis] ved godt, hvilke overskrifter, der sælger – og det samme gør ugepressen og TV-aviserne [dansk public service kanals nyhedsudsendelser].

Fælles for de ovennævnte respondenter er altså, at de repræsenterer et på mange måder lidt kynisk (og sikkert realistisk) syn på mediernes fremstilling af det politiske liv, herunder de forskellige interesser og magtmekanismer, der ligger bagved. Herudover er det helt gennemgående, at respondenterne har endog særdeles vanskeligt ved at genfinde deres personlige politiske identitet i mediernes udvælgelser og

“vinklinger” af det politiske stof. Samtidig vender de sig på mange måder bort fra de fremstillinger, som de præsenteres for. Vi skal i det afsluttende afsnit se lidt nærmere på de mulige implikationer heraf, hvad angår medborgerskab, politisk engagement og offentlighed.

Konklusion

I denne artikel har vi forsøgt at se nærmere på konsekvenserne af ændrede medievaner kombineret med den politiske interesse, når det drejer sig om politisk socialisering, læring, demokratisk medborgerskab og politisk offentlighed. For at tage det sidstnævnte først, så er det en generel opfattelse, at medierne i dag spiller en ganske afgørende rolle for det danske demokrati. Man kan således ikke forestille sig en demokratisk styring af moderne, komplekse samfund uden massemediernes mellemkomst (Hjarvard 1995). Medierne har altså i denne forståelse en helt central rolle i relation til de demokratiske processer, idet de bl.a. med tiden har overtaget vigtige elementer af de politiske partiers funktion. Tidligere var partierne således i kraft af høj organiseringsgrad en garant for, at information og holdninger blev videregivet til medlemmerne via møder, interne publiceringer, løbesedler, partipresse, osv. I det klassiske habarmarsianske offentlighedsideal udgjorde partier kommunikationsmiddel såvel som *selve offentligheden*. Denne funktion er gradvist blevet fjernet fra partierne, og i stedet er det – i den gængse (teoretiske) opfattelse – overladt til medierne at formidle til offentligheden.

I det habermarsianske ideal (Habermas 1981) har offentlig dialog – og ikke mindst en kritisk offentlighed – den funktion, at den forbedrer informationsgrundlaget, højner refleksionsniveauet samt øger ansvarligheden hos beslutningstagerne. Komplementeret med frie valg og partikonkurrence tages der kort fortalt mere kvalificerede beslutninger, idet beslutningstagerne tvinges til at tage hensyn til overordnede, samfundsmæssige værdier og interesser, hvilket samlet udgør fundamentet for princippet om folkesuverænitet (Eriksen & Weigård, 1999). Det, der går forud for den egentlige valghandling – informationsniveau, dialog og meningsdannelse – får dermed en fundamental status, hvorved medierne kan tillægges en afgørende rolle i demokratiet. For at den fælles, offentlige samtale kan udfoldes på det mest informerede grundlag og på de optimale betingelser, så må den samfundsmæssige information, som borgernes viden og argumenter hviler på, imidlertid være tilstede samt optimeret. Dette stiller selvsagt betydelige krav til de budbringere og kilder, som skal bibringe og levere denne information om samfundet,

nemlig medierne.

Spørgsmålet er herefter, hvad der sker med den demokratiske debat og den politiske kommunikation i et moderne demokrati, hvis forbindelserne gradvist kappes mellem politiske eliter og almindelige borgere. Hvad sker der med meningsdannelsen, hvad sker der med den politiske kultur, og hvilke konsekvenser har dette så igen for politisk socialisering, demokratisk læring eller politisk deltagelse? Hvad sker der med medborgerskabet, hvis de traditionelle medborgerroller gradvist afløses af fremkomsten af den individualistiske medborger?

Denne artikel har selvsagt ikke mulighed for at svare på alle disse spørgsmål – men der skal gives enkelte anvisninger på mulige svar. Et særdeles påtrængende spørgsmål er således på baggrund af de påviste fund, hvad man kan forestille sig, der vil ske med de politiske mobiliserings- og læreprocesser. Hvordan skabes, næres og reproduceres disse således – hvis ikke længere via information fra medierne og debat i en fælles offentlighed? Svaret på disse spørgsmål skal forventeligt i et vist omfang knyttes til centrale aspekter i relation til individualisering og refleksivitet og dermed til borgernes egen rolle i demokratiet. Der tænkes her nærmere bestemt på myndiggørelse som læreprocesser – hvor politisk indsigt og politiske værdier dannes via konkret inddragelse, fx. i den “lille politik”. Et kendetegn ved den individualistiske medborger synes gennemgående at være en klar betoning af *den individuelle autonomi*. De store politiske fællesskaber og den kollektive mobilisering forekommer ikke tillokkende, bl.a. fordi det opleves som alt for besværligt at enes om et fælles projekt. Den politiske interesse fejler imidlertid ikke noget, og konsekvensen heraf er, at moderne medborgere mægtig-/myndiggør sig individuelt: Man skaber selv sine mulighedsrum og lærer at udfylde disse.

Det vil i den forbindelse naturligvis være oplagt og fristende at koble vore fund til Giddens begreb om livspolitik. Livspolitik handler præcis om skabelsen af selvidentitet, og dermed om individualisering og refleksivitet. Hvis man som individ således i stigende grad selv bliver udgangspunktet for politikken, så svækkes tilsvarende og naturligt behovet for at orientere sig i forhold til og holde sig a jour med udviklingerne i “den store politik”. Dette ville således kunne forklare nedgangen i medieforbruget hos den gruppe, vi taler om her. Man skal dog være varsom med at trække alt for vidtrækkende slutninger i den retning.

Vi har imidlertid argumenteret for, at der foregår en tiltagende subjektivisering af det politiske, hvor tilegnelsen af politiske værdier som en konsekvens af ovenstående i stigende grad sker uafhængigt af

massemedier. Vi afskriver herved på ingen måde værdien af traditionelle kanaler for politisk socialisering og læring, men pointen er, at politisk interesse løsrives fra forbruget af medier. Tabel 4 indikerer samtidig, at disse kanaler tilsyneladende ikke blot blev substitueret af andre velkendte kanaler, herunder diskussion med familie og venner. Disse forhold efterlader således et presserende spørgsmål, nemlig hvor kommer socialisering og læring så fra, hvis den politiske offentlighed i tiltagende grad opleves som evaporeret, og såfremt medierne ikke agerer i forhold til offentlighedsidealene og -forestillingerne?

Meget tyder ud fra både de kvantitative og kvalitative data på, at mange ikke (længere) oplever forekomsten af en klassisk offentlighed. Flere undersøger således massemedierne som kilde til viden og til politiske værdier. Tabel 3 påviser i den forbindelse et særdeles massivt og markant fald over tid i medieforbruget blandt de politisk interesserede. Dette forhold må næsten uundgåeligt tænkes at have klare konsekvenser for det demokratiske medborgerskab – for den demokratiske samtale – og de fælles anliggender, i takt med at mediernes meningsdannende effekt reduceres. Herved tematiserer således dels spørgsmålet om, hvordan borgerne alternativt konverterer politisk information og argumentation om til politiske holdninger, og dels spørgsmålet om, hvordan vi i givet fald skal begrunde den påviste udvikling.

En mulig forklaring kunne her være en generel afvisning af det, som Jørn Loftager i sin publikation under den danske magtudredning (Loftager 2004) betegner som “spillet om magten”, hvilket harmonerer fint med de anførte udsagn i denne artikel. Når der i massemedierne i højere grad sættes fokus på politiske magtopgør, end på substantielle politiske programmer og spørgsmål om, hvad politikerne står for, så giver det en demokratiske slagside, idet vælgerne mangler de sagsorienterede aspekter, som de skal danne deres meninger ud fra.

Dernæst kan det anføres, at det politiske genstandsfelt i de sidste årtier markant er vokset og spredt, jvf. Bestemmelser af “politikens eksplosion” (Pedersen et al. 1994). Den tid, hvor journalistikken i vid udstrækning alene kunne koncentrere sig om

de nationalparlamentariske og nationaløkonomiske forhold, er forbi. I dag vedrører moderne politik i langt højere grad det enkelte individs mulighed for at realisere sig selv, såvel som økologiske, kulturelle og identitetsbaserede spørgsmål (Giddens 1996, Beck 1992, Gibbins & Reimar 1999). Spørgsmål, som tidligere ikke blev tillagt samme vægt og betydning. Dette stiller samtidig i stigende grad krav til medierne, som forventes at yde en informationservice, som appellerer til modtagerenes samlede livssituation, herunder de offentlige, såvel som private roller (Hjarvard 1999). Et egentligt “match” mellem egen livssituation og fremstillingerne af politik og demokrati er næppe muligt i dag i et moderne, funktionelt differentieret og kulturaliseret samfund. Men hvis gabet mellem disse poler opleves som værende for stort, kan det sagtens tænkes at svække interessen for medier generelt, samtidig med at det politiske engagement bevares intakt.

Mange har nemlig tilsyneladende svært at genfinde sin egen politiske identitet i mediebilledet, og det er samtidig blevet vanskeligere at få øje på en klassisk politisk offentlighed. Konsekvensen af løsrivelse af den politiske interesse fra forbrug af mediers nyhedsdækning kan derfor blive yderligere erodering af den politiske offentlighed. Udover artiklens argument om politikens subjektivisering, tyder meget nemlig på en udbredt oplevelse af politik som primært iscenesættelse, persondyrkelse og politisk kommerialisering. Den individualistiske medborger har gennemskuet disse mekanismer, med reaktionen: “vi gider det ikke”.

Kvantitative data

Den kvantitative undersøgelse er først og fremmest baseret på data fra en repræsentativ undersøgelse om demokrati og medborgerskab, udarbejdet ved Institut for økonomi, politik og forvaltning, Aalborg Universitet, inden for rammerne af ISSP. Indsamlingen af data er foretaget af Socialforskningsinstituttet i 2004, og der indgår i alt 1167 respondenter.

I forbindelse med udarbejdelsen af tabel 3 er der anvendt data fra valgundersøgelsen 1990 og undersøgelsen af Demokrati fra neden, 1998.

Referencer

- Andersen, J., Christensen, A.D., Langberg, K., Siim, B. & Torpe, L. (1993) *Medborgerskab. Demokrati og politisk deltagelse*. Herning: Systime.
- Bang (red.) et al. (2000) *Demokrati fra neden. Casestudier fra en dansk kommune*. København: Jurist- og Økonomiforbundets Forlag.

- Beck, U. (1992) *Risk Society: Towards a new Modernity*. London: Sage.
- Buckingham, D. (2000) *The Making of Citizens. Young People, News and Politics*. London: Routledge.
- Giddens, A. (1996) *Modernitet og selvidentitet. Selve tog samfundet under senmoderniteten*. København: Hans Reizels Forlag.

- Gibbins, J.R. & Reimer B. (1999) *The Politics of Postmodernity. An Introduction to Contemporary Politics and Culture*. London: Sage.
- Goul Andersen, J. et al. (1999) *Den demokratiske udfordring*. København: Hans Reitels Forlag.
- Goul Andersen et al. (2000) *Hvad folket magter. Demokrati, magt og afmagt*. København: Jurist- og Økonomforbundets forlag.
- Habermas J. (1981) *The Theory of Communicative Action*. London.
- Hjarvard S. (1999) *Politik som mediemontage. Om mediernes forandring af den politiske kommunikation*. I Goul Andersen J. et al. (1999).
- Kaid, L.L. (ed.) (2004) *Handbook of Political Communication Research*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Loftager, Jørn (2004) *Politisk offentlighed og demokrati i Danmark*. Århus Universitetsforlag: Magtudredningen.
- Nørgård Kristensen, N. (1998) *Skolebestyrelser og demokratisk deltagelse. Støvets Fortælling*. København: Jurist- og Økonomforbundets Forlag.
- Nørgård Kristensen, N. (2003) *Billeder af magten – portrætter til forståelse af magt og demokrati*. Århus Universitetsforlag: Magtudredningen.
- Putnam, R.D. (2000) *Bowling Alone. The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster.
- Togeby, L. (2003) *Magt og demokrati i Danmark. Hovedresultater fra magtudredningen*. Århus: Århus Universitetsforlag.

JOHANNES ANDERSEN, Cand. mag., Lektor, johannes@socsci.aau.dk,
 NIELS NØRGAARD KRISTENSEN, Ph.d., Associate Professor, nnk@socsci.aau.dk
 Institut for Økonomi, Politik og forvaltning, Aalborg Universitet, Fibigerstæde 1, 9220
 DK-Aalborg Ø

Emotionelle reaktioner på toppolitikere

FLEMMING HANSEN, SVERRE RIIS CHRISTENSEN & STEEN LUNDSTEEN

Kommunikationsteori og hermed forståelse af hvorledes reklame, politisk propaganda, offentlig kommunikation mv. – forbrugeren, vælgeren, borgeren – virker på individet baserer sig på såkaldte kognitive teorier. Her anskues mennesket som udstyret med en hjerne ikke ulig en computer, der gennemfører problemløsning og informationssøgning. Individet antages at fungere logisk og fornuftsbetonet, hvis argumentet er ”godt” for individet, vil han eller hun bevæge sig i den kommunikerede retning. Kommunikationseksperter arbejder som oftest ud fra en opfattelse af, at individer så at sige bevæges ved hjælp af kommunikation fra erkendelse af et spørgsmål – eller eksistensen af et produkt – over interesse for sagen til et ønske om at gøre noget bestemt og endelig frem til at gøre det.

I relation til reklamens virkning formodes det at forbrugeren først får kendskab til et produkt, derefter får interesse for det via budskaberne i reklamen; hvis interessen er stor nok, så får forbrugeren lyst til at købe produktet; og hvis omstændighederne i øvrigt er til det, så købes produktet. Overført til en politisk sammenhæng betyder det, at vælgeren først får kendskab til en kandidat, f.eks. via plakater; dernæst får interesse for kandidatens synspunkter, f.eks. gennem deltagelse i vælgermøder eller gennem mediedækning af kandidaten; efter overvejelse af kandidatens synspunkter når vælgeren frem til en lyst til at stemme på kandidaten; og endelig sættes krydset ud for kandidaten på selve valgdagen.

Nyere neurologisk og hjernepsykologisk forskning har, især inden for de sidste 10 år, sat fokus på emotioner og emotionelle reaktioner, der ses som langt mere uovervejede og nærmest automatiske mekanismer, der styrer menneskelig adfærd. Dette er ved at resultere i et paradigmeskift indenfor teorier om reklamens virkninger, men kan også få betydning for teorier i bredere sammenhænge om forbrugeres adfærd. Paradigmeskiftet kan ligeledes udvides til at dække feltet for politisk kommunikation, først og

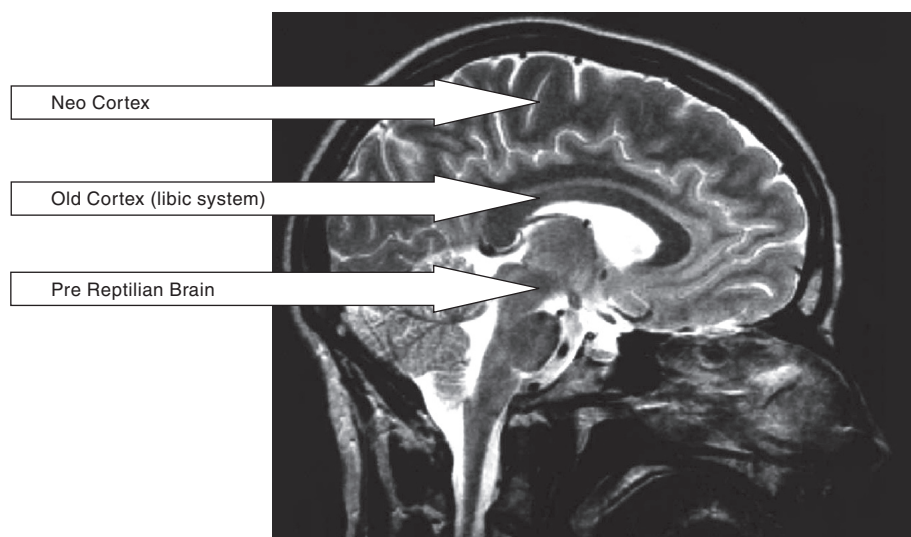
fremmest den del, der finder sted i forbindelse med valg og stemmeafgivelser.

Grundlaget for emotionelt styrede reaktioner er medfødt i dyr og mennesker. Hjernens oprindelige funktion, således som den virker hos dyrene, er primært at sikre en lynhurtig reaktion på signaler på fare i omverdenen, men også sikre reaktion på behovstilfredsstillende signaler som føde og lignende. Antilopens flugt fra løven, ostens tiltrækning på musen er eksempler på helt elementær, emotionelt styret flugt- og målsøgende adfærd. Mennesket er som sine forfædre langt tilbage i den Darwinske stamtavle udstyret med de samme reaktioner, der udløses mekanisk og hurtigt, hurtigere end vi kan tænke. Senere udvikling af den menneskelige hjerne har tilført evnen til at tænke, tale, løse problemer, overveje og være bevidst omkring disse processer – evner, som dyrene stort set ikke har – men den oprindelige, lynhurtige reaktionsstyring findes stadig hos os.

Hjernen er opbygget af tre lag, lagt uden på hinanden. Det inderste er det ældste i udviklingsmæssig forstand og det yderste, storhjernen eller neo cortex, er det nyeste. Jo længere tilbage man går i udviklingen, jo mindre plads optager neo cortex af den samlede hjernes rumfang. Elefantens cortex er langt mindre end menneskets og dyr der er endnu tidligere i udviklingsrækken har kun sporadiske tilløb til en sådan neo cortex.

Under neo cortex ligger den ældre cortex eller det limbiske system og allerlængst inde ligger hjernens allerældste dele, den præreptile hjerne. I disse to ældste dele findes de enheder, der spiller en afgørende rolle for organismens emotionelt styrede reaktioner. Disse sikrer evnen til at reagere helt mekanisk på indtryk fra omverdenen uden forudgående tankevirksomhed. De betegnes – som hjernens andre dele – med de latinske navne Thalamus (indre kammer), Amygdala (mandel) og Hippocampus (søhest). De sidste navngivet efter deres facon. De indgår i de emotionelle processer, der foregår uden bevidst og

Figur 1. Struktur af menneskets hjerne



Kilde: Damasio, A. (2003) *Looking for Spinoza: Joy, Sorrow, and the Feeling Brain*. Harcourt

overvejelsesmæssig aktivitet som illustreret i den lille figur, hvor den emotionelle reaktion udløses via den korte "nedre vej" mens reaktioner der er mere reflekteret og baserede på overvejelse tager den lange "øvre vej" gennem storhjernens.

Hos de fleste dyrearter er den korte vej stort set den eneste form for styring af reaktioner, mens mennesket har udviklet muligheden for at benytte den længere, højere vej. Den traditionelle teori om kommunikationens virkning baserer sig i høj grad på, at individet behandler information via den øvre vej, altså gennem overvejelse og refleksion. Paradigmeskiftet er en erkendelse af, at også mennesket behandler megen information i en i øvrigt overkommunikeret hverdag via den nedre vej – uden megen overvejelse og uden synderlig bevidsthed. Valg af mærker i supermarkedet er typiske eksempler på emotionelt styrede reaktioner, men også bearbejdning af forskellige reklamer sker tilsyneladende uden synderlig bevidsthed og overvejelse. De populære stilladsplakater er et godt eksempel: individet, der sidder bag rattet i sin bil og kører i myldretidstrafikken ser dem uden at være opmærksom på dem og et eventuelt indtryk lagres uden synderlig tankevirksomhed. Mennesket har evnen til at reagere umiddelbart overfor alt, hvad det finder i sin hverdag.

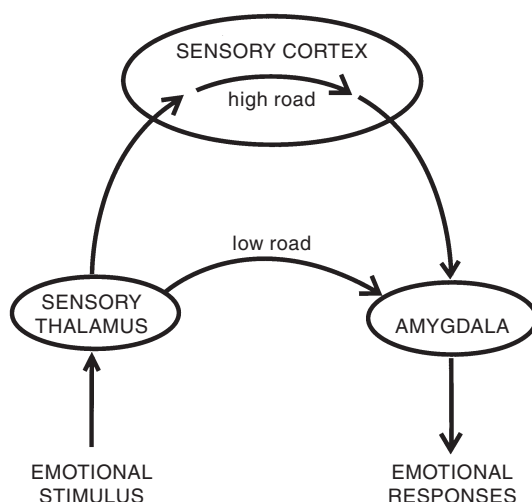
I andre situationer, hvor der er mere på spil hos individet – køb af ny bolig, omlægning af prioritetslån, valg af studieretning – sker der givetvis bevidste overvejelser, sammenligninger, studier af

information o.s.v. Denne del af menneskets adfærd er formentlig helt som kommunikationsteorien anviser. Vores pointe med paradigmeskiftet er: I en lang række beslutninger, som er uden stor betydning for individet, fungerer behandlingen af information og beslutning ad den lynhurtige, nedre vej, baseret på emotionelle reaktioner, som er opbygget blandt andet via indtryk, som individet ikke har været specielt opmærksom på.

Det enkelte individs emotionelle responstendenser er således indbygget. De aktiveres dels af indre stimulation som tanker eller behovsmæssig ubalance som tørst og dels af ydre stimulation, ting, individet møder i sin omverden. Mennesket har udover de mere elementære handlingsmuligheder et repertoire af mere forfinede reaktionsmønstre, som er tilpassede til den menneskelige verden. Med udgangspunkt i de basale emotionelle reaktioner har mennesket bygget hvad psykologerne kalder semantiske markører op, der i samspil med de egentlige emotionelle reaktioner påvirker den enkeltes adfærd.

Psykologer og psykiatere taler om flere forskellige emotioner som had, frygt, glæde, sorg, stolthed mv. Fælles for hver af disse er at de indeholder et positivt og et negativt element. Et positivt element, der afspejler tendensen til positiv adfærd overfor kilden til emotionen og et negativt element, der afspejler en tendens til afvisende adfærd. Mens nutidig neurologisk forskning kun vanskeligt kan placere de enkelte typer af følelsers præcise plads i hjernesystemet, kan

Figur 2. *Low and High Roads to the Amygdala*



Kilde: LeDoux, J., 2002: *Synaptic Self: How Our Brains Become Who We Are*. Viking, New York

de positive såvel som negative tendenser afdækkes ved scanning og gennem test baseret på udspørgning af personer.

Hvad der har været banebrydende for vor nye indsigt i disse processers betydning for mennesket har ikke mindst været resultater opnået med forskellige former for elektronisk scanning af hjernens aktiviteter. F.eks. kan forskeren med fMRI (functional Magnetic Resonance Imaging) følge, hvilke dele af hjernen, der aktiveres, når forskellige følelser og andre hjerneprocesser arbejder. For ganske nylig har disse metoder også været anvendt til at studere, hvad der sker, når vi stilles overfor mærkevarer, bilmodeller mv.

Et forskerhold under ledelse af McClure har gennemført et banebrydende eksperiment, som beskriver dette. Fire ens sammensatte forsøgsgrupper med ca. 35 personer i hver er blevet bedt om at smage på og udtale sig om en coladrik, mens deres hjerne blev scannet med fMRI scanning. To af grupperne fik ikke oplyst mærkenavnet på coladrikken, mens de to sidste fik at vide, at det drejede sig om henholdsvis et ukendt mærke og Coca Cola. I grupperne, hvor mærkenavnet ikke var oplyst, viste hjernescanningen tydelig aktivitet i de centre i hjernen, der normalt forbindes med bevidste sammenligninger og vurderinger. I gruppen, hvor deltagerne havde fået oplyst, at de drak Coca Cola, viste hjernescanningen tydelig aktivitet i de center i den ældste del af hjernen, hvor de emotionelle processer styres fra – helt som vi formoder, at megen forbrugeradfærd finder sted. Og det-

te eksperiment er ikke på nogen måde enestående.

Undersøgelser af forbrugere med sådant udstyr er prohibitivt dyre og det er måske også tvivlsomt etisk at anvende knappe medicinske måleinstrumenter til almindelig forbrugerforskning. Denne kroniks forfattere har på linje med andre internationale forskere benyttet sig af en metode, hvor personen bliver bedt om at udpege, hvilke ord af en liste på 16-20 følelsesord, de synes især passer på den varetype, det firma eller den politiske kandidat, som man er interesseret i at måle emotionelle reaktioner overfor.

Det kan måske i denne sammenhæng overraske, at man kan bestemme graden af positiv og negativ emotionel styrke knyttet til forskellige situationer i individets omgivelser ved at stille spørgsmål til personen al den tid, de emotionelle reaktioner netop er ubevidste og foregår i hjernens mest elementære centre. Årsagen hertil er, at der til de fleste emotioner knytter sig følelser, som personen mange gange selv oplever og som kan aktiveres netop gennem at stille spørgsmål herom. I den undersøgelsesmetode vi har arbejdet med (der findes beskrevet i Hansen 2005) er det netop den positive og den negative respons-tendens, der bestemmes og forskellen mellem disse beregnes.

Forskellen mellem den positive emotionelle respons og den negative emotionelle respons har vi døbt netto emotionel respons styrke (NERS). Denne forskel viser, hvilken styrke, individet har i sin emotionelle reaktion, og vi postulerer således, at alle vare-mærker, politiske kandidater, virksomheder og andet

i den enkeltes omgivelser giver anledning til en netto (positiv ÷ negativ) emotionel responstendens, som enten direkte eller indirekte gennem indflydelse på individets beslutningsprocesser påvirker adfærden.

I mange situationer, hvor individets engagement er beskedent som ved impuls køb og gentagne rutinekøb i supermarkedet, finder vi, at NERS scoren forudsiger, hvilket mærke der vil blive valgt. Det mærke på hylden, som giver anledning til den højeste NERS, bliver lagt i indkøbskurven uden videre overvejelser. Dette bekræftes af en lang række undersøgelser, der viser at tre fjerdedele eller flere af alle vore dagligvarekøb bestemmes på 2-3 sekunder eller mindre foran hylden i butikken. Dette peger netop på en forbrugeradfærd, der mere eller mindre kører på "automatpilot", baseret på oplagrede indtryk og erfaringer af emotionel karakter.

I andre mere komplekse situationer som ved køb af en ny bluse eller et par nye benklæder vil de emotionelle tendenser, der aktiveres, spille ind sammen med de mere bevidste eller ubevidste tankemæssige overvejelser, der styrer valget. Det umiddelbart emotionelt styrede valg i supermarkedet kan også lejlighedsvis ændres til sådanne mere overvejselsprægede valg. Dette sker, når processen afbrydes af faktorer som nedsat pris, tilbud om to for ens pris, særligt iøjnefaldende displaymateriale med omtale af særlige fordele ved et specielt mærke mv.

I undersøgelser publiceret andetsteds har artiklens forfatter kortlagt sådanne NERS scorer for mere end 100 mærker og mere end 30 vareområder. For eksempel finder vi meget høje NERS mål for forlystelsesparker, i modsætning til meget lave mål for ejendomsmæglere og banker. Indenfor de enkelte varekategorier finder vi betydelige forskelle mellem de enkelte mærker. Blandt bankerne markerer de store (Danske Bank, Nordea) sig ved at score væsentligt lavere end mindre, såsom Jyske Bank og Lån & Spar Bank.

Vi har kort beskrevet, hvorledes emotionelle reaktioner overfor ting i vor omverden som mærker, varer og virksomheder spiller en afgørende rolle for, hvorledes vi forholder os til disse. Forfatterne har haft lejlighed til at afprøve nogle af disse ting i forbindelse med det folketingsvalg, der fandt sted i begyndelsen af 2005. Det var her muligt at måle den netto emotionelle respons styrke (NERS), som forskellige politiske kandidater udløser, når deres navne bliver foreholdt et tilfældigt udvalg af borgere. Det var endvidere muligt at gentage denne måling efter valgets gennemførelse for derigennem at se på, hvorledes ændringer i NERS afspejler udfaldet af kommunikationsindsatsen forud for valget. De politiske kandidater, der blev valgt til undersøgel-

sen omfatter Fogh, Kjærsgaard, Bendtsen, Holger K Nielsen, Jelled og Lykketoft. Den gennemsnitlige emotionelle reaktion i befolkningen – i form af gennemsnitlige NERS scorer – for de 6 kandidater er vist nedenfor. Vi har valgt at opstille tallene således, at den første kolonne viser den emotionelle reaktion hos de forskellige toppolitikeres egne vælgere. I den anden kolonne viser vi den emotionelle reaktion hos tilhængerne af andre toppolitikere på den enkelte toppolitiker. Den tredje kolonne viser hele vælgerbefolkningens vurdering – og er altså et vejet gennemsnit af de to første kolonner.

Tabel 1. NERS scorer for 6 ledende politiske kandidater fra valget i 2005, tidligt i valgperioden (Beregnet skalaværdi mellem -20 og +20)

	Eget parti	Alt andet end eget parti	Alle vælgere
Fogh	13,5	1,44	4,73
Bendtsen	8,44	1,72	2,56
K. Nielsen	7,29	0,28	0,75
Jelled	7,67	-0,13	0,66
Lykketoft	5,7	-2,08	-0,47
Kjærsgård	11,53	-2,77	-1,91

For Anders Fogh Rasmussens vedkommende viser tabellen, at den emotionelle reaktion på ham blandt Venstres vælgere er 13,5 (NERS scoren, på en skala med 20 som højeste værdi), medens vælgere fra de øvrige partier udviser en reaktion på 1,44, altså meget lavere. Den næsthøjeste emotionelle reaktion (i form af NERS scoren) opnår Pia Kjærsgård blandt sine egne vælgere med 11,53, tæt på samme niveau som Anders Fogh. Til gengæld er reaktionen på Pia Kjærsgård blandt andre partiers vælgere den laveste på nogen toppolitiker og den er negativ med - 2,77 (igen er der tale om NERS scoren, forskellen mellem positive og negative reaktioner hos den enkelte).

Ud fra tankerne om betydningen af emotionelle reaktioner for vore valg som individer, skulle de forskellige toppolitikere altså få en stemmetilslutning i overensstemmelse med reaktionerne på dem i vælgerbefolkningen – og jo stærkere reaktion blandt egne vælgere, jo mindre chance for vælgervandring. Og tallene afspejler da også ganske godt valgets udfald. Og betydningen af den emotionelle reaktion som en styringsmekanisme i stemmeafgivelsen understreges af de forandringer, der fandt sted i de emotionelle reaktioner fra før valget bliver udskrevet til efter det er afsluttet. For Anders Fogh Rasmussen gælder, at såvel før som efter valget er han den, der giver anledning til de højeste positive emotionelle scores. For

Mogens Lykketoft gælder det modsatte, reaktionerne på ham er meget lave både før og efter valget.

For Marianne Jelved og Pia Kjærsgaard, der begge fik et godt valgt, er det karakteristisk, at der sker en markant forbedring af de emotionelle reaktioner på dem undervejs i valgkampen, målt før og efter valget. Omvendt falder de emotionelle reaktioner i styrke over for Holger K. Nielsen. Ligeledes er en række ændringer, der finder sted i mere specifikke vælgergrupper bemærkelsesværdige: Blandt vælgerne hos Dansk Folkeparti og De Konservative udvikler de emotionelle reaktioner over for Anders Fogh Rasmussen sig negativt undervejs i valgkampen – formentligt svarende til, at der var tilbagegang i stemmegevinsten blandt netop disse to partiers vælgere. Generelt er der fremgang for Marianne Jelved i de emotionelle reaktioner, især er fremgangen blandt de socialdemokratiske vælgere interessant, idet den understreger valgkampkommentarerne om Det Radikale Venstre som værdimæssigt appellerende til en moderne socialdemokratisk vælgerkreds, og med fordelingspolitiske synspunkter, som står i – for de moderne socialdemokrater – skærende kontrast til Socialdemokratiets. Der er dog en enkelt undtagelse i fremgangen blandt vælgerskaren bredt: Blandt Venstres vælgere er der en tilbagegang i NERS scoren for Marianne Jelved. Hendes debat med Bertel Haarder om (citater:) ”nøjagtighed” har utvivlsomt spillet en rolle i denne udvikling. Valgets to tabere, Socialdemokratiet og Socialistisk Folkeparti er karakteriseret ved, at det især er deres egne vælgere, der reagerer med stigende negative emotionelle reaktioner undervejs i valgkampen, hvad der formentligt har fået en del af vælgerne til at skifte til andre partier.

Disse iagttagelser omkring folketingsvalget i januar giver anledning til at rejse spørgsmålet: Er det da alene emotionelle reaktioner overfor politiske topkandidater, der afgør valgets udfald? Svaret herpå er et klart nej. Betydningen af disse emotionelle reaktioner afhænger af, hvor involveret den enkelte vælger er i hele valgprocessen. For den lidt engagerede kan krydset, når han står i boksen, udløses betinget af den mest positive emotionelle reaktion, der affødes, når blikket glider ned over partierne og navnene på kandidaterne. For den meget engagerede politiske vælger kan overvejelser om partiernes standpunkter på centrale spørgsmål indgå og ændringer i argumentationen herom kan føre til nye overvejelser og fornyede beslutninger, som er truffet forud for afstemningen og bringes med ind i valgboksen, hvor det styrer krydsets placering.

Også for disse vælgere er det imidlertid sandsynligt, at den konklusion, de er kommet til, omvendt kommer til udtryk i positive emotionelle reaktioner

overfor den kandidat, der vælges. For den tvivlende og usikre vælger kan de uoverskuelige afvejninger og refleksioner måske føre til at den gordiske knude gennemhugges ved at krydset sættes, hvor den største positive emotionelle reaktion aktiveres.

NERS målenes anvendelighed i praktisk kommunikationsplanlægning afhænger blandt andet af, hvorvidt de ændrer sig, når der sker ting i omverdenen, der burde påvirke dem. Udviklingen i reaktioner på danske politikere i en kort valgkamp peger på, at dette sker. Der er derudover solid dokumentation for det i de undersøgelser af reaktionen på varemærker, som vi i øvrigt har gennemført. Et eksempel er mærket Kellogg’s hvis NERS score falder betragteligt over en 12-måneders periode fra 2003 til 2004. I denne periode tog debatten om sukkerholdige, fedende produkter fart og ikke mindst Kellogg’s var hyppigt nævnt i debatten. Samtidigt kom Kellogg’s i konflikt med Coop og trak deres produkter ud af disses butikker, hvad der mindskede det positive indtryk, som en stor del af befolkningen havde haft omkring mærket.

En række undersøgelser, der er blevet tilgængelige i de senere år, hvor man har testet reklame og anden kommunikation forud anvendelsen, har også vist, at NERS mål for de pågældende reklamer udpeger de, der senere viser sig at være de mere effektive. Dette er et område, hvor langt mere forskning er påkrævet, men der er ingen tvivl om, at målinger af emotionelle reaktioner af den type, der er tale om her, fremover vil spille en afgørende rolle ved afprøvning af alternative måder at kommunikere til forbrugere, vælgere og borgere i almindelighed på. Markedsførere har i en menneskealder benægtet forekomsten af, hvad der har været betegnet subliminal påvirkning. Nyere forskning omkring emotionelle reaktioner har modbevist disse afvisninger i den forstand, at vi som individer ikke behøver at fokusere på f.eks. en annonce fra en politisk kandidat for at vi kan registrere den ubevidst i hjernen og senere huske den. I de tidligere tanker om subliminal perception lå idéer om at skjule tale under musik, vise tekst i ultrakorte klip i film og lignende – og sådan kommunikation er nok stadig meget tvivlsom. Under betegnelser som ren eksponeringseffekt eller effekt af eksponering uden bevidsthed er sådanne processer i dag veldokumenterede og viser blandt andet, at vurderingen af f.eks. et varemærke kan blive mere positiv, jo flere gange, man ser det – uanset at det sker uden bevidsthed og fokus på mærket.

Den forbrugerpolitisk engagerede kan her hævde, at der består en fare for urimelig forførelse og påvirkning af den ubeskyttede, naive forbruger. Det forhold at den rent emotionelt styrede respons kan afbrydes af forstyrrelser som ændrede priser, om-

tale af produktfare, egen interesse i området mv., udstyrer dog den enkelte med en ikke uvæsentlig beskyttelse mod et sådant misbrug. Det er på den ene side praktisk at vi kan foretage en lang række af vores daglige beslutninger i forbindelse med indkøb, forbrug, madlavning, påklædning, transport uden at bruge al for meget tankevirksomhed herpå, men det er også betryggende, at når ting sker, som griber forstyrrende ind i disse rutiner, så sættes det, der er unikt for mennesket, – tankevirksomheden – ind. Forbrugerpolitik burde måske udover at være rettet mod urimelige mistag fra sælgerens side også i større udstrækning tage sigte på at bevidstgøre forbrugeren

om, hvorledes han rent faktisk fungerer som forbruger og om, hvornår det er hensigtsmæssigt at sætte overvejelserne ind og hvornår det kan være tilladeligt at spare dem.

I en verden, hvor mennesket er omgivet af ord i trykt tekst og tale, i de elektroniske medier, er det måske værd at minde om, at det sette billede i sig selv kan være tilstrækkeligt for individet til at det kan fungere i sin omverden. Med et citat fra Thomas Aquino "Billedet er i sig selv essensen i vores viden. Det er et billede, hvor intellektuelle aktiviteter begynder, ikke kun i en situation, der passerer, men som et varende fundament for al intellektuel aktivitet."

References

- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1977) Attitude-Behaviour Relations: A Theoretical Analysis and Review of Empirical Research, *Psychological Bulletin*, Vol. 84, No. 5, pp. 889-918, September 1977
- Charlton-Jones, J. (2005) *Capturing Emotions in Advertising and Benefiting from the Knowledge*, Proceeding from the 2005 European Advertising Effectiveness Symposium, Budapest, June
- Ettman, J.R. (1979) *An Information Processing Theory of Consumer Choice*. Boston: Addison-Wesley Publishing Company.
- Damasio, A. (1994) *Descartes's Error: Emotion, Reason, and the Human Brain*. New York: Grosset/Putnam.
- Damasio, A. (2000) *The Feeling of what Happens. Body, Emotion and the Making of Consciousness*. London: Vintage.
- Damasio, A. (2003) *Looking for Spinoza: Joy, Sorrow, and the Feeling Brain*. London: Heinemann.
- Deppe, M., Schwindt, W., Kugel, H., Plassmann, H. & Kenning, P (2005) Nonlinear Responses Within the Medial Prefrontal Cortex Reveal When Specific Implicit Information Influences Economic Decision Making, *Journal of Neuroimaging*, Vol. 15, pp. 171-182.
- Desmet, P.M.A. (2003) Measuring Emotions, in Blythe, M.A., Monk, A.F., Overbeeke, K. & Wright, P.C. (eds.) *Funology: From Usability to Enjoyment*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, pp. 111-123.
- Hansen, F. (1972) *Consumer Choice Behavior: A Cognitive Theory*. New York: The Free Press.
- Hovland, C.I., Janis, I.L., & Kelley, H.H. (1953) *Communication and Persuasion*. New Haven: Yale University Press.
- Ledoux, J. (1998) *The Emotional Brain. The Mysterious Underpinnings of Emotional Life*. London: Phoenix.
- Ledoux, J. (2002) *Synaptic Self: How Our Brains Become Who We Are*. New York: Viking.
- McClure, S.M., LI, J., Tomilin, D., Cypert, K.S., Montague, L.M. & Montague, P.R. (2004) Neural Correlates of Behavioral Preference for Culturally Familiar Drinks, *Neuron*, Vol. 44, October 14, pp. 379-387
- McGuire, W.J. (1976) Psychological Factors Influencing Consumer Choice, in: Ferber, B. (ed) *Selected Aspects of Consumer Behavior*, Washington, DC: National Science Foundation.
- Ray, M.L. (1976) Marketing Communications and the Hierarchy-of-Effects, in *New Models for Communication Research*. New York.

FLEMMING HANSEN, Ekon.dr., Professor, fh.marktg@cbs.dk,
 SVERRE RIIS CHRISTENSEN, MSc, Amanuensis, src.marktg@cbs.dk,
 STEEN LUNDSTEEN, MSc, Forskningsassistent, sl.markt@cbs.dk,
 Center for Marketing Communication, Copenhagen business School, Solbjerg Plads 3, C3, DK-2000 Frederiksberg

Vardagens symboliska rum

Hemmet, medierna och vardagens transformationer

STINA BENGTTSSON

Moderniteten har förändrat den kulturella betydelsen av hemmet. Separationen av samhälle och vardagsliv i offentliga respektive privata sfärer har medfört konsekvenser för såväl användning som uppfattning av det moderna hemmet (jfr. Frykman och Löfgren 1979:127). Förståelsen av hemmet som en privat, och huvudsakligen kvinnlig, sfär grundas emellertid i dess frikoppling från den kapitalistiska industriproduktionen (jfr Campbell 1987). Denna kapitalistiska industriproduktion sägs emellanåt idag vara stadd i förändring (Castells 1996/1999: 209-216), den ökande produktionen av information och tjänster har förändrat betingelserna för arbete och därmed också för vårt vardagsliv (jfr du Gay 1995). Denna förändring är inte minst tydlig i förståelsen av hemmet, särskilt dess relation till arbete och fritid.

Inom medieforskningen har hemmet traditionellt, och föga förvånande, setts som den naturliga platsen för att studera mediebruk (jfr Hagen 1994, Morley 2004). Detta bruk har också behandlats som en syssla för fritiden. Trots en tilltagande mediernas mobilitet som medger stora möjligheter att låta vardagens skiftande sysslor ackompanjeras av olika typer av medieinnehåll (genom walkmans, ipods, mobiltelefoner, m.m.) är hemmet fortfarande en viktig plats för förståelsen av det vardagliga mediebruket. Denna mobilitet medger också en tilltagande uppluckring av den tidigare tydliga uppdelningen av vardagen i en offentlig och en privat sfär. Trots att hemmet, främst under den moderna eran, kommit att betraktas som platsen för rekreation och privata angelägenheter är hemmet idag en betydligt mer dynamisk plats, arena för arbete såväl som vila, social samvaro såväl som privat introspektion (Giddens 1984:131, Campbell 1987:101, du Gay 1995:76).

Denna artikel behandlar frågan om hur vi skall förstå relationen mellan vardagens sfärer, särskilt i relation till hemmet, i denna tid av produktionsomvandling och vidhängande förändrade betydelser för

vardagsliv och arbete. I relation till vad vi tidigare känner till om mediebruk i hemmet (jfr Morley 1986, 2004, Gray 1992, Hagen 1994, Larsen 2000, m.fl.) strävar denna studie undvika det entydiga fokus på fritidens mediebruk som tidigare dominerat forskningen. Intressant är istället här att specifikt fokusera individer som accentuerar den postindustriella utvecklingen, människor med s.k. fria yrken, som utövas i hemmet utan översyn av formellt överordnad arbetsgivare.

Denna artikel syftar således till att belysa mediernas betydelse i den postindustriella vardagen genom att diskutera och analysera dess roll i konstruktionen av vardagslivet, speciellt relationen mellan arbetsliv och fritid, hos tre individer med fria och icke-traditionella yrkesliv.

Analytiskt närmande

Följande diskussion grundar sig på en analys av tre enskilda individer, med för artikelns syfte speciellt intressanta arbetssituationer. Dessa tre individer är handplockade ur ett större empiriskt material bestående av ca 55 stycken kvalitativa intervjuer. Beslutet att använda ett så ringa antal personer är grundat i vikten av att här eftersträva djup på bekostnad av bredd. Detta eftersom förståelsen av vardagslivets organisation kräver en mångbottnad och inkännande ansats. En dylik "thick description" syftar till att mångdimensionellt penetrera ett analysobjekt och erbjuda en rik och fördjupad förståelse utifrån ett kvantitativt litet material (jfr. Geertz 1973:kap 1, även Hermes 1995, Gullestad 1996).

Denna analys utgår ifrån en kombination av kvalitativa intervjuer och analyser av de intervjuade personernas hemmiljöer. Intervjuerna tog ca 2 timmar vardera att genomföra och rörde främst vardagens, och medieanvändningens, struktur ur ett tvärmedialt perspektiv (jfr. Larsen 2000:1). Mediernas betydelse

i olika vardagliga kontexter har särskilt fokuserats. Den spatiala analysen har fokuserat det materiella rummets konstruktion och den mediala miljöns symboliska betydelse. Analyserna av båda dessa empiriska material har i synnerhet fokuserat den rituella transformationen av vardagens temporala och spatiala dimensioner, särskilt mediernas betydelse för dessa.

Vardagsrituella tillstånd

Med utgångspunkt i ett vardagslivsperspektiv på medier är det här av vikt att titta närmre på tillvarons vardagsrituella dimension. Antropologen Erwin Goffman (1959/1974) beskriver vardagen som bestående av olika temporära rituella tillstånd. Exempel på sådana tillstånd är olika sociala aktiviteter (t ex lek, jfr. Huizinga 1950), arbete eller vila (Goffman 1959/1974:30). Varje rituellt tillstånd är begränsat av olika normer och regler för beteende och i de olika tillstånden tillåter vi oss därmed olika typer av framträdanden (utåt mot andra såväl som inåt mot oss själva). Ett framträdande är ett sätt på vilket vi presenterar oss inför andra – och oss själva – inom ramen för vardagslivet (jfr Giddens 1991). För individer med vissa speciella yrkesmässiga positioner i samhället, skådespelare, lärare eller programledare på TV är skillnaden i olika typer av vardagliga framträdanden tydlig och ett naturligt och medvetet inslag i det vardagliga beteendet. För andra är förändringen i framträdanden vid växlande av olika rituella tillstånd mer omedvetet genomförd och framstår därför som mer dunkel. När vi förflyttar oss mellan de olika rituella tillstånden förändrar vi också vårt förhållningssätt till dessa tillstånd och därmed förändras vårt framträdandes karaktär. Distinktionen mellan olika typer av rituella tillstånd handlar således om hur vi förhåller oss till oss själva beroende av både social och materiell kontext, dvs beroende av den symboliska platsens betingelser. Goffman beskriver hur vardagen består utav sociala inrättningar som kan delas in olika typer av regioner – både främre och bakre (Ibid: 207). I *Jaget och maskerna* definieras en region som

Vilket ställe som helst som till en viss grad är avgränsat av perceptions- eller varseblivningsbarriärer. Regionerna varierar naturligtvis i fråga om grad av begränsning och beroende på det kommunikationsmedel i vilket perceptionsbarriärerna uppträder. Tjocka glasväggar, sådana som t. ex. finns i radiobolagens kontrollrum, kan isolera en region auditivt men inte visuellt, medan ett kontor som avgränsats med masonitskivor är isolerat på det motsatta sättet. (1959/1974:97)

Intressant att notera här är regionbegreppets materialitet, något som Goffman, i egenskap av social interaktionist, tidigare föga uppmärksammat för. Söker man sig till den senare Goffman (1974) kan dock begreppet inramning (frame) ses som en ansats att accentuera även den materiella dimensionen av vårt vardagliga liv (jfr. även Couldry 2003: 26). Denna vardagens materialitet är dock något som behandlat hos andra vardagslivsteoretiker (t ex Lefebvre 1992/2004, 1974/1991, se även Ahne 1981). Genom att ta fasta på denna, rent konkreta dimension av det vardagliga (rummets konstruktion, väggarnas placering, golvens art, mediernas faktiska uttryck (ljud, bild, etc)) kan man addera en förståelse för människans vardagsliv som det rena sociala interaktionsperspektivet saknar.

En annat perspektiv på vardagslivet, som lyfts fram bl.a. av Bruno Latour (1992, 1993), betonar även att mänskliga relationer inte enbart är socialt organiserade utan alltid har omfattat, och uttryckts genom, materiella artefakter. För att förstå mänsklig kultur bör vår analys således också beakta de materiella tingens kulturella betydelse och hur de fungerar som agenter gentemot vilka vi förhåller oss i det dagliga livet. För en studie av medier och vardagsliv är detta faktum inte minst viktigt då (vissa) medier har en starkt symbolladdad betydelse i många människors liv. Medierna bör därmed inte förstås uteslutande som strukturerande faktorer i vardagslivet eller som innehållsförmedlade kanaler utan fokus bör även läggas på mediet i sig, som kombination av innehåll, materiell artefakt och tidsmässigt strukturerande agent. Detta perspektiv är inte minst intressant med tanke på att stora delar av vardagslivet idag, för många människor, sker utom synhåll för andra.

Mediebrukets rambetingelser

Vi bör här vika en stund åt begreppet ”inramning” eller ”ram” (frame) som Goffman menar är centralt för vår förståelse av en situation (Goffman 1974, jfr även Couldry 2003:26). Ramen utgörs av de basala element som organiserar situationen och definieras som de egenskaper och element som är av ”betydelse för upprätthållandet av de dynamiska problem som skapas av motivationen att upprätthålla den definition av situationen som har projicerats inför andra” (Goffman 1959/1974:208).

Ramen är således både formell och abstrakt och kan appliceras som ett analytiskt verktyg på varje social inrättning. Dessa inrättningar är, vilket diskuterats ovan, präglade av olika karakteristika beroende av dess materiella konstruktion, syftet med aktiviteten och exempelvis av om de är offentligt el-

ler privat organiserade. I en analys av sociala platser betydelse för musiklyssnande gör musiksociologen Ola Stockfelt en åtskillnad mellan platser olika typer av exklusivitet, vilket sätter normerna för beteende i olika sociala miljöer (Stockfelt 1988:148 ff). Den personliga exklusiviteten utesluter folk utifrån vilka de är, deras personliga egenskaper. Exempelvis förväntar vi oss endast möta den närmaste familjen på morgonen vid frukostbordet och hemmet (i dess västerländska borgerliga tappning) är kanske den plats där den personliga exklusiviteten är starkast utvecklad (jfr. Frykman/Löfgren 1979:104-117). Dock kan samma mekanismer utläsas i klassrum, arbetsplatser och andra sociala miljöer till vilka tillgången är begränsad på personlig basis. Den sociala exklusiviteten begränsar istället tillträdet till en specifik miljö genom att reglera det sociala beteendet. Platser kan vara starkt profilerade, dvs strikt reglera det sociala beteendet. Kyrkorum, biografier, bårhus, konsertlokaler är alla exempel på starkt profilerade sociala miljöer medan exempelvis varuhus är mindre strikt reglerade. Det är således tillåtet (men betraktas som udda) att tala för sig själv på ett varuhus, men däremot inte under pågående gudstjänst. På samma sätt är det socialt oacceptabelt att på besök i någon annans hem utan förvarning gripa tag i fjärrkontrollen och byta kanal på TVn, eller att utan uppmaning slå sig ned i en fåtölj med fötterna på bordet för att läsa dagstidningen. Att bete som att man är hemma i någon annans hem bryter starkt mot situationens profilering. Stockfelt menar att musiken (och därmed också andra medieformer) kan användas för att skapa graden av exklusivitet (ibid:150 ff). I varuhuset spelas lättlyssnad musik (eller muzak) med hög igenkänningsfaktor för att appellera till en maximal andel av de presumtiva kunderna. När personalen i den alternativa källarkrogen spelar obskyr populärmusik är det på samma sätt en signal om att alla inte är önskvärda där och för den ovane lyssnaren kan det vara svårt att förhålla sig till en dylik mediemiljö. Medierna är alltså en del av skapandet av platser sociala exklusivitet och därmed också av deras ram-betingelser. Men likaledes bidrar situationens profilering till att skapa rum för mediebruk. Akten att lyssna på ett musikstycke eller se en film har alltså olika förutsättningar beroende av om den sker i ensamhet i hemmet eller tillsammans med andra på en musik- eller filmfestival. På detta sätt skapas olika brukarsituationer som i sig ger upphov till olika sätt att bruka (lyssna, titta, interagera med mediet): olika typer av brukarmodi.¹ Människor förhåller sig till dessa olika typer av brukarsituationer genom att utveckla en stor andel olika brukarmodi, en uppsjö av olika sätt att förhålla sig till texter. Antalet brukarmodi och dessas

beskaffenhet är beroende av brukarens kompetens, men också av textens egenskaper. Viktigast är dock den speciella brukarsituationen som sätter ramarna för brukandets karaktär (ibid:172). Däremot inte sagt att endast ett brukarmodus blir följden av en speciell brukarsituation utan flera adekvata brukarmodi är möjliga (ibid:182). Människors möjliga variation i antalet brukarmodi är starkt beroende av olika sociala faktorer. Vi vet t ex att kvinnor och män har en benägenhet att förhålla sig annorlunda till mediebruk i hemmet beroende av könsrollsmässigt organiserade föreställningar om ett moraliskt korrekt beteende, eller att ungdomars kulturella föreställningar i många avseenden skiljer sig från äldres (jfr. Morley 1986, Gray 1992, Gauntlett/Hill 1999, m.fl.).

Det är således tydligt att vårt mediebruk är starkt beroende av de ram-betingelser som bygger upp den situation i vilken medierna brukas, och också att dessa betingelser är föränderliga. Situationens ram har betydelse för hur vi förhåller oss till olika medier och medieinnehåll i olika sammanhang. Genom att föra in ett nytt element, exempelvis ett medium, eller en annan människa, i situationen kan dennas karaktär fundamentalt förändras och därmed också de gränser för social acceptans som begränsar vårt handlingsutrymme. Dylika element kan vara materiella (jag stänger av radion för att göra tydligt att frukosten är avslutad) eller utgöras av mentala definitioner av situationen ("nu är det dags att göra någon nytta!"). Med dessa förändrade ram-betingelser ändras således också vår möjlighet att agera socialt och individuellt.

I det följande fokuseras mediernas betydelse i konstruktionen av symboliska rum och specifikt transformationen mellan arbete och fritid i vardagslivet. Inledningsvis följer en kortare redogörelse för respondenternas livssituation och arbetsstruktur. Därefter följer en analys av mediernas betydelse för deras växlingar mellan arbete och fritid i vardagslivet samt i skapandet av vardagliga regioner.

Jussi

Jussi lever i en mindre ort på landet på den finlands-svenska ön Åland och arbetar som konstnär. Han är född i Finland av finsktalande föräldrar och har flyttat till det svensktalande Åland som vuxen. Han har sedan sin studentexamen lyckats försörja sig på sin konst, är en självlärd konstnär, och saknar alltså formell skolning.

Nu är Jussi i femtioårsåldern och bor tillsammans med fru och tre döttrar i ett trähus på landet. Barnen är tio, åtta och två och ett halvt år. De två stora går i skolan och därefter på fritidsverksamhet medan den lilla flickan är hos dagmamma tre dagar i veckan. Jus-

sis fru arbetar deltid och under veckans två arbetsfria dagar är hon hemma med barnen. De tre dagarna som frun arbetar är det Jussi som hämtar barnen, vid fyrtiden, på eftermiddagen. Dagen startar tidigt. Frun och yngsta dottern lämnar hemmet redan strax efter klockan sju på morgonen och de två stora flickorna blir hämtade av skolbilen strax efter klockan åtta.

Tidigare utfördes större delen av Jussis arbete inne i familjens boningshus, men sedan Jussis egen ateljé på tomten färdigställts har de olika arbetsuppgifterna spridits över olika ytor. Den konstnärligt skapande delen äger rum i ateljén, medan han gjuter i vax och ramar in tavlor i källaren inne i boningshuset. Vissa arbetsdagar innebär därför ett springande över gårdsplanen mellan boningshus och ateljé då olika delar av arbetet pågår samtidigt. Även temporalt är arbetsdagen utan strikta tidsmässiga ramar. Exempelvis är det sällan han gör något riktigt uppehåll för att äta lunch eller på annat sätt ta paus. Tidigare sträckte sig arbetet ofta långt in på kvällen, och i tanken är det fortfarande svårt att koppla bort det. Nu har Jussi dock bestämt sig för att försöka sluta arbeta klockan sex på kvällen, både med omtanke om familjen och om sin egen hälsa, något han dock sällan lyckas med. Jussi har ett mycket speciellt förhållande till sitt arbete genom att han ständigt har det i tankarna.

De lokala dagstidningarna på Åland distribueras till landsbygdsbor med posten och allmänt utbredd morgontidningsläsning saknas således (Reimer 1994, Wasström 2002:115). Jussi tittar på morgon-TV på morgonen, först i hemmet innan övriga familjen gett sig av och därefter en stund i ateljén. Familjen prenumererar på båda de lokala åländska dagstidningarna (tidningarna *Åland* och *Nya Åland*) och emellanåt också någon begränsad prenumeration på någon nationell (finsk) morgontidning. När Jussi på allvar sätter igång att arbeta ute i ateljén stänger han av TVn och sätter på radion istället. Först brukar han lyssna på Sveriges Radios P1 men eftersom P1 inverkar alltför störande på det konstnärliga skapandet brukar han ganska snart slå över till Sveriges Radios P2 istället. Det arbete som genomförs utanför ateljén är dock av lite annorlunda karaktär och här används också andra medier (exempelvis framhåller Jussi att han gärna lyssnar på P1 när han är i ramverkstaden och snickrar).

TVn sätts inte på förrän arbetsdagen börjar lida mot sitt slut och Sveriges Television sänder nyheter klockan 17 finsk tid. Är Jussi kvar i ateljén längre kan han också se de finlandssvenska nyheterna. Han ser ganska lite på TV tillsammans med familjen eftersom Jussi beskriver sig själv och sin fru som överbeskyddande vad gäller barnens TV-konsumtion. Kvällarna ägnas ofta åt familjen. Tidigare brukade Jussi åter-

vända ut i ateljén efter kvällsbestyren, men nu tycker han att han ofta är för trött för att orka med det.

Per-Fredrik

Per-Fredrik är i 30-årsåldern och försörjer sig sedan tre år som frilansjournalist med medicinsk vetenskap som specialområde. Han bor ensam i en trerumslägenhet i ett åttavåningshus i en miljonprogramsförort söder om Stockholm. Ursprungligen är han uppvuxen i Skåne där hans föräldrar fortfarande bor kvar. Lägenheten är stor och tämligen nyrenoverad, men Per-Fredrik planerar ändå att inom en icke alltför avlägsen framtid köpa sig en bostadsrätt i eller närmre Stockholms innerstad, främst av sociala skäl. Per-Fredrik är utbildad apotekare men har aldrig utövat detta yrke på heltid. Ända sedan han avslutade sin (8 år långa) universitetsutbildning har han arbetat en dag i veckan på apotek. Från början betraktade han detta som en ekonomisk säkerhet, med avsikt att sluta på apoteket när han uppnått ett speciellt uppsatt ekonomiskt mål. Trots att detta mål nu är uppnått har han valt att fortsätta med apotekarjobbet främst för att det skänker en angenäm struktur åt tillvaron och erbjuder en social samvaro (kundkontakter) som frilansjobbet saknar.

Det journalistiska arbetet bedriver han huvudsakligen i hemmet, i ett av rummen i lägenheten. Arbetsdagen, de fyra dagar i veckan som ägnas åt reporterjobbet, är tämligen tidsmässigt strukturerad. Han försöker börja arbetsdagen vid klockan nio men kommer oftast ej igång förrän halv tio och sitter sällan längre än till klockan sex på kvällen. Ofta börjar han med att checka av några websidor innan han kommer igång, samt ringer några kompisar som också är egna företagare och därför arbetar i hemmet. Kvällar och helger är alltså oftast arbetsfria, om det inte är något speciellt som måste bevakas (t ex någon mäs sa) eller om han måste ta ledigt någon dag och därför försöker arbeta in tid. På fritiden har han ett ganska intensivt socialt umgänge som kretsar mycket kring kompisar ("dricker öl"), biobesök samt allsvensk fotboll: han ser alla Malmö FFs fotbollsmatcher antingen live (de som spelas i Stockholm) eller på TV. För närvarande prenumererar han på såväl *Svenska Dagbladet* som *Dagens Nyheter*. Per-Fredrik brukar sätta på morgon-TV (mest SVT) på morgonen, och lyssnar också gärna på radio, men eftersom han äter frukost i köket (som saknar TV) blir det mest radio under frukosten. Han lyssnar alltid på P1 på morgonen och/eller ibland P4 (sportextra) när han äter. Han brukar bryta arbetet för lunch mellan klockan tolv och tretton och lyssnar då oftast på *Lunchebot* i P1, däremot kan han inte ha radion på när han arbetar. Då lyssnar

han antingen på P2 klassiskt eller på klassisk musik på datorn. Morgontidningarna läser han på morgonen och på lunchen, eventuellt sparar han vissa kulturartiklar till kvällen som han ej hunnit läsa på dagen. Istället går han, på morgonen, in och läser nyheter via Text-TV samt t ex på *Aftonbladets* hemsida minst en gång i timmen för att se vad som har hänt även om Per-Fredrik påpekar att det faktum att det pågick ett krig (Irakkriget våren 2003) vid tiden för intervjun sannolikt medförde att hans nyhetskonsumention vid denna tidpunkt var mer intensiv än vanligt. Han ser mycket sällan på TV dagtid men ser ibland på alla nyhetssändningar kvällstid (*Rapport, Aktuellt, Nyheterna*). Han säger att det händer någon gång att han sätter sig på eftermiddagen och ser på den amerikanska satiren *The Simpsons*, men oftast är TVn exkluderad till kvällen. Då tittar han däremot mycket på TV eller spelar datorspel och mekar med datorn (om han inte är ute och träffar kompisar).

Sarah

Sarah är 24 år och har precis flyttat ihop med en kompis i Stockholms innerstad. Hon kommer senast från en studentkorridor. Hon är född och uppvuxen i en mindre stad i Mellansverige och har tidigare pluggat utomlands i ett par omgångar samt också ett år vid universitetet i Göteborg. Till Stockholm flyttade hon för att läsa på universitetet där hon för närvarande läser socialantropologi inom Kulturvetarprogrammet. Sarahs huvudsakliga sysselsättning är studierna vid universitetet, samt extraarbete som servitris på en restaurang. Denna termin är Sarahs universitetskurs mer studieintensiv än vad hon tidigare varit van vid, med någon form av undervisning (föreläsning, seminarium, etc.) nästan varje dag.

En vanlig dag vaknar Sarah av sig själv klockan sju på morgonen och hon börjar då med att slå på SVTs Kanal ett för att se på nyhetsmorgon. I hennes tidigare hem i studentkorridoren hade de också en gemensam morgontidning (*Dagens Nyheter*) som hon brukade läsa och Sarah vill gärna att de skall skaffa en morgontidning också på detta nya ställe. Morgontidning och morgon-TV innebär dock ingen konflikt för henne utan båda används på morgonen. Ofta går hon direkt till datorn och kollar sin e-post då hon kommer till universitetet. Hon har en dator som står kvar i studentrummet och skall flyttas över till hennes nuvarande bostad, som har bredband. Hon kopplar ofta upp sig om hon inte har nåt att göra, särskilt för att ha kontakt med sin syster som bor i Paris. De samtalar över mailen flera gånger varje dag ("vi sitter kanske en timma och så skriver vi tjugo mail"). Efter föreläsningen vid universitetet åker

hon hem och har hon morgonföreläsning betyder detta oftast att hon är hemma före lunch. Hon äter då lunch och fortsätter ofta läsa i morgontidningen. Att läsa tidningen är inget måste för henne utan hon beskriver det snarare något hon gör för att slippa ta tag i andra saker. Hon studerar oftast hemma, läser något hemma varje dag och har därför satt en personlig gräns för när det är accepterat att sätta på TVn på vardagar, vilken går vid klockan fem på eftermiddagen. Denna tidsgräns medger dock inte total lätthet. Sarah känner sig ofta nödgad att studera ytterligare någon timme på kvällen innan hon helt kan ägna sig åt TVn utan dåligt samvete. Numera arbetar hon oftast extra på dagtid på helgerna, och eventuellt någon lunch ibland. Det är skönt att inte arbeta kvällstid så mycket tycker hon eftersom studierna tar mer tid nu. Kvällarna ägnar hon ofta åt ett ganska aktivt socialt umgänge och menar att hon spenderar c:a hälften av veckans kvällar i hemmet.

Medieanvändning och vardagsstruktur

I ett bredare perspektiv skulle man kunna göra skillnad mellan de olika typer av överordnade strukturer som skapar gränser för de tre personernas vardag. För Jussi, som är förälder till barn i skolåldern, är den sociala omsorgen kring familjen och barnen en faktor som sätter tydliga gränser för hur vardagen måste organiseras i tid och rum. Tider kring barnens dagis- och skolgång liksom deras andra aktiviteter är inte förhandlingsbara utan måste anpassas till en omkringliggande värld av sociala aktiviteter och hänsynstagande (fritidsintressen, kompisar m.m.). Sarah och Per-Fredrik befinner sig i en annorlunda situation. Eftersom de båda i någon bemärkelse lever ensamma (även om Sarah har såväl kvinnlig sambo som särboende pojkvän) är deras sociala hänsynstagande i hemmet inte fullt lika påtagliga som för Jussi. Som yngre vuxna boende i en storstadsregion lever de dock båda två aktiva sociala liv med mycket kvällsaktiviteter som självfallet också styr hur deras dagar organiseras. Per-Fredrik arbetar som frilansjournalist präglas på detta sätt av olika typer av hänsyn: å ena sidan är han beroende av att anpassa sig till speciella arbetstider eftersom de personer han, i sin yrkesutövning, står i ständig kontakt med (redaktioner för vilka han frilansar, personer som intervjuas för olika artiklar) ofta finns tillgängliga under kontorstid. Å andra sidan finns mycket information på Internet tillgänglig dygnet runt och han är helt fri att skriva sina artiklar närhelst han behagar, och skulle alltså kunna använda dagtiden till helt andra sysslor än arbetet. Sarahs tid är mer formellt strukturerad, i synnerhet som hennes nuvarande universitetskurs

innehåller betydligt fler undervisningsmoment, grupparbeten m.m. än vad hon tidigare varit van vid i sina studier. Denna strukturerade tid innebär dock endast att hon har maximalt ett undervisningstillfälle om dagen (à ca två timmar) vilket trots allt lämnar en stor del av tiden fri att disponera som hon själv vill. Här kan man konstatera en intressant skillnad mellan hur Sarah och Per-Fredrik förhåller sig till tiden: Sarah försöker visserligen skapa en tidsmässig struktur för arbetstidens och fritidens organisering ("man får sätta på TVn efter klockan fem"), men hävdar samtidigt att hon även kvällstid känner en press att hon borde studera sin universitetslitteratur. Per-Fredrik skapar en mer tydlig gräns mellan arbetstid och fritid och håller ganska strikt på sina arbetstider (nio till sex med en riktig lunchpaus mitt på dagen). Det bör också påpekas att förhållandet till vardagens symboliska gränser därför också är en i mångt och mycket mental aspekt. Jussi som med hänsyn till familjen avser att inte arbeta efter klockan sex på kvällarna, eller ägna tid åt arbetet på helgerna, kan dock aldrig till fullo koppla av konstnärskapet (det händer ofta att han har svårt att slita sig från ateljén och "arbetar över" kvällstid, precis som att familjens helgaktiviteter ofta utmynnar i utflykter där den gemensamma aktiviteten kombineras med t.ex. insamlingar till olika konstnärliga projekt). För Per-Fredrik däremot är det betydligt lättare att "stänga av" arbetet när arbetsdagen är slut, trots att det egna arbetet även för honom är en stolthet och en viktig del av den egna identiteten. För Jussi och Per-Fredrik, som båda valt en ekonomiskt osäker och okonventionell yrkesbana innebär den ekonomiska pressen kring arbetet också att de känner behovet av att arbeta mycket för att få de ekonomiska hjulen att snurra (även om Per-Fredrik menar att detta snarare tar sig uttryck i dåligt samvete för att han inte är tillräckligt aktiv som journalist än i faktiskt utfört arbete).

I det följande kommer mediernas roll i konstruktionen av vardagens symboliska rum att diskuteras med utgångspunkt i de personligt hållna, etnografiskt orienterade vardagslivsberättelserna ovan. Fokus kommer att ligga dels på mediernas rituella betydelse i skapande av gränser mellan arbete och fritid, dvs skapandet av speciella "arbetsrum" och arbetstider i vardagen och på konstruktionen av olika mentala gränser för ett accepterat vardagsbeteende. Vid sidan av den vardagsrituella aspekten av medieanvändningen kommer även mediernas delaktighet i skapandet av de vardagliga regionernas karaktär att analyseras.

Medieväxling som vardagsritual

För samtliga tre respondenter utgör hemmet en mångfacetterad plats eftersom det används för såväl arbete, vila, social gemenskap som stunder av avskildhet och ro. Hemmet kan sägas vara en plats som präglas av stark personlig exklusivitet i den mån att vem som helst inte har tillträde dit eller kan förväntas dyka upp där. Om man dock arbetar hemma, som respondenterna ovan gör, luckras graden av exklusivitet upp. Jussi får besök av kunder, samarbetspartners, journalister och andra, som tas emot i hemmet. Per-Fredrik jobbtelefon har samma nummer som hans hemtelefon och därmed blandas privata och offentliga samtal ihop. De kontinuerliga grupparbeten som Sarah och hennes kursare gör kan göras på bibliotek eller i hemmet hos någon gruppdeltagare. Hemmets profilering är alltså föränderlig och ändras med den syssla som för närvarande företas och med de utomstående personer som ges tillträde dit. För att vardagen skall fungera och dess olika sysslor få plats inom hemmets väggar används olika sätt att skapa rum för de olika vardagliga sysslorna (arbetssysslor och fritidssysslor), där medierna spelar en viktig roll i den symboliska transformationen av rummet. I mer symboliskt betydelseladdade ritualer, t ex ett giftermål eller ett dop, använder man gärna särskilt symbolladdade artefakter (ringen, vigvattnet) för att tydligt markera att en gräns överskridits och att den tid som föregick ritualen var något annat än den efterföljande (Turner 1977, Rothenbuhler 1998:kap 1, Couldry 2003:3, 22-25). På samma sätt kan medierna utgöra ett sådant tecken för att transformera ett symboliskt rum till ett annat tillstånd.

För Jussi, Per-Fredrik och Sarah utgörs transformationen av hemmet här av tre dimensioner som kan kombineras med inbördes individuella variationer: en geografisk, en intermedial och en intramedial dimension. Den geografiska dimensionen utgörs av den faktiskt rumsliga dimensionen: hur rummet eller rummen är konstruerade i hemmet och hur den faktiska förflyttningen sker i transformationen från fritidssfär till arbetsfär. Den intermediala dimensionen handlar om hur man växlar mellan olika medier och där medieväxlingen blir ett rituellt betydelseladdat tecken. Den intramediala dimensionen, slutligen, handlar om hur betydelsen av att växla medieinnehåll inom samma medium kan vara en del av samma rituella transformation av vardagens rum.

Geografisk dimension

Betydelsen av den geografiska dimensionen skiftar självfallet beroende av den fysiska miljöns beskaffenhet. Jussi har i någon bemärkelse den materiellt mest tydliga uppdelningen mellan vardagens tidrum. Sedan några månader finns på tomten till familjens boningshus en färdigställd ateljé där Jussi numera utför de mer tydligt artistiskt skapande delarna av sitt yrke (annat, som att gjuta former för skulpturer eller rama in tavlor, gör han fortfarande inne i det gemensamma boningshuset). Att familjen försvinner på morgonen skapar i sig en naturlig start på arbetsdagen. Jussi, som ser morgonnyheterna på svensk TV, brukar då lämna boningshuset och gå ut i ateljén. Där har han sin arbetsmässiga bas även om arbetet ibland innebär ett springande mellan ateljén och boningshuset. Ateljén blir på detta sätt ett riktigt, materiellt, arbetsrum att förflytta sig till, även om det ligger på tomten till hemmet och inom räckhåll för familjen (ett av barnen kom t ex in och pratade en stund under intervjun).

Per-Fredrik bor ensam i en trerumslägenhet i ett hyreshus där ett av rummen utgör arbetsrum. I hemmet finns många olika typer av medier; böcker, tidningar, tidskrifter, radio, TV, video och DVD-spelare, filmer, dator och dataspel. Medierna är dock tydligt uppdelade i hemmet där TVn, videon och DVD-spelaren, radion, dagstidningen och de skönlitterära böckerna befinner sig i vardagsrum, sovrum och kök medan de arbetsrelaterade tidskrifterna, böckerna samt datorn finns i arbetsrummet. Datorn, på vilken han också lyssnar på radio under arbetstid och spelar dator (på fritiden) fungerar, liksom telefonen således gränsöverskridande i Per-Fredriks vardag. Hans arbetsdagar präglas också av en tydlig förflyttning, där frukosten på morgonen intas i köket men där morgonrutinen också omfattar att gå in i vardagsrummet där TVn står för att se TV-nyheter och ta del av nyheter på Text-TV. Arbetet utförs i arbetsrummet där datorn, bandspelare för inspelning av intervjuer via telefon, samt en stor mängd arbetsrelaterade papper och papper finns. Per-Fredrik tar en ordentlig paus från arbetet vid lunchen och går då ut i köket (och lyssnar på P1 medan han äter). Rörelsen mellan rummen skapar gränser för ett accepterat beteende, tid för arbete och tid för rekreation.

För Sarah, som nyligen flyttat in, tillsammans med en kompis, i en ett och en halvrummare är en dylik fysisk förflyttning inte möjlig. Lägenheten består av ett rum som rymmer Sarahs sovplats, en gemensam matplats, TVn samt en liten hylla, en mindre kokvrå samt ett litet matrum som idag användes som sovrum av hennes samboende kompis. Förflyttningar

i rummet omöjliggörs helt enkelt av de små ytor som finns att röra sig på, och av att dessa ytor redan är ockuperade av andra, hårt profilerande, funktioner (det kan t.ex. vara svårt att studera med någon form av effektivitet i sängen). Eftersom Sarah är nyinflyttad och ännu inte hunnit flytta över sin dator som står kvar i hennes gamla studentrum, har hon just nu inte möjlighet att sitta och arbeta vid datorn som kanske skulle kunna fungera som en mer tydligt markerad arbetsplats i hemmet. Nu är hon istället hänvisad till de ställen i hemmet som står till buds; sängen, golvet eller matbordet (TVn ser man också från sängen). Som universitetsstudent skulle Sarah kunna tillbringa dagarna på något bibliotek men hon tycker inte att miljön där är tilltalande (det gör anspråk på att vara tyst, men är det i praktiken inte) och hon studerar därför hellre på olika kaféer där det höga oväsendet fungerar avskärmande och gör det lättare för henne att koncentrera sig. De mesta studierna utför hon dock i hemmet.

Intermedial dimension

Den intermediala dimensionen handlar om att befästa den fysiska förflyttningen i rummet och med mediernas hjälp addera en symbolisk transformation av rummet och tiden (från fritid till arbetstid). Både Jussi och Per-Fredrik använder mycket tydligt medierna på detta sätt. Jussi, vars morgonvanor omfattar att se på morgon-TV i hemmet innan han börjar arbeta tar med sig TV-tittandet ut i ateljén och skapar därmed ett vardagligt liminalt tillstånd mellan arbete och fritid där den fysiska omgivningen är arbetets (ateljén) men den symboliska är fritidens (TV-programmet).² Arbetets egentliga igångsättande markeras av att TVn stängs av och att radion istället sätts på (Sveriges Radios P1). För Per-Fredrik ser iklädandet av yrkesrollen ut på liknande sätt. Även han markerar den rumsliga förflyttningen genom att växla medieform – även här stängs TVn och morgonnyheterna av och ersätts av radion (dock Sveriges Radios P2). Per-Fredrik har också organiserat sina medier i hemmet så att TV-tittande samtidigt med arbetet inte är möjligt eftersom han då måste lämna arbetsrummet för hemmets mer privata arenor (vardagsrummet). Han berättar dock att han emellanåt lämnar arbetsrummet för TVn på eftermiddagen men denna förflyttning innebär då att arbetet avslutats för dagen (vilket ger honom dåligt samvete). När TVn satts på har fritiden inträtt. Sarah, som har svårt att koncentrera sig om det inte är tyst (eller är tyst på fel sätt) brukar inte ha några medier på alls samtidigt som hon studerar. När hon kommer hem efter föreläsningen, ofta runt lunchtid, äter hon något samtidigt som hon läser färdigt morgontid-

ningen (som ett sätt att slippa ta itu med studierna). Sammanläggningen av tidningen markerar att det är tid för studier och därefter brukar hon inte ägna sig mer åt andra medier förrän efter klockan fem. Även om hon ibland tycker att hon inte studerar tillräckligt intensivt och anser sig ha svårt att koncentrera sig på studierna i den mån hon borde (och också känner dåligt samvete över detta) släpper hon inte in några andra medier under denna ”studietid” på eftermiddagen som är vikt åt hennes plikter. Först när klockan passerat fem transformeras Sarahs hem tillbaka från en arbetsplats till en privat sfär, av mer tillåtande karaktär. Till skillnad från Per-Fredrik och Jussi saknar Sarah dock trots detta en tydlig gräns för när arbetstiden avslutas kvällstid. Även om hon blir mer tillåtande vad gäller olika former av mediebruk efter klockan fem på eftermiddagen upplever hon dock att hon borde arbeta även efter tiden, och hon tillbringar emellanåt också någon timma kvällstid med att studera. Först därefter känner Sarah att hon har egentlig rätt att vara (formellt) ledig och kan då också se på TV utan att känna dåligt samvete.

Intramedial dimension

På samma sätt fungerar den intramediala transformationen av vardagen. För Jussi är denna förändring av vardagligt fokus tydligt orienterat i en trestegsmodell, där den fysiska förflyttningen från huset och ut i ateljén kombineras med en växling av medium (från TV till radio). Det slutliga inträdandet i yrkesjaget markeras av att Jussi också byter radiokanal, från Sveriges Radios P1 till P2 eftersom han upplever att pratet i P1 fungerar störande för arbetet. Han uttrycker också att han egentligen tycker sig ha behov av en CD-spelare i ateljén för att med större frihet kunna välja den musik som är optimal som ackompanjemang till arbetet. Denna intramediala medieväxling utgör en markering av att han nu står helt till arbetets förfogande; efter denna sista markering av ändrat fokus i vardagen upplöses helt den yttre tidens gång och han brukar därefter inte ta några pauser eller knappt heller ta sig tid att äta lunch.

Både Jussi, Per-Fredrik och Sarah använder också medierna för att transformera tillbaka tiden till fritid och rummet till ett ledighetsrum och det är TVn som fungerar som rekreationsmarkören för alla tre. För Jussi som brukar stanna i ateljén ungefär fram till klockan sex markeras övergången tillbaka från arbete till fritid genom att han ofta växlar tillbaka till morgonens mediebruk och sätter på nyheterna i Sveriges Television som sänds klockan fem på eftermiddagen (klockan fyra svensk tid). Genom denna nyhetsstund förändras fokus igen tillbaka till ledigheten. Per-

Fredrik använder TVn på ungefär samma sätt. Även han markerar arbetsdagens slut med att sätta på TV-nyheterna (klockan sex) och han upplever på samma sätt att vissa typer av mediebruk inte kan kombineras med arbetet (t ex TV eller pratradio som P1). Ibland kan Per-Fredrik sätta sig framför TVn tidigare på eftermiddagen, men detta skapar dåligt samvete eftersom arbetsdagen då slutar tidigare än avsett. Även Sarah har en liknande gräns – efter klockan fem är TVn tillåten menar hon, även om Sarahs tidsorganisering, som tidigare nämnts, är mindre strikt organiserad än de båda andras.

Vardagens ramar

Vi har ovan sett hur transformationen mellan det som Goffman kallar för vardagens temporära rituella tillstånd (1959/1974:30) bli kommer tillstånd genom fysiska förflyttningar och genom att växla mellan olika medier och kanaler och hur denna medieväxling kan förstås som nyckelelement som bidrar till att definiera en speciell situation, t ex arbetssituationen eller ledigheten. Dessa rituellt konstruerade tillstånd kan beskrivas som regioner som skapar förutsättningar för hur vi agerar och interagerar med andra i vardagen och organiseras genom de basala egenskaper och element som definierar situationen (dvs situationens ram) och de regler för beteende som omfattar regionen (dvs graden av profilering). Medierna bidrar således till konstruktionen av vardagens ramar på två fundamentala vis; dels som materiella artefakter som i olika kombinationer strukturerar rum och beteende, och dels som symboliskt betydelseladdade ting vars närvaro i rummet dominerar respektive lämnar utrymme för olika typer av handling. En följdfråga här rör även hur denna konstruktion bidrar till de vardagliga situationernas profilering, dvs. hur normer för beteende länkas till olika medialt konstruerade miljöer.

För att förstå mediernas betydelse i organisationen av vardagen skall vi därför titta närmre på hur rummets organisation tillsammans med medierna skapar förutsättningar för vissa typer av agerande. Dessa ramar finns å ena sidan inbyggda i rummet självt men är å andra sidan också skapade av de konventioner som styr vårt sociala beteende; konventioner som också är verksamma då vi agerar i ensamhet eller interagerar med ett medium.³ Jussis ateljé är t ex konstruerad på ett sätt som främjar ett specifikt beteende, där en viss typ av mediebruk blir naturlig och annan blir avvikande. Arbetsrummet utgörs i själva verket av ett eget litet hus vars konstruktion med öppet inntak skapar den rymd och det ljus man vanligtvis förknippar med konstvärlden (jfr

t ex gallerier, konstmuseer). Även i övrigt är ateljén skapad i enlighet med en konstnärlig norm: vitmålat trägolv, vita väggar, sparsmakat med möbler – en fåtölj, en liten vitmålad hurts med en bukett blommor ovanpå och rullvagnen med TVn, en bokhylla med konstaböcker (stora, tunga, på svenska, engelska och franska) samt ett snedställt ritbord. Fönstret längs kortväggen är stort, sitter lågt och vetter ut emot en lerig hästhage och mot vattnet som skymtar bortom hagen. Naturen kommer på detta vis nära, men är genom glasrutan ändå avskärmad. Solljuset som faller in i ateljén var när intervjun genomfördes så starkt att Jussi var tvungen att täcka över de kriterier som låg där eftersom de annars hade smält. I denna sparsmakade miljö ryms endast konstnären och konsten. Allt annat som kan störa har rationaliserats bort, och det är inte svårt att se hur denna miljö endast ger utrymme åt det kreativa konstnärliga arbetet det byggts för. Här saknas t ex tidningar, tidskrifter och böcker utöver de konstinriktade (och de är i sin tur få). Det enda aparta inslaget i denna miljö är TVn som utgör en oväntad länk till omvärlden – även om den huvudsakligen fungerar som ett rituellt tecken för att transformera den lediga tiden till arbetstid och tillbaka igen. I denna avskärmade miljö saknas fast telefon (fast Jussi har sin mobiltelefon med sig ut) och prat och sång är också exkluderade. Arbetets profilering skapas alltså såväl rumsligt som audiovisuellt med mediernas hjälp.

Per-Fredriks arbete som frilansjournalist är betydligt mer medialt organiserat. Som journalist sitter han uppkopplad vid datorn hela dagarna – hyreshuset han bor i har bredband – och talar mycket i telefon. Dessa medier gör också att hans privata sociala kontakter är mer närvarande under hela arbetsdagen, en morgonritual han ofta börjar arbetsdagen med är bl a att ringa några kompisar som också är egna företagare, samt att kolla några websidor som han har intresse av privat. Per-Fredrik kollar för övrigt upp nyheter på Internet regelbundet under hela arbetsdagen. Arbetsrummet är alltså inte alls avskärmat från omvärlden på samma sätt som Jussis utan länkas genom medierna ständigt till den omgivande världen, vilket också avspeglas vid en jämförelse mellan de två arbetsrummen. Då Jussis är avskalad och fritt från kanaler till omvärlden är Per-Fredriks istället fullt med medier och sått att meddela sig med. Hans arbetes karaktär är ju också betydligt mer upphängt kring kontakter med omvärlden och även om Per-Fredrik har skapat egna tidsmässiga gränser för när hans arbete slutar och börjar så är gränserna betydligt mer flytande än hos Jussi. Rummets profilering definieras dock genom valet av de medier som finns där: datorn, telefonen med inspelningsfunktion (för yrkesmässiga telefonsamtal),

papper och pärmar med arbetsrelevans. Denna medietätet skiljer sig högst betydligt från de medier som finns utanför arbetsrummet: dagstidningar, video, DVD, skönlitterära böcker, som i sin tur är del av annat normsystem.

Hemma hos Sarah skall samma yta fylla en mängd olika funktioner och därmed skapas inte en lika tydlig materiell profilering av rummet (lägenhetens enda). Rummet är matrum och TV-rum för Sarah och hennes sambo och rymmer dessutom Sarahs säng. Där finns alltså matbord och fyra stolar, en säng, TV på ett mindre TV-bord samt en smal hylla. I Sarahs fall saknas den tydliga rumsliga profilering av arbetet som finns hos Jussi och Per-Fredrik som kunnat skapa explicita utrymmen som, med mediernas hjälp (eller i avsaknad av dem) bygger upp en normativ ram för beteende. Hon kan heller inte markera vardagens rituella transformationer genom fysisk förflyttning utan måste ta andra medel till hjälp. Profileringen av Sarahs arbetsrum saknas egentligen helt eftersom samma fysiska rum också rymmer en mängd olika funktioner: TV, radio, video, tidningar (och snart också dator) finns ständigt till hands och endast den mentala strukturen sätter gränser. Så är också Sarahs tidsmässiga struktur mer flytande än de båda andras och hennes medieanvändning och studietid flyter delvis in i varandra.

Den av respondenterna som upprätthåller den kanske tydligaste gränsen mellan vardagens sfärer är Per-Fredrik vars vardagliga transformation av hemmet från en fritidssfär till en arbetssfär och tillbaka igen skapas genom en fysisk förflyttning i kombination med en växling av medieformer. När Per-Fredrik går in i arbetsrummet på morgonen är endast viss typ av mediebruk, instrumentell klassisk musik på radion, tillåten (utöver det mediebruk, främst via Internet, som räknas som en del av hans arbete). De av lägenhetens rum som ligger utanför arbetsrummet har alltså fortfarande sin starka personliga exklusivitet som han kan träda in i under lunchpausen eller om han någon dag beslutar sig för att "sluta tidigt". Eftersom Per-Fredriks arbete främst omfattar medierad interaktion med andra, en interaktion som rent fysiskt inte når utanför arbetsrummet, bryts också sällan denna hemmets exkluderande profilering.

Jussi har också en tydligt geografisk avgränsning mellan arbete och fritid, genom den ganska nyligen färdigställda ateljén där huvuddelen av hans arbete genomförs, men han springer samtidigt ofta emellan ateljén i trädgården och källaren i boningshuset där delar av arbetet utförs. Med arbetets olika sysslor och de olika typer av medieväxlingar som följer med skapas tydligt olika brukarmodi i Jussis arbetsdag. I Jussis transformation mellan arbete och fritid finns

TVn med som en central del, och det sista han gör innan han lämnar boningshuset för att gå ut i ateljén är att se TV-nyheterna. Trots att han sedan under dagen ofta flera gånger återvänder in i huset för att utföra vissa delar av arbetet lämnas TVn avstängd till förmån för andra medier. I ramverkstan där han snickrar och arbetar fysiskt med sina händer finns möjlighet att låta tankarna och händernas arbete skiljas åt och därmed kunna lyssna på P1 i Sveriges Radio. Under arbetet ute i ateljén fungerar mediet däremot mer exkluderande och genom den klassiska musiken i P2 skapas ett brukarmodus som stänger allt utomstående ute och också vänder honom bort från musiken. Endast konstnären och konsten får rum i detta rum.

Sarah är den av respondenterna som har den minst tydliga fysiska förflyttningen i transformationen mellan arbete och fritid, och också den minst tydliga tidsmässiga strukturen i vardagen. Detta kommer sig självfallet också av att Sarah, i lägre grad än de båda övriga, är beroende av en omvärlds tidsmässiga struktur. I Sarahs lilla delade etta med kokvrå saknas möjlighet till fysisk förflyttning mellan arbets- och fritidssfären och den symboliska transformationen måste därmed befästas särskilt tydligt genom andra rituella tecken. I Sarahs fall används medierna som en tidsstruktur där dagstidningsläsningens avslutande markerar slutet på lunchen och där den tidsmässiga gränsen för arbetstiden går klockan fem då TVn blir tillåten. Vid detta klockslag förändras alltså rummets exklusivitet och ett mer ledigt beteende blir tillåtet. Dock innebär inte denna rummets transformation att Sarah kan känna sig helt ledig för det. Hon brukar snarare känna att minst en timmes läsning på kvällen är nödvändig för att hon skall kunna känna sig helt bekväm framför TVn. Trots att Sarah genom sin personliga mediereglering försöker skapa tydliga gränser för vardagens regioner hindrar rummets konstruktion och hennes dåliga samvete transformationen att helt slå igenom.

Medierna, och deras olika typer av texter, förknippas således av respondenterna med olika socialt konstruerade krav på mental närvaro. Dessa krav kan också i olika hög grad förknippas med vardagens fritids- och arbetssfärer. Mediernas profilering av vardagens tidrum skapar således olika typer av normer för beteende i de tre individernas vardagsliv. Detta ges uttryck genom föreställningar om mediet och dess innehåll men skapas samtidigt i förhållande till den omgivande sociala kontexten. Allra tydligast accentueras detta genom televisionens tydliga sammankoppling med ledighet och befrielse från plikter – även om Jussis strikta reglerande av barnens TV-tittande också belyser andra moraliskt orienterade överväganden om vardagligt mediebruk (jfr. Morley 1986,

Andersson&Jansson 1998, Jensen et al 1993, m.fl.). Sarahs komplicerade relation till läsning vars å ena sidan kulturella legitimitet men å andra sidan pliktorientering skapar svårigheter för henne att njuta av sin läsning då den innebär en ständig påminnelse om de studier hon har dåligt samvete för. Dagstidningsläsning utgör på samma sätt ett intressant fall då detta huvudsakligen är en fritidssyssla som utförs i hemmet (jfr Nilsson 2004:249), men vars pliktorienterade innehåll samtidigt skänker en kulturell legitimitet (jfr. även Hagen 1994, Jansson 1998). Jussis användning av TV-nyheter som ett rituellt organiserat tecken för förflyttning mellan arbete och fritid pekar likaledes på nyhetsgenrens position som brygga mellan vardagligt nytta och nöje. Datorns betydelse för Per-Fredrik, som huvudsakligt arbetsredskap såväl som nöjeskanal och datorspelsstation skapar också klivenhet inför dess användning och förflyttning mellan sfärer.

Hemmet, medierna och den postindustriella vardagen

Vad säger oss då ovanstående om mediernas betydelse för hemmet i det postindustriella samhället? När strikta gränser mellan arbete och fritid, genom avsaknad av industriproduktion undanröjts träder andra mekanismer för vardagsstruktur in. För de tre respondenterna ovan griper medierna in i vardagen på åtminstone tre olika sätt. Dels skapar medierna gränser i de fysiska rummen. Detta genom att olika typer av mediemiljöer konstrueras, genom kombination av olika konstellationer av medier likt Per-Fredrik, eller genom att som Jussi näst intill tömma vissa rum på mediala länkar till omvärlden och därmed på distraherande moment. Genom dessa konstruktioner och kombinationer av det mediala rummet erbjuds olika ramar för socialt beteende. Men medierna skapar också gränser mellan vardagens symboliska rum. Genom att, likt rituellt betydelssladdade tecken, accentuera förflyttningar som för såväl Jussi, Per-Fredrik och Sarah öppnar sig rum för olika typer av vardagsrituella tillstånd; arbete, lek, vila, m.m.

Utöver detta utgör medierna länkar mellan de fysiska rummen och också till världar utanför (jfr. Larsen 2000:165-190). Per-Fredriks kontinuerliga användning av hemsidor, e-post, telefon och webradio skapar en kontinuerlig kontakt med omvärlden, liksom telefonen även fungerar gränsöverskridande inom hemmets faktiska rum genom att arbetstelefonen i arbetsrummet och hans privata telefon nås genom samma telefonnummer. Också de symboliska rummen i vardagen länkas på detta sätt till varandra genom mediernas transformerande betydelse. Jussis liminala nyhetstittande i ateljén utgör en dylik län-

kande aspekt liksom Sarahs svårigheter att läsa skönlitteratur eftersom skönlitteraturen utgör en ständig påminnelse om hennes studiers plikter.

Den postindustriella vardagen i den tappning den har för de tre respondenterna som analyserats här utgör en, i social bemärkelse, speciell situation. Enligt Goffmans tidiga teori om vardagslivet skapas situationens ramar till stor del genom social interaktion mellan människor (1959/1974). Det är i relationen till andra individer och sociala miljöer vi väljer att agera och presentera oss själva på speciella sätt. I det ovanstående skapas dock situationens ram (och därmed rummets profilering) av individer som befinner sig i fysisk ensamhet, men självklart i relation till den sociala omvärldens förväntningar (exempelvis gällande arbete, produktion och vardagens organisation). Genom att använda sig av yttre faktorer, så som kombinationer av medier och rummets materialitet, kan den rätta situationella ramen för beteende skapas trots avsaknad av andra.

Mediernas profilering av beteende inom det symboliska, och materiella, rummet reglerar således individernas beteende även i ensamhet. Modernitetens separation av det offentliga och det privata, även på ett mikroplan, i hemmet, innebär sålunda inte att den privata sfären – som kanske upplevs som allra mest privat när vi också befinner oss i ensamhet – skulle kännetecknas av någon slags normlöshet (jfr Elias, 1994).

Dessa ramar konstrueras dock på olika sätt; Jussi och Per-Fredrik förhåller sig exempelvis till en tydlig

materiell ram där olika fysiska avgränsningar inom hemmets väggar bidrar till gränslinjer mellan arbete och fritid i vardagen. Utöver detta återfinns den symboliska nyckeln till situationernas ram, och därmed till vår uppfattning och bedömning av dem, bl.a. i medierna och dess innehåll. Jussis intramediala växling av medieinnehåll som transformerar rummet etappvis från fritidssfär till arbetssfär belyser en dylik vardaglig nyckelfunktion liksom Per-Fredriks eftermiddagstittande på *The Simpsons*, vilket automatiskt innebär en avslutning på arbetsdagen.

Mediernas symboliska betydelse i vardagslivet såväl upprätthåller, som bidrar till en uppluckring av, modernitetens strikta uppdelning av vardagen i offentliga och privata arenor. Upprätthållandet skulle således, hos dessa respondenter, tydliggöra en märkbar strävan efter att separera vardagen i arbete och fritidssfär. Samtidigt verkar mediernas gränsöverskridande karaktär för en uppluckring av dessa gränser genom att, likt datorn eller telefonen, erbjuda möjlighet till mikropauser under arbetstid. Inte desto mindre accentueras en tydlig skillnad mellan denna arbetssituation och den förindustriella produktionen, där vardag (och samhälle) saknade tydlig uppdelning i privat och offentlig sfär. I ovanstående analys accentueras tydliga gränser mellan det privata och det offentliga i vardagen, mellan arbete och fritid (även om dessa gränser ibland inte alltid efterlevs i praktiken). Dessa gränser organiseras individuellt liksom de vidhängande normer för acceptabelt beteende som organiserar tillvaron inom hemmets fyra väggar.

Noter

1. Stockfelt använder termen lyssnarsituationer, och lyssnarmodi, men med vardagens tvärmedialitet i fokus är de vidare termerna brukarsituationer och brukarmodi mer adekvata.
2. Den mjukare termen liminoid, i betydelsen ”liminal-like”, (Couldry 2003:33) skulle här kunna användas, till skillnad från det mer strikt antropologiska begreppet liminal. Att jag trots detta använder begreppet liminal för att beskriva ett gränstillstånd mellan två separerade rituella tillstånd innebär inte ett förnekande av skillnaden mellan den religiösa och den vardagliga ritualen.
3. Jfr. exempelvis J.B. Tompsons begrepp ’medierad kvasiinteraktion’ som syftar till att beskriva den typ av interaktion som umgänget med massmedierna utgör (1995: 84 ff).

Referenser

Ahrne, Göran (1981) *Vardags verklighet och struktur*, Göteborg: Korpen.

- Andersson, Magnus/André Jansson (1998) ‘The Blurring of Distinctions: Media Use and the Progressive Cultural Lifestyle’, *Nordicom Review* nr 2 1998: 63-77.
- Bausinger, Herman (1984) ‘Media, Technology and Daily Life’, Translated by Liliane Jaddou & John Williams, *Media Culture and Society*, 6, 343-351.
- Campbell, Colin (1987) *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, Oxford, Basil Blackwell
- Castells, Manuel (1996/2000) *The Rise of the Network Society (The information age: Economy, Society, Culture. Vol. 1)*. Second edition. Oxford: Blackwell.
- Connell, John & Chris Gibson (2003) *Sound Tracks. Popular Music, Identity and Place*. London and New York: Routledge.
- Couldry, Nick (2003) *Media Rituals. A Critical Approach*. London and New York: Routledge.
- Elias, Norbert (1994) *The Civilizing Process*. Translated by Edmund Jephcott. Oxford, Cambridge, Mass: Blackwell.
- Frykman, Jonas & Orvar Löfgren (1979) *Den kultiverade människan*. Lund: Gleerups.

- du Gay, Paul (1995) *Consumption and Identity at Work*. London: Sage.
- Gauntlett, David/Anette Hill (1999) *TV Living: Television, Culture and Everyday Life*, London, Routledge in association with the British Film Institute.
- Geertz, Clifford (1973) *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Books Inc.
- Giddens, Anthony (1984) *The Constitution of Society. Outline of the Theory of Structuration*. Berkely and Los Angeles. University of California Press.
- Giddens, Anthony (1990) *The Consequences of Modernity*. Cambridge : Polity in association with Blackwell.
- Giddens, Anthony (1991) *Modernity and Self-identity: Self and Society in the Late Modern Age*, Stanford, California: Stanford University Press
- Goffman, Erving (1959/1974) *Jaget och maskerna: En studie i vardagslivets dramatik*. Stockholm: Norstedts Akademiska Förlag.
- Goffman, Erving (1974) *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*. Boston: Northeastern University Press.
- Gray, Anne (1992) *Video Playtime: The Gendering of a Leisure Technology*. London: Routledge.
- Gullestad, Marianne (1996) *Everyday Life Philosophers: Modernity, Morality and Autobiography in Norway*. Oslo, Stockholm: Scandinavian University Press.
- Hagen, Ingunn (1994) 'The ambivalence of TV News Viewing: Between ideals and everyday practices', *European Journal of Communication* 9(1994), 193-220.
- Hermes, Joke (1995) *Reading Women's Magazines*. Cambridge: Polity Press.
- Holmberg, Sören & Lennart Weibull (red.) *Opinions-samhället*. Göteborg: SOM-institutet.
- Holmberg, Sören/Lennart Weibull (2004) *Ju mer vi är tillsammans. Tjugosju kapitel om politik, medier och samhälle*. Göteborg: SOM-institutet.
- Huizinga, Johan (1950): *Homo Ludens. A Story of the Play Element in Culture*. Boston. The Beacon Press.
- Hellström Hans (1999) *Kultur, arbete, tid*. Stockholm: Carlssons.
- Jansson, André (1998) 'Medieanvändning som medborgerlig plikt?' i Holmberg, Sören och Lennart Weibull (red.) *Opinionssamhället*. Göteborg: SOM-institutet.
- Jensen, Klaus Bruhn, Kim Schröder, Tine Stampe, Henrik Søndergaard & Jørgen Topsøe-Jensen (1993) *Når danskere ser TV: En undersøgelse af danske seeres brug og oplevelse af TV som flow*. Fredriksberg: Samfundslitteratur.
- Larsen, Bent Steeg (2002): *Medier til hverdag. En undersøgelse av mediebrug og hverdagsliv*, København: Københavns Universitet.
- Latour, Bruno (1992) 'Technology is Society Made Durable' in John Law (ed.) *A Sociology of Monsters: Essays on Power, Technology and Domination*. London: Routledge.
- Latour, Bruno (1991/1993) *We have Never been Modern*. Translated by Catherine Porter. London: Harvester Wheatsheaf.
- Lefebvre, Henri (1974/1991) *The Production of Space*. Translated by Donald Nicholson-Smith. Oxford UK and Cambridge USA: Blackwell.
- Lefebvre, Henri (1991) *Critique of Everyday Life Vol 1*, Translated by John Moore. London: Verso.
- Lefebvre, Henri (1992/2004) *Rythmanalysis. Space, Time and Everyday life*. Translated by Stuart Elden and John Moore. London and New York: Continuum.
- Nilsson, Åsa (2004) 'Vanliga och mer ovanliga dagars medieanvändning', (Media Use of Usual and More Unusual Days) i Holmberg, Sören och Lennart Weibull (2004) *Ju mer vi är tillsammans. Tjugosju kapitel om politik, medier och samhälle*. Göteborg: SOM- Institutet.
- McLuhan, Marshall (1964) *Understanding Media. The Extension of Man*. New York: McGraw-Hill.
- Meyrowitz, Joshua (1985) *No Sense of Place. The Impact of Electronic Media on Social Behaviour*. New York: Oxford University Press.
- Moring, Tom & Andrea Nordqvist (red.) *Svenska medier i Finland*. Helsingfors: Svenska social och kommunalhögskolan vid Helsingfors universitet (SSKH Forskningskrifter nr. 13).
- Morley, David (1986) *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. London: Routledge.
- Morley, David (2004) *Home Territories: Media, Mobility and Identity*. London and New York: Routledge.
- Nilsson, Åsa (2004) 'Vanliga och mer ovanliga dagars medieanvändning', i Holmberg, Sören och Lennart Weibull (2004) *Ju mer vi är tillsammans. Tjugosju kapitel om politik, medier och samhälle*. Göteborg: SOM- Institutet.
- Reimer, Bo (1994) *Dagstidningsläsning och kulturell identitet på Åland*. Göteborg: Institutionen för Journalistik och Masskommunikation.
- Rothenbuhler, Eric (1998) *Ritual Communication: From Everyday Conversation to Mediated Ceremony*. Thousand Oaks: Sage.
- Stockfelt, Ola (1988) *Musik som lyssnandets konst. En analys av W.A. Mozarts symfoni No 40, g moll K.550*. Göteborg: Skrifter från Musikvetenskapliga institutionen Göteborg: 18.
- Thompson, John B (1995) *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*. Cambridge: Polity Press.
- Turner, Victor (1977) *The Ritual Process: Structure and Anti-structure*. Ithaka, NY: Cornell University Press.
- Wasström, Maria (2002) 'Åland ett särpräglad medielandskap', i Moring, Tom & Andrea Nordqvist (red.) *Svenska medier i Finland*. Helsingfors: Svenska social och kommunalhögskolan vid Helsingfors universitet. (SSKH Forskningskrifter nr. 13).

Nostalgiske nationskonstruktioner

BRITTA TIMM KNUDSEN

Kroniken lever i kraft af sin Morten Korchske nostalgia og levn fra en svunden, drømt tid. Skandaler vil slå tv-serien i stumper og stykker. (Mogens Rukov i *Søndagsavisen*, 8. Januar 2006).

Mogens Rukovs udsagn om *Kroniken* peger på genrekonventioner og tilskuerforventninger. Den medie- og genrebevidste forbruger i dag vil ikke skuffes, og bliver det heller ikke, mener Mogens Rukov, idet han i samme interview kalder *Kroniken* "en slikket socialdemokratisk udgave af fortiden". Det sidste udsagn er interessant, fordi det peger på centrale faktorer i en *nostalgisk* fortidsforvaltning, nemlig dette, at nostalgiske udgaver af fortiden er "slikkede" og forblommede, dvs. fri for strittende modsætningsfuldheder og at enhver version af fortiden, hvad enten det drejer sig om den individuelle eller den kollektive historie, har betydning for et muligt fremtidsperspektiv (Storey 2003:86).

Denne artikel relancerer nostalgien som en central postmoderne oplevelsesmodus, som vi bør tage alvorligt. Artiklen kvalificerer begrebet således at dets kritiske og dynamiske potentiale fremtræder tydeligere, hvad der er nødvendigt for at forstå fænomenet aktuelt. Med udgangspunkt i opfattelsen af nationer som medierede fællesskaber (Anderson, 1983) argumenterer artiklen for at nostalgien som følelsesmodus ikke behøver at være udtryk for nationsopbyggende nationalisme, men kan ses som den følelsesmæssige oplevelse af et fællesskabsutopia. Materialet er i denne sammenhæng tv-serien *Kroniken*, en fiktiv repræsentation af et stykke Danmarks-historie fra midten af 50'erne til 1977.

Nostalgi – et forkæret begreb

Indenfor kulturforskningen anses nostalgi for at ligge tæt på en postmoderne sensibilitet. Man kan som den marxistiske amerikanske kulturkritiker Fredric Jame-

son anskue nostalgi som en vampyrisk eller kannibalistisk form, hvormed en postmoderne historieløs nutid nærer sig af fortiden. En nostalgisk omgang med fortiden er dømt til at være æstetisk overfladisk og pseudo-historisk (Jameson 1991: 67): den overeksponerer nutidige anskuelsesmåder af fortiden og den fortæller os ikke noget dybere om fortiden.

En anden form for postmoderne omgang med nostalgien ligger i oplevelsesindustriens kommercialisering af epoker og stiltends som marketingsredskab (Brown & Kozinets, Sherry, Jr. 2003).

Disse to vinkler på nostalgi – et kulturkritisk og et markedsførings-strategisk – er symptomatiske for den postmoderne omgang med nostalgi-begrebet. Udover disse anvendelser som kulturteoretikere og kulturalanalytikere ofte har været kritisk overfor, anvendes begrebet til at karakterisere kulturkonservatisme eller endog højrefløjpopulisme med. Nostalgi er ikke et uproblematisk begreb, men det er alligevel værd at undersøge om ikke alene begrebets og følelsens udbredelse alligevel gør det værd at beskæftige sig med begrebet på en nuanceret kritisk måde. *Kroniken* er utvivlsomt som medietekst en del af oplevelsesindustrien, men jeg vil alligevel forsøge at pege på de kritiske potentialer i begrebet i forhold til den nations-konstruktion, vi ser udfoldet i *Kroniken*.

Nostalgi som begreb blev første gang anvendt af den schweiziske læge Johannes Hofer til at diagnosticere en sygdom som menige soldater kunne komme til at lide af, når de gjorde tjeneste langt hjemmefra (Bronfen 1998, Boym 2001, Johanniesson 2001, Rasmussen-Hornbek 2001). I forhold til det græske begrebs toledede struktur "nostos", at vende hjem, og "algos", en smertefuld længsel, knytter nostalgien sig til andet led af begrebet, til den smertefulde længsel efter noget tabt. I Hofers beskrivelser får soldaterne diverse kropslige symptomer som svimmelhed, madlede mv. der endog medføre døden.

Termen er med andre ord skabt som en medicinsk term og er derfra gået over i det almene sprogbrug til at betegne følelsen af ”hjemlængsel”. Denne hjemlængsel er historisk forankret; den opstår med det moderne (Loewenthal 1985, Boym 2001). Den nostalgiske følelse kan først opstå med det radikale brud med fortiden som moderniteten installerer. Nostalgien opstår på det tidspunkt, hvor fortid, nutid og fremtid bliver tre ontologisk forskellige steder. Den historiske cæsur er omkring den franske revolution. Efter denne ses fremtiden ikke længere i umiddelbar kontinuitet med fortiden; den bliver med Loewenthals term ”a foreign country”. I øvrigt kan man opholde sig ved termens tid-rukelige karakter. Nostalgien synes på samme måde som romanen at være født med det moderne og have fortidsbruddet som afgørende kronotop.

Når der med det moderne installeres et fundamentalt brud med fortiden både i forhold til den enkeltes og det kollektives identitet, er vejen banet for at sige, at fortiden produceres og ikke genfortælles. Vejen er banet for at knytte fortidsrepræsentationerne til deres betydningsmæssige forankring i en nutid, i en bestemt kontekst, indenfor en bestemt struktur eller diskurs. Det interessante i denne sammenhæng er netop at se på hvilken rolle fortidsrepræsentationerne spiller i en nutidig sammenhæng.

Lad os gå videre med en udforskning af nostalgien som begreb. En udforskning af begrebets psykologiske og psykoanalytiske komponenter er foretaget af Elisabeth Bronfen (1998), der anvender Karl Jaspers tekst ”Heimweh und Verbrechen” (1909) som forlæg. Begge beskriver nostalgien som en ”maladie de l’imagination”. Nostalgikere synes at lide af en ufleksibel forestillingsevne: ”Nostalgics seems to suffer from their imaginations not being flexible enough to encompass a change in geography” (Bronfen 1998: 274). Nostalgien bliver da her et værn mod den hastige forandring og et udtryk for manglende fleksibilitet. Nostalgi skal ifølge Bronfen anskues som *beskyttelsesfiktioner* (protective fictions (ibid: 259). Nostalgi udtrykker følelsen af tab og hjemløshed, men følelsen er også en romance med fantasien, en slags digterisk idealiseret udgave af fortiden og hjemmet.

Bronfen tematiserer nostalgien med et indbygget fiktivt træk, det vil sige som en længsel efter et hjem, *der aldrig har eksisteret*. Jaspers empiriske eksempel drejer sig om unge piger omkring århundredeskiftet der blev sendt hjemmefra meget tidligt for at tjene ude hos andre familier med små børn. Disse piger udviklede ligeledes nostalgiske fantasier om lykke og fuldkommenhed om det hjem de havde forladt, og som nu i det fremmede var tabt for altid. Nostalgien

fremstår her tydeligt som en *utopi om fortiden*, det vil sige en forestilling om fortiden, som aldrig har været tilfældet, men som snarere udtrykker billedet af, hvordan *man gerne havde villet, det havde været*. Man kan sige, at nostalgi – som idealiserende fortidsrepræsentation – er et element i enhver identitets- og erindringsproces

Selve begrebet har undergået nogle forandringer på sin vandring op igennem kulturhistorien. Nostalgi blev i det 17. århundrede forbundet med begæret efter at vende hjem til hjemlandet. I det 19. århundredes Europa blev hjemlandet ensbetydende med nationalstaten og nostalgien fik det velkendte slægtskab med nationalisme og chauvinisme. I det 20. århundrede kan nostalgien ses i forbindelse med immigrationen og minoritetsgruppers forsøg på installationer af etniske gruppeidentiteter på fremmed grund. Og endelig kan vi sige, at det 21. århundrede er det århundrede, hvor nostalgien virkelig bliver central i fortidsforvaltningen.

Lidelsen har forvandlet sig fra at være en fysisk lidelse, som det var muligt at kurere til at blive et generaliseret vilkår – og dermed umuligt at kurere – i moderne menneskers psykologiske habitus. Skiftet mellem disse to former er betinget af et skifte fra rum til tid i nostalgis væsen. ”Time, unlike space, cannot be returned to ever; time is irreversible. And nostalgia becomes the reaction to that sad fact... Odysseus longs for home; Proust is in search of a lost time” (Hutcheon 1998: 2).

Hutcheon postulerer et sådan skifte, som jeg egentlig ville foretrække at tematisere som en modus mellem to former for nostalgi i Boyms forstand. Den restorative nostalgi anbelanger rum og muligheden for at restaurere et tabt hjem og den reflektive nostalgi vedrører længslens umulige indfrielse på grund af tidens irreversibilitet. Disse to strukturelle modi kan være fremherskende på forskellig vis i forskellige epoker og hvis vi ser på helt postmoderne former for nostalgi, som den vi finder i historiske festivaler eller historiske museers gestaltning af svundne perioder (Lejre, Middelalderfestival i Horsens) så låner disse fortidsrepræsentationer træk fra teatret og rollespillet i forsøget på rumligt at genopføre en teatraliseret udgave af svundne tider. Tid og rum bliver i disse former umuligt at skille ad.

Et andet vigtigt træk ved nostalgien er, at nostalgi ikke er noget (en tekst, tv-serie, en genstand, et minde) iboende. Det er en følelse, en modtager griber af, når fortid og fremtid mødes; det er en kvalitet, vi som modtagere tildeler noget, en kvalitet, der har med vores *emotionelle respons* på fænomenet/teksten at gøre (Hutcheon: 4). Denne interaktive kvalitet ved nostalgifænomener får Hutcheon til at foretage

sammenligningen mellem ironi og nostalgi. Sammenstillingen er lidt overraskende, da ironi klart er en følelse, der har distance som effekt, mens nostalgi har nærhed eller mere præcist kropsnærhed som effekt. I den nostalgiske følelse er fortiden og mindet kropsliggjort. Det er med andre ord sansningen eller affekten som mindet om fortiden bringer én i, der er det centrale. Nostalgi er da en fortidssansning – villet eller spontan – som gør den til en naturlig del af en postmoderne sensibilitet (Knudsen & Thomsen 2002: 8). Der ville være god mening i at henregne nostalgiske repræsentationer til krops-genreudtrykkene, som vi kender dem i porno, horror og melodrama (Williams 1991).

Identifikationsformer

I formuleringen af nostalgien som en 'romance med fantasien' ligger kimen til nostalgis farlighed. Her må vi rekruttere til den lacanianske psykoanalyses udredninger af de tre ordener – her især det imaginære – og se på især Zizeks anvendelse af disse begreber fra psykoanalysen på samfundsanalysen. I Lacans skelnen mellem det reelle, det imaginære og det symbolske, udgør det imaginære netop forestillingsevnen eller fantasiens rolle i forhold til 'virkeligheden'. Med Storeys ord fra før kan vi sige, at fantasien eller vore forestillinger om hvem vi er/var eksempelvis, udgør en del af vores virkelighedskonstruktion. Dette træk er ikke med til at gøre virkeligheden fiktiv, men det er med til at gøre den delvist til en ønskeforestilling.

Det imaginære betegner en fundamental og dynamisk spejlrelation mellem kroppen og billedet, som udgør ideal-jegsdannelsen. "Sådan vil jeg gerne være/se ud/handle" betegner begæret mellem kroppen og kropsimagoet. Imagoerne kan være både primære (køn, klasse, race, etnicitet) og sekundære (personligheder, celebrities, stars på forskellige scener). For den lacanianske psykoanalyse sikres dynamikken ved, at de to poler aldrig falder sammen: altid er der noget (andet), som jeg'et må stræbe efter at ligne. Subjektet er da kendetegnet ved mangel og længsel efter fylde og helhed. Det er alt sammen noget vi har vidst længe.

Zizek flytter hele denne begærfigur over på samfundsanalysen, og betegner idealjeg'et som ideologi: det betydningssystem, som binder et helt samfunds bestræbelser sammen. Zizeks analyse af ideologien i det postmoderne er *radikalt konstruktivistisk* i og med ideologien ikke anskues som en repræsentation af virkeligheden, men som selve virkeligheden. I og med ideologien 'overtager' virkeligheden – og her ligger Zizek helt i tråd med Jean Baudrillard – sker

der en kolonisering af subjektet (det som Zizek kalder det postideologiske moment) og subjektets forhold til 'den symbolske orden' eller systemet bliver et fetischistisk forhold, der delvist præges af fornægtelse (jeg ved godt men alligevel), delvist af kynisk fornuft (*The Plague of Fantasies*: 1997).

Hvis vi anvender spændingen i det imaginære mellem et identificerende udgangspunkt (et jeg) og forskellige objekter for identifikation (idealjeg'er), så vil et nostalgisk perspektiv være et, hvor et bestemt *mindeværdigt billede af fortiden* udgør det sekundære identifikationsobjekt. Hvis vi her erindrer os nostalgis både rumlige og tidslige længsel som strukturelle muligheder simultant, bliver det tydeligt, at den nostalgi, der restorativt vil forsøge at geninstallere det tabte rum, er den politisk farligste af de to. Længslen efter den tabte tid er indbygget refleksiv og bliver på den led ikke politisk sprængfarlig.

Nostalgien og billedet af fortiden kan da blive farligt eller politisk betænkeligt, når virkeligheden og virkelighedsbilledet falder sammen. Når den meget produktive skelnen mellem jeg og idealjeg, virkelighed og ideologi nedbrydes, fødes monstre: "The danger of nostalgia is that it tends to confuse the actual home and the imaginary one. In extreme cases it can create a phantom homeland, for the sake of which one is ready to die or kill". (Boym 2001: XVI)

Svetlana Boyms anliggende med bogen *The Future of Nostalgia* er netop at pege på nostalgibegrebets kritiske potentiale. Boym knytter nostalgibegrebet til modernitetens opkomst som de øvrige nostalgiteoretikere, men også til globaliseringens i princippet uendelige udvidelse af erfaringsrum. Når rummet for erfaring bliver uendeligt, længes man efter et begrænset rum for erfaring og her byder nostalgiske iscenesættelser sig til. Nostalgi er en forsvarsmekanisme og et udtryk for længsel efter fællesskab og fælles erindringsproduktion i en epoke, hvor de traditionelle fællesskabsdannelser tenderer mod at forsvinde.

Generelt angår nostalgi forholdet mellem den individuelle og den kollektive erindring (i modsætning til melankoli, der altid blot er individuel) og nostalgiske rekonstruktioner handler mere om nutiden end om fortiden: "Nostalgic reconstructions are based on mimicry; the past is remade in the image of the present or a desired future" (Boym 2001: 354), samtidig har nostalgi et "hemmeligt hermeneutisk slægtskab med ironi" (ibid, Hutcheon 1998: 4).

Boym skelner grundlæggende mellem to nostalgityper: den *restorative* og den *refleksive* nostalgi. Den restorative nostalgi forsøger at geninstallere det tabte hjem, der anskues som essens og ikke som et billede dannet ud fra et nutidspunkt, der hele tiden forandrer

sig. Denne form ved ikke eller vil ikke vedkende sig, at den er nostalgisk, men ser sig selv som sandheds-søgende konservativ. Ud fra et restorativt synspunkt er fortiden værdifuld i sig selv for nutiden og den fremstår som evig ung. Den restorative nostalgi fortæller den individuelle, den nationale eller civilisationens historie kronologisk som en forfaldshistorie ("før" er i sådan en fortælling altid bedre end "efter"). Man kan sige at den restorative nostalgi går godt i spænd med essensialisme og civilisationskritik. (Knudsen 2004: 72).

Den refleksive nostalgi *ved godt*¹ den er nostalgisk. Den udtrykker længslen, samtidig med en viden om længslens umulige indfrielse. Den refleksive nostalgi betoner længslen efter en svunden tid *algia*, (det vil sige den har netop forankringen i nutiden som udgangspunkt), mens den restorative nostalgi betoner fantomhjemmet, *nostos*, som det centrale.

I den refleksive nostalgis indbyggede dynamiske relation mellem et nutidspunkt, hvorfra en nostalgisk længsel udgår og fortiden iscenesættes to forhold grundlæggende: *sansningen* af fortiden og det *selv-refleksive* – ofte ironiske, humoristiske – udgangspunkt. I den refleksive nostalgi opretholdes afstanden mellem jeg og ideal-jeg, mellem det konstruerende nutidspunkt og den re-konstruerede fortid, som en dynamisk relation, mens den restorative nostalgi forsøger at mindske relationen mellem polerne eller helt udviske den.

www.Krøniken som interaktiv historiefortælling

Krøniken er en intermedial serie. På *Krønikens* hjemmeside <http://www.dr.dk/kroeniken/kroeniken/for-side/> placerer serien sig i DR-dramas Emmy-prisnominerede og belønnede succesombruste serielandskab blandt de andre danske serier *Nicolaj* og *Julie*, *Rejseholdet*, og *Ørnen*. Men siden vil også gerne invitere til at dvæle ved den historiske kontekst for serien, med linkbetegnelserne **Ind i 1950'erne**, **Ind i 1960'erne**, der står linet op i en vertikal bjælke under informationerne om *Krøniken* som serie. Det gennemgående æstetiske logo er rosetten sat ind i douce blå, grønne, gule og lyserøde farver. Klikker man sig på **Ind i 1950'erne** dukker en hel skov af undertemaer op man kan få noget at vide om: Politik & profil, Hjem & arbejde, Mode & bolig, Idoler & idealer mv. Klikker man videre derfra er der endnu flere undertemaer, der dukker op.

Det synes oplagt, at serien *Krøniken* får historisk legitimitet via hjemmesiden, der præsenterer sig som et videnskatalog over den repræsenterede tid. Internetsiden understreger ligheden mellem serien

Krøniken og den historiske kontekstualisering ved at præsentere de to ting ens grafisk på hjemmesiden. Serien låner således autenticitet og aura fra den historiske epoke, samtidig med, at seeren inviteres til at se på *Krøniken* som et historisk dokument.

Udover at kunne se resume'er af seriens enkelte afsnit og gense uddrag, kan man også se klip fra Årsrevyer og dokumentarklip fra tidens tv. Man inviteres her til at dykke ned i den fortalte tids tv-klip, se eller gense dem, og anvende dem på lige fod med seriens mange afsnit. Her er der ikke kun tale om, at der lånes autenticitet fra den "rigtige" historie, men også om, at den viden vi får om historien er medieret og ofte tv-medieret. På hjemmesiden kan man så genoplive historien via den gigantiske hukommelse som tv-mediet og internettets remediering af tv repræsenterer.

De nye medier sætter os i stand til at aktualisere og reaktualisere fortiden som billedtæppe lige så ofte vi lyster. W. Benjamin satte denne form for erindring, som er betinget af moderne teknologi: fotografi, film, radio (og kan vi sige tv og internettet) ikke – som man måske skulle tro – i forbindelse med muligheden for kollektiv erindring, men tværtimod som led i kapitalistisk varegørelse og dermed kollektiv glemsel. Denne *mémoire volontaire* (Benjamin 1968, her citeret fra Kincaid 2005) er for Benjamin den *falske* erindring, der blot er afstedkommet af de teknologiske processer. Den gode erindring *mémoire involuntaire* er mindre og mindre tilgængelig i moderniteten, ifølge Benjamin.

Til at opløse en sådan kulturkritisk dikotomi kan man anvende Celia Lurys begreb om protese-kulturen, der netop argumenterer for at teknologien repræsenterer en forlængelse af kroppen og at betegnelsen falsk erindring udtrykker en nostalgisk længsel efter tiden før fotografi-mediets indtog: "...by a desire to restore the relations that existed between memory, the individual and the object before the age of photography" (Lury 1998: 128). Et er den individuelle erindring, noget andet er den fælles erindring (f.eks. nationens erindring) konstrueret gennem massemedierne. Protese-erindringer konstrueret gennem massemedierne beskriver den måde, hvorpå massemedier kan være erindringsskabende for folk, der ikke selv har erfaret den tid eller de fænomener, der erindres. Om erindringer er individuelle eller kollektive, om de er massemedierede eller fysisk umiddelbart sanselige, kan ikke ligge til grund for en kvalitativ skelnen mellem forskellige erindringer.

For at vende tilbage til internetsiden omkring *Krøniken* er det ikke helt evident, at denne side skulle bidrage til kollektiv glemsel, snarere er der tale om, at der forsøges medieret mellem den individuelle

og den kollektive erindring. Dette sker ved sidens opfordring til interaktivitet. I bjælken under **Ind i 1950'erne** ses i venstre side en bjælke med titlen *Del dine minder*. Når man klikker sig ind på denne dukker en art weblog op, hvorpå en serie af individuelle erindringer står skrevet. Øverst står: "Vi har lukket for tilgangen af nye bidrag til "Del dine minder"". Sandsynligvis som konsekvens af den helt enorme interesse i denne opfordring til minde-delning er siden blevet lukket på grund af overophedning. Den store historie: Danmark I 50'erne, verdenssituationen, den kolde krig, og det mere hverdagslige kulturelle perspektiv omkring idoler og mode bindes sammen, ligesom det individuelle og den store historie væves sammen på netsiden ligesom i tv-serien.

I øvrigt ligner portrætgalleriet på hjemmesiden et personligt fotoalbum og denne lighed synes tilstræbt i det visuelle udtryk. Det er meningen, at seeren skal relatere til seriens karakterer som var det familie og en sådan intimiseringsstrategi (Jerslev 2004) fordrer den prostetiske erindring og udvisker forskelle mellem den individuelle og den kollektive erindring. Det at hjemmesiden fremstår som en side, der *har tilbudt* interaktivitet giver indtrykket af frosset billede (stillbillede), hvad der er med til at cementere den nostalgiske repræsentationsform.

Krøniken som medierealisme

Tv-serien giver et billede af en historisk tid, og tidsbilledet gives helt eksplicit aura og legitimitet gennem sammenstillingen af et historisk-dokumentarisk niveau og et seriefiktivt niveau. Man kan diskutere effekterne af denne strategi. Man kan betragte sammenstillingen af historisk-dokumentariske og seriefiktive niveauer som en slet skjult måde, hvorpå et repræsentationsforhold sløres. Herved gør serien sig sårbar overfor den vanlige kritik af realistiske repræsentationsformer (Knudsen/Thomsen 2002), men jeg vil argumentere for at denne serie ikke skal anskues som naiv realistisk, men at den helt eksplicit tematiserer det mediekonstruerede fællesskab.

Hvis man sammenligner med Wolfgang Beckers *Good-Bye Lenin* (2003), der ligeledes omhandler historieskrivning og nostalgiproduktion, er der i denne film et helt eksplicit selvrefleksionsniveau i og med denne film udover selv at repræsentere en historisk epoke gør nostalgiproduktion til et tematisk omdrejningspunkt (Knudsen 2004). Endskønt *Krøniken* ikke oppebærer et sådant refleksionsniveau, vil jeg argumentere for at den ved sin repræsentationsmodus har en *medierefleksivitet* som effekt.

Danmarksbilledet, der tegnes i *Krøniken*, formidles gennem tv-mediet helt tematisk konkret i og med

efterkrigstidens Danmarkshistorie fortælles gennem tv-mediets import til Danmark i 50'erne. Men kigger man nærmere på serien i sin nuværende udstrækning, er det egentligt forbavsende, hvor megen *remediering*, der repræsenteres i den. En remediering, der hele tiden iscenesætter afstanden til tidligere tiders omgang med medier og dermed implicit peger på den øgede medievanthed hos et aktuelt tv-publikum. Et perspektiv der modsiger karakteristikken af serien som naiv realisme.

I del 5 1954 tematiseres eksempelvis radiomediet i tv-serien. Den unge cand.polit Palle From (søn af Børge From, senere ufaglært arbejder på radiofabrikken Bella) tager lille frøken Eva med hen til frk. Jürgensens pensionat, hvor man normalt ikke må have damer på værelset. Frk. Jürgensen er i færd med at lytte til *Gregory Mysteriet*, der i 1954 lagde gaderne øde de ti fredage, det blev sendt. I scenen høres både Eva og Frk. Jürgensen skrig i kropslig autmatreaktion på radiomediets bølger. Palle derimod er mere medie-vant (hermed anslås kønsspecifikt tema). *Gregory Mysteriet* var en radio-mediebegivenhed, nøjagtig som *Krøniken* ønskede at blive det (og blev det) og eksemplet er slående i forhold til netop at tematisere medievanthed. Den selvrefleksive effekt opnås gennem et historisk tilbageblik, hvor lytterreaktionen på et andet medium sættes i et komisk lys. Den kropslige reaktion på fysisk virkelighed og medieret virkelighed synes den samme, hvilket for os i dag – efter kognitionspsykologers grundige undersøgelser – synes ganske naturligt, men voldsomheden i udtrykket virker komisk på et aktuelt stærkt medietilvant publikum. Denne sekvens er et godt bevis på, at serien henvender sig til den medievante tv-seer.

Medier kan dokumentere virkeligheden, men de kan altså også iscenesætte eller fremkalde affekter, stemninger og følelser hos publikum og de kan lære os at reagere adækvat på deres repræsentation af virkeligheden. Udover dette forhold som *Krøniken* peger på ved sin historiske perspektivering, fremvises forskellige mediepraksisser og syn tematiseret gennem klassetilhørsforhold: I direktør Kaj-Holger og Karins hjem står der et tv-apparat, der næsten aldrig er tændt, hvilket synes mærkeligt, når nu Kaj-Holger selv er producent af tv-apparater. I dette højborgerlige hjem dyrkes de aristokratiske medier: bogen og teatret. Hos Børge From samles hele opgangen omkring apparatet i andægtig stilhed: alle stirrer tavse og ufravendeligt ind i skærmen, hvorfra Rachel Rastenni toner klart. Hos arbejderen Børge From anvendes medie-apparatet (uanset indhold) som socialt samlingspunkt.

Overfor disse to mediepositioner – et producent- og et konsumperspektiv, som klart adskilte positio-

ner – står en tredje mulig konstruktivistisk position, der repræsenterer den medievante aktive seer, der er medproducent af betydning. Denne repræsenteres i serien af den psykisk ustabile, men geniale søn Erik, den potentielle arving til Bella-fabrikken. Erik forsøger at implementere de nye ideer fra USA, han er den kreative, utålmodige og rastløse sjæl, der fremstår som seriens modpol til faderen Kaj-Holgers gammel-patriarkalske strenge mådehold og konservatisme.

En nøglescene til denne tredje position udspiller sig efter Erik har måttet sande, at hans forsøg på at starte en fjernsynsfabrik (i konkurrence med faderens radiofabrik, der endnu ikke mener tiden er inde til at producere fjernsyn) er strandet. Han er nødt til at lade faderen overtage fabrikken og samtidig har faderen ansat en rival til Erik, rationaliseringseksperter Thomas, endnu en konkurrent til Kaj – Holgers anerkendelse og gunst. Erik sidder og ser gamle småfilmsruller igennem med scener fra barndommen med den udtrykkelige hensigt at ”klippe faderen ud af billedet” så at sige. Men Ida kommer hjem og forhindrer erindringsdestruktionen i at blive virkelighed.

Vi er som beskuerne vidne til Eriks fortælling om faderen (og især om faderens fravær i hjemmet): ”han var sgu aldrig hjemme”... samtidig med at vi med et dobbeltblik ser på filmrullerne sammen med Erik og vi ser Erik se på filmrullerne. Som beskuerne hører vi dels en fortolkende udgave af fortiden, vi ser et dokument fra fortiden og vi ser en reaktion på et sådant dokument (med Ida som vidne). Scenerne på småfilmen udspiller sig i sepiafarvede farver i Kaj-Holger og Karin Nielsens have om sommeren med de to legende børn, Erik og Søs vimsende omkring. Hver gang Kaj-Holger optræder i scenariet, sidder Erik klar med sin saks, parat til at foretage den retrospektive udradering af faderfiguren.

Scenen er central, fordi den kan ses som en mise-en-abîme af hele seriens forsøg på erindringskonstruktion. For det første synes scenen nærmest at være en illustration af Storeys pointe omkring at vore identiteter er bundet op på vore fortællinger om os selv, og at disse fortællinger ikke nødvendigvis er sande i epistemologisk forstand, men de er udtryk for, hvem vi gerne vil være. Da Erik ikke længere vil være søn af sin far, giver han sig til – i bogstavelig forstand – at udradere denne fra sine erindringer. Han rekonstruerer så at sige fortiden i forhold til, hvem han vil være i fremtiden. En sådan rekonstruktion pågår hele tiden – for os alle – i forhold til skiftende kontekstuelle rammer, men i denne scene er rekonstruktionen iscenesat som radikal.

Scenen sætter fingeren på den delikate relation mellem dette at dokumentere/bevidne og betydnings-

sætte fortiden. Den første aktivitet (dokumentere/bevidne) har et udestående med sandheden (Ricoeur 2000); den anden fokuserer på fortids-nutidsrelationen som en dynamisk størrelse, afhængig af identitetens performative udtryk i forskellige nutidsrammer. Grænserne for omgangen med fortiden afhænger af de forskellige rammesættelser, de andres sanktion og af at man lader kildernes eventuelle afvisning af konstruktionen tale. Erik hævder, at hans far aldrig var der for ham, samtidig med at vi på småfilmen ser Kaj-Holger stoltse rundt i haven med lille Erik på armen. Vidnesbyrdet gøres afhængigt af øjnene, der ser og af rammesættelsen. I pågældende scene bringes Eriks vidnesbyrd til at vakle og det bliver klart for seeren, at fortiden kan anvendes til at fortælle mange slags historier (Storey 2003: 83).

I denne scene sker tre vigtige ting: for det første legitimerer *Kroniken* sig som historiefortælling: den beroliger sit publikum i forhold til hvilke fortidskonstruktioner den laver. Den prætenderer ikke at sige sandheden, men vil gerne placere sig i den historisk dokumenterende genre. Dens æstetiske realisme-træk hører til de meget traditionelle og gangbare: realismen ligger i indholdets sandsynlighed og verificérbarhed, ikke i udtrykkets mere formelle komponenter.

For det andet knyttes historiefortælling, identitet og nationskonstruktion til medieret repræsentation. Hvor de moderne nationers forestillede fællesskaber i Europa i det attende århundrede gik igennem romanen og avisen som foretrukne medier (Anderson 2001: 69), er det klart her billedmedierne, der tematiserer fællesskabskonstruktion. Fortællingen om Danmark som velfærdsnation fortælles gennem tv-mediet, men også dette medies evne til remediering af andre medier både tematisk og formelt.

Dette leder over til det tredje vigtige forhold som denne scene påpeger: den uvægerlige medie-refleksivitet, som scenen både repræsenterer – via sin remediering – og afstedkommer, ved beskuerens metablik, både som billed- og tekstaflæser. Alene i denne scene sker der en relativ sofistiket differentiering af beskuerpositionen mellem 1) en beretning om fortiden, som ikke visuelt sanktioneres 2) og en række dokumenterende billeder, der ikke tekstligt understøttes 3) samtidig med vi ser vore aktører i scenen – Erik og Ida – affektivt reagere på billederne og diskrepansen mellem 1 og 2.

Kroniken som tv-serie

Hvis vi skal kvalificere Rukovs henslægte bemærkning om *Kroniken* som nostalgi (og dermed diskvalificeringen af den som andet end helt eskapistisk soft

underholdning) skal vi selvfølgelig først og fremmest kvalificere begrebet nostalgi i forhold til *Krønikens* tematiske og formelle udtryk.

TV-serien *Krøniken* beskriver en del af Danmarks historie fra begyndelsen af 50'erne til 1977 (i skriven- de stund mangler vi endnu to afsnit som afslutning på hele herligheden). Den gør det for så vidt på traditional vis gennem et fast persongalleri, hvori vi får repræsenteret tre generationer op igennem de næsten tre artier og deres køns- og klassemæssige samt generationsbetingede forskellige betingelser fra tiden lige for det velfærdssamfund, som vi kender det i dag.

I centrum står Ida og Erik, samt Søs og Palle. Par-konstellationerne går på tværs af klasserne: arbejder-sønnen får den yndige overklassepige, og den flittige pige fra provinsen får den kreative overklasseknægt. Forældregenerationen består af de klassiske modstill-inger mellem overklasse: Virksomhedsejer Kaj Hol-ger og den hjemmegående Karin, og arbejderklasse ved den ufaglærte arbejdsmand Børge From og Ka-ren Jensen, den politisk aktive fabriksarbejderske og enlig mor. Indimellem er der Idas forældre den statsansatte tjenestemand Anders og fru Astrid, mor til 5 børn i Ringkjøbing.

De klassiske modstillinger by og land, over- og arbejderklasse er hermed repræsenteret. I de senere afsnit kommer den tredje generation til: Karens dat-ter Emma, der får en uddannelse som sygeplejerske og som gifter sig med lægen, Søs og Palles datter Margrethe (som Palle ikke er far til) og efternøleren Marie, samt Erik og Idas sønner: Bo og Henrik, som er de repræsentanter for den tredje generation vi som seere lærer bedst at kende.

I modsætning til Lise Nørgaards tv-serie *Mata-dor*, der i historisk tid tegner et stillbillede af Dan-mark, der fanger an i 1929 og som sendes på dansk tv i 70'erne (mere præcist fra 1978), anslår *Krøniken* mere konfliktuelle toner (her tages højde for klas-sernes forskellige perspektiver, fædreopgør tages og endog særdeles dramatiske virkemidler tages i brug, hvilket affødte diskussionen om man overhovedet kunne tillade sig at lade en elsket dramaseriefigur begå selvmord) og forholdet mellem den store og den lille historie, samt forholdet mellem Danmark som nation og påvirkninger udefra i efterkrigstiden anskues *dynamisk* fremfor statisk.

I *Matador* var karaktererne overydelige statiske repræsentanter – søsat i historiens omskiftelighed – i *Krøniken* er de mere fortolkere af de historiske brudtendenser og på det nationale niveau indoptages de globale strømninger (f.eks. tv'et), men aldrig så-dan bare uproblematisk, altid som led i en diskursiv kamp om hvorledes fremtiden skal forme sig.

Centralt i serien står Kai Holgers og Eriks kamp om tvs indtog i Danmark. For den aktuelle danske tv-seer anno 2004 er det selvfølgelig en lidt komisk konflikt, men de to synspunkter, der tematiseres via Kai Holgers kulturkonservative syn (radioen er god nok til os!) og Eriks mere kulturimporterende og -imiterende syn er i grunden synspunkter, vi ligeledes er vidner til i Danmark i dag i forhold til en noget forsinket diskussion af forholdet mellem fin- og po-pulærkultur og ligeledes i forhold til globaliseringen som fænomen.

Tv-mediet som det massekulturelle symbol par excellence hører lige præcis til overgangen til mel-lem det traditionelle danske landbrugssamfund og det postmoderne samfund med pop- og konsumkultur, feminisme og klasseopgør (Alloway, citeret i Storey 1999). Samtidig introduceres globaliseringens kultu-relle konsekvenser øjeblikkeligt via de elektroniske billedemedier og deres konstante brug, genbrug og oversættelser mellem kulturer og på tværs af kulturer (Robertson 1995, Tomlinson 1999, Jansson 2004) og de globale billedmediers indtog. Her tematiseres selve *oprindelsesmyten* for det globaliserede sam-fund, vi kender i dag.

Frem for at tale om socialdemokratisme kunne man påpege det udtalt selvrefleksive aspekt, der lig-ger i, at tv fortæller nationens historie igennem tv-mediets historie. Medialitet og nationskonstruktion knyttes helt eksplicit sammen i *Krøniken*, hvad der i forlængelse af Benedikt Andersens begreb om fore-stillede fællesskaber må få én til at stille sig spørgs-målet om hvad dette aspekt betyder for en kultur-analyse af serien. Hvad betyder medieaspektet for nationskonstruktionen? Hvis nationens erindring er nostalgisk, hvad indebærer dette for det forestillede fællesskabs fremtid?

Den refleksive nostalgi

Krøniken tematiserer helt eksplicit nationskonstruk-tionen Danmark. Man kunne i den forbindelse tro, at den ville være restorativ nostalgisk jævnfør Rukovs karakteristik af fortidsbilledet som ”slikket socialde-mokratisk”. En sådan læsning tager dog ikke højde for, at serien fortæller historien gennem tv-mediets indtog i Danmark på et specifikt historisk tidspunkt, og den tager ikke højde for, at serien tematiserer identitet gennem medialisering.

Lad os for en kort bemærkning kigge på en an-den refleksiv nostalgisk tv-serie, nemlig Lars von Trier konceptet *Morten Korch*, der blev sendt over 14 måneder 1999/2000; en serie, der gennem folkeejet Morten Korch både imiterer, reflekterer over og væk-

ker nostalgi i beskueren (i hvert fald i os, der har set filmene op igennem 60'erne).

Serien var inspireret af flere af Morten Korchs romaner, bl.a. *Palle Jarmer*, *Pigen fra Dale*, *Ved Stillebækken* og *Manden på Naur* og serien præsenteres med titlen *Morten Korch*, en titel, der indikerer, at auteursen gøres til værk.

Morten Korch-serien anno 1999 kan forstås som en genrenostalgi på Morten Korchs film, en nostalgi i anden potens, eftersom Morten Korchs film allerede var nostalgiske, da de blev produceret og vist i 1950'erne. Det vil sige de fremviste allerede et billede af fortiden, som aldrig havde været, en oprindelsesmytologi, der folder sig ud i forhold til *landskabet*. Danmarksbilledet udmales til tonerne af en melankolsk mundharmonika: gule marker, enge, skove, en gård, et slot og en vandmølle. Billederne er uskarpe, bevidst slørede, med ringe detaljeringsgrad, hvilket indikerer, at de er iscenesatte som mytologiske landskabsrepræsentationer.

Den reflektive nostalgi anskues af Boym som et kritisk begreb. Nostalgien som en refleksiv utopi om fortiden er ikke desto mindre en utopi det vil sige en repræsentationsform, der godt ved, at den udtrykker en ønskeforestilling, men som alligevel har (kritiske) potentialer i forhold til en samtid. Der er tale om en fortidsforvaltning, der på én gang bringer fortiden på sanselig hold, på én gang er refleksiv i forhold til (re)konstruktionens karakter. Den nostalgiske følelse er dermed en sammensat følelse af længsel og viden om længslens umulighed. Nostalgien er en interessant følelse, fordi den både har afstand og distance til det, som den længes efter samtidig med at den bringer fortiden tæt på; i sanselig afstand. Nostalgien gør fortiden til genstand for begær men blot momentant og i iscenesatte rum. Nostalgien er da både en konsekvens af det moderne og af globalisering og det er en følelsesmodus, der har fået mange udtryksformer i en række forskellige felter. Men generelt kan man sige, at paradigmeskiftet til oplevelsessamfundet bl.a. kunne betyde, at fortidsforvaltningen – udover stadig at være en vidensform, som historikere anvender til at formidle viden om fortiden – i højere grad nu sker i oplevelsesformer, der sanseligt rekonstruerer fortidens scenarier med den aktuelle tilskuer som interaktiv part (rollespil, historiske festivaler, historiske computerspil, digitaliserede museer mm.).

De elektroniske og digitale mediers evne til at bringe fortiden til live med *live* billeder og lyd samt forbrugerkulturens evne til at gøre alle epoker til idealer for stilefterligning, har fået nogen (Benjamin, Jameson) til at mene, at enhver historisk bevidsthed forsvinder. Men spørgsmålet er, om det er nødvendigt at drage denne konsekvens af fortidens

tilstedeværelse i nutiden. Man kunne her overfor hævde, at det som medialiseringen af fortiden faktisk afstedkommer, er en øget bevidsthed om det konstruktivistiske element i enhver fortids-forvaltning: "Nostalgic reconstructions are based on mimicry; the past is remade in the image of the present or a desired future" (Boym 2001: 354).

Når mimicry'en bliver i 2. eller 3. potens cementseres nostalgis relation til ironien. Ikke fordi Triers Morten Korch-projekt skal forstås som satire på en populærkulturel form, men som en beskyttelsesfiktion man godt ved er en mytisk konstruktion og som sådan kan den bruges til at omgås fortiden nostalgisk og refleksivt på én gang. Morten Korch-serien peger helt tydeligvis på sin egen karakter af at være konstrueret ud fra et nutidspunkt og på at den er mimicry, en efterligning af en oprindelsesmyte. I sammenligningen mellem Morten Korch i 50'erne og Morten Korch i 90'erne, bliver vi som seere gjort opmærksomme på kontekstens betydning for tekstaflysningen.

Morten Korch, der allerede i sin oprindelige form var en kliché på en dansk landboidyl bliver i denne mimicry endog meget *inautentisk*. Nostalgi, ironi og inautenticitet synes smukt at sameksistere i Triers Korchidyl. Ideen er ikke på ægte modernistisk og ideologikritisk vis at udstille klichéens løgnagtighed eller utilstrækkelighed. Ideen er at pege på muligheden af en refleksiv nostalgi, der på den ene side godt er klar over sine fortidskonstruktioner, på den anden side peger på deres virkningsfuldhed.

Nostalgi som konjunktivisk modus

Dayan & Katz beskæftiger sig med mediebegivenheder i bogen *Media Events The Live Broadcasting of History* fra 1992. Med dette begreb tænkes der på tv som transmitterende begivenheder, der foregår live, ud til en større offentlighed. Begivenheden skal dels transmitteres live dels have ceremoniel/rituel betydning. Vi kommer lynhurtigt til at tænke på store kulturelle events som pavebegravelse, prinsebryllupper, landgange på måner og store statsmænds banebrydende besøg og håndtryk i 'fjendeland'.

Med en sådan definition er *Krøniken* ingenlunde en mediebegivenhed, endskønt seerantallet kunne vidne om det. De første ti afsnit af *Krøniken* havde et gennemsnitligt seertal på 2,512 mio. Da *Krønikens* 11. afsnit gik over skærmene søndag d. 16. Januar 2005 var tallet præcist 2,527 mio, hvilket svarer til 85 % af alle danskere, der havde fjernsynet tændt den aften. Det er en helt enorm interesse den serie har vakt, så endskønt der ikke er tale om transmissionen af en live-event, men om en fiktionsserie kan man sige at den har begivenhedskarakter i sin seeropbak-

ning. Med en forslidt frase kan vi sige, at det er en serie, der samler nationen, men hvordan?

Dayan og Katz skelner mellem tre niveauer for analyse af mediebegivenheder. Et syntaktisk (formelt tekst-niveau), et semantisk (hvilke rammesættelser anvendes til begivenheden) og et pragmatisk niveau (hvorledes helt konkrete seere agerer i forhold til medieteksten, f.eks. i sammenligning med hvilke implicite seere teksterne opererer med). Helt overordnet set skelner Dayan og Katz mellem kommerende, restorative og transformative/innovative mediebegivenheder (Dayan & Katz 1992: 20), alt efter om det drejer sig om at erindre, cementere (ovenpå en traumatisk oplevelse som 11. september eksempelvis) eller transformere samfundets symboliske sammenhængskraft.

Dayan og Katz knytter an til Victor Turners begreb om det liminale i forhold til at karakterisere visse mediebegivenheders transformative funktion. I visse situationer sker der en suspension af de sædvanlige normer og strukturer til fordel for en "overflowing of communitas" (: 104). Der sker her et karakteristisk skifte fra en indikativ definition af virkeligheden til en konjunktivisk, det vil sige fra en repræsentation af hvordan det er til hvordan tingene kunne eller burde være (119).

Den konjunktiviske modus styres af et "Jeg ved godt men alligevel" det vil sige en midlertidig op-hævning af den postmoderne skepsis: "If successfully transmitted, the event evokes images of a better world, a more fraternal or equal society, a hint of the possibility of peace, a rededication to central

institutions. Subjunctivity requires a suspension of disbelief, an intermission from reality" (: 141).

Jeg har argumenteret for, at *Kroniken* kan ses som en reflektiv nostalgisk serie og hvis man skal gå videre med en rammesættelse af nostalgien i et postmoderne samfund, kan man sige, at den spiller rollen af at være konjunktivisk, et lille stykke ideel *burden* – være i realiteternes ellers indikative modi. Den nationale samling som *Kroniken* afstedkommer, kan man diskutere beskaffenheden af. Drejer det sig om at slutte op om helt grundlæggende værdier, således som det fremstilles i den socialdemokratiske grundlæggelse af velfærdsstaten, hvorved *Kroniken* kunne anskues som restorativ – i Dayan og Katz' forstand?

Eller drejer det sig snarere om at vi – som seere – når vi rituelt sætter os foran tv'et og ser *Kroniken* kortvarigt, performer det værdifællesskab, som serien tematisk opruller, vel at mærke netop som noget, der kortvarigt suspenderer en skepsis og installerer et glimt ind i et fællesskabsutopia? Det sidste tror jeg, deraf dens store popularitet.

Kroniken tematiserer overordnet det danske velfærdssamfunds oprindelsesmyte. Men den gør det gennem et medium som så helt tydeligt fremstilles som kulturimport og den gør det medierefleksivt således at beskueren netop iscenesættes som medievant og medierefleksiv. Man kan hævde at *Kronikens* fremstilling af oprindelsesmyten faktisk er dekonstruktiv i og med det som vi nu forstår som det særegne udtryk for dansk nations-hed, nemlig tv'et, oprindeligt var en kulturimport og som sådan for altid mærket af globalisering og fremmed oprindelse.

Not

1. Her skiller Svetlana Boym sig ud fra de andre nostalgi-teoretikere. Hun plæderer for at der findes nostalgiformer, der ikke ved de er nostalgi (mens eksempelvis Johanniesson hævder, at nostalgi altid er en følelse, der iagttager sig selv). En løsning på dette problem kunne være, at sige at den restorative nostalgi baseres på en fornægtelse af konstruktionen, mens den reflektive nostalgi snarere siger: jeg ved godt, men alligevel...

Litteratur

- Anderson, Benedict (2001) *Forestillede fællesskaber, refleksioner over nationalismens oprindelse og udbredelse*. København: Roskilde Universitetsforlag.
- Boym, Svetlana (2001) *The Future of Nostalgia*. New York: Basic Books.
- Bronfen, Elisabeth (1998) 'Turnings of Nostalgia: Sigmund Freud, Karl Jaspers, Pierre Janet' in *The Knotted Subject, Hysteria and its Discontents*. New Jersey: Princeton University Press.
- Brown, Stephen; Kozinets, Robert V.; Sherry Jr, John F. (2003) 'Sell me the Old, Old Story: Retromarketing Management and the Art of Brand Revival', *Journal of Costumer Behaviour*, 2, pp. 133-147.
- Dayan, Daniel & Katz, Elihu (1992) *Media Events, The Life Broadcasting of History*. Cambridge, Massachusetts, London, England: Harvard University Press.
- Gyldensted, Catrine (2006) 'Vi vil ikke se skandaler i *Kroniken*', Interview med Mogens Rukov, *Søndagsavisen*, 8. Januar, p. 5.
- Hutcheon, Linda (1998) 'Irony, Nostalgia and the Postmodern', in *UTEL*, University of Toronto English Library pp. 1-11. www.library.utoronto.ca/utel/criticism/hutchinp.html
- Jameson, Fredric (1991) *Postmodernism, or, the Cultural Logic of Late Capitalism*. Durham: Duke University Press.
- Jansson, André (2004) *Globalisering – kommunikation och modernitet*. Lund: Studentlitteratur.

- Jerslev, Anne (2004) *Vi ses på tv. Medier og Intimitet*. København: Gyldendal.
- Johannisson, Karin (2001) *Nostalgia, en Känslas Historia*. Sverige: Bonnier Essä.
- Kincaid, Andrew (2005) 'Memory and the City: Urban Renewal and Literary Memoirs in Contemporary Dublin', in *College Literature* 32.2 (Spring) West Chester University, USA, pp. 16-42
- Knudsen, Britta Timm & Thomsen, Bodil Marie (2002) *Virkelighedshunger, nyrealismen i visuel optik*. København: Tiderne Skifter.
- Knudsen, Britta Timm (2004) 'Nostalg og (re)konstruktion', *Kontur* nr. 8, pp. 71-78. www.hum.au.dk/cek/kontur
- Lowenthal, David (1985) *The Past is a Foreign Country*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lury, Celia (1998) *Prosthetic Culture: Photography, Memory and Identity*. London: Routledge.
- Rasmussen-Hornbek, Birgitte (2001) 'Hellere fladlus end nostalgi, om hjemvé og æstetik', i Madsen, Nielsen, Sørensen (eds.) *Jeg'et og ordene*. Aarhus: Modtryk.
- Ricoeur, Paul (2000) *La mémoire, l'histoire, l'oubli*. Paris: Seuil.
- Robertson, Roland (1995) 'Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity', in Featherstone, Lash and Robertson (eds.) *Global Modernities*. London: Sage. pp. 25-44.
- Storey, John (1999) *Cultural Consumption and Everyday Life*. London/Sydney/Auckland: Arnold.
- Storey, John (2003) *Inventing Popular Culture, From Folklore to Globalization*. Malden/UK: Blackwell.
- Tomlinson, John (1999) *Globalization and Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Williams, Linda (1991) 'Film Bodies: Gender, Genre, and Excess', *Film Quarterly* v. 44, Summer, p. 2-13.
- Zizek, Slavoj (1997) *The Plague of Fantasies*. New York: Verso

Fra valp til vaktbikkje

En longitudinell studie av norske journaliststudenter

GUNN BJØRNSSEN, JAN FREDRIK HOVDEN & RUNE OTTOSEN

Journalistikken sies å ha gått gjennom en sterk profesjonaliseringsprosess i årene etter partipressens fall. Journalistikken som fag er samtidig gjenstand for økt kritikk, og journalistikkens legitimitetsproblem synes å være større enn noensinne. Journalistene må finne sin plass i et mediemarked som er preget av økt eierskapskonsentrasjon og markedsrett. I Norge har debatten om Mecoms oppkjøp av Orkla Media og Norsk Redaktørforenings krav om lovfesting av Redaktørplakaten bidratt til å skjerpe kampen om journalistikkens plass i mediemarkedet (Ottosen 2007). Samtidig stilles det stadig større krav til journalistikken at den skal være mer selvkritisk og selvrefleksiv (jf Raaum 1999, Rosenberg 2004, Ottosen 2004)¹.

I den samme perioden har journalistutdanningene fått en stadig viktigere plass i journalistikkens profesjonaliseringsprosess (jf Ottosen 2004 mfl). Om det i Norge historisk har vært mange veier til journalistyrket, er journalistutdanning en stadig vanligere inngangsport til en karriere i mediene (Ottosen 2000, 2004). Andelen medlemmer av Norsk Journalistlag med journalistutdanning økte fra 19% i 1992 til 30% i 1999 (Norsk Journalistlag og Norsk Redaktørforening 1999:9), og dette tallet har steget siden.

Med et slikt bakteppe er det interessant å vite mer om de kommende journalister: Hvem er de, og hva tenker de om sitt framtidige yrke? Hvordan ser de på sin egen yrkes- og samfunnsrolle som journalist? Hva anser de som viktige egenskaper for journalister, og hva tenker de om endringene i journalistikken nå er inne i? Et annet spørsmål er hvordan sosialiseringen til journalistyrket finner sted: I hvilken grad over journalistutdanningen innflytelse på studentenes yrkesholdninger, og i hvilken retning? Og hva skjer med holdningene i studentenes overgang fra akademia til møtet med yrkeslivet?

Tidligere har det eksistert få vitenskapelige data om hvordan journaliststudenter tenker om sitt studium og sitt framtidige yrke². Etter å ha gjennomført en større kvantitativ studie av norske journaliststudenter kan vi nå si mer om dette. I denne artikkelen vil vi presentere våre funn knyttet til studentenes bakgrunn, motivasjon for yrket, deres oppfatninger om viktige kvalifikasjoner for journalister, holdninger til journalistikkens samfunnsoppgaver og hvor de havner etter avsluttet studium. Det longitudinelle perspektivet, utviklingen fra "valp" til "vaktbikkje" blir vektlagt. Et underliggende spørsmål er også om det er en sammenheng mellom det journaliststudentene lærer i utdanningen og den kunnskapen de opplever å trenge i yrkeslivet.

Denne artikkelen er basert på data fra en serie spørreskjemaer til journaliststudenter ved høyskolene i Oslo og Volda i perioden 2001-2004. Tre kohorter journaliststudenter (1999, 2000 og 2001) ble undersøkt i tre ulike faser av deres studentkarriere: 1) ved start på utdanningen; 2) ved avslutning av studiet etter to år og 3) tre år etter at de avsluttet utdanningen. Hele datasettet består av 337 studenter (85% av populasjonen)³ som deltok i en eller flere av fasene⁴. Spørreskjemaet ved studiestart og studieslutt (fase 1 og 2) ble administrert av forfatterne i klasseroms-situasjon, mens oppfølgingsspørsmålene tre år etter avsluttet studium ble sendt i posten.

Gjennomføring og administrasjon av undersøkelsene til 1999- og 2000-kullet ble gjennomført i samarbeid med StudData-prosjektet⁵. I praksis innebar dette at studentene mottok to sett spørreskjemaer i hver fase: Et skjema spesiallaget av oss og tilpasset journaliststudentene, og ett fra StudData med felles spørsmål for alle utdanningene som deltok i undersøkelsen⁶. Spørreskjemaene varierte noe fra

fase til fase i undersøkelsen både hva angår lengde og innhold. En del spørsmål var felles gjennom alle faser for å få komparative data om mulige endringer i syn på yrket og journalistrollen, andre spørsmål var spesifikke for studiefasen. Ved studiestart ble sosial bakgrunn, tidligere utdanning og erfaring samt motivasjon for og forventninger til journalistikken vektlagt, ved studieslutt vurdering av studiet og erfaringer fra praksisperioden, og etter tre år i yrkeslivet var hovedfokus på erfaringer i arbeidslivet og i hvilken grad de opplevde at utdanningen hadde vært nyttig for yrkesutøvelsen. Hvis vi ser våre data i sammenheng med StudData-undersøkelsen, har vi et samlet datasett med mer enn 500 variabler som spenner over et vidt spekter av tema.

Hvem er journaliststudentene?⁷

Historisk har journalistyrket i Norge blitt karakterisert som et "åpent yrke", i den forstand at alle som ønsker det kan kalle seg journalist (Ottosen 1997). Sett i sammenheng med mer klassiske profesjoner som leger og advokater er dette fremdeles et poeng, men forskjellen er blitt mindre: Utdanning har fått økt betydning for rekrutteringen til journalistyrket, og utdanningsnivået blant norske journalister har økt dramatisk de 20 siste årene (Ottosen 2004, Bjørnsen 2003b).

I Norge har journalistyrket historisk bestått av folk med middelklassebakgrunn og vært overrepresentert av personer med sympatier til venstre for sentrum på den politiske skalaen (Høyér 1982). Denne mangelen på representativitet blir fra tid til annen kommentert i offentligheten, ikke minst av politikere som føler seg dårlig behandlet. Den politiske slagsiden har imidlertid aldri vært definert som noe stort problem i journaliststanden selv. I utviklingen av partipressen etter 1970-tallet fikk journalister økt profesjonell selvtilitt og hevet seg over politiske trivialiteter i jakten på en profesjonell rolle som skulle reflektere ulike interesser i samfunnet og ikke representere særinteresser (Raaum 1999). I den svenske maktutredningen ble denne påståtte nøytraliteten problematisert, og en påpekte hvordan denne påståtte posisjonen i seg selv ga basis for kollektiv maktutøvelse av journaliststanden, der de i realiteten ikke representerte "vanlige folk", men seg selv som gruppe (Petersson 1994).

I hvilken grad norske journalister reflekterer over forholdet mellom sin personlige bakgrunn og sin profesjonsutøvelse er uvisst. Men med utgangspunkt i Pierre Bourdieus teorier om hvordan våre sosiale erfaringer etablerer vår habitus, disposisjoner for tanker og handlinger som influerer på alle områder i våre liv (Bourdieu 1984), er det likevel rimelig å anta at sosial bakgrunn og oppvekstvilkår er viktige pre-

misser også for journalisters praktiske yrkesutøvelse (Hovden 2001).

Generelt kan vi si om journaliststudentene i Oslo og Volda som startet sine studier i 1999-2001 at de har en sterk overvekt av kvinner, de er relativt unge, etnisk norske og har en sammensetning som er geografisk ganske representativ. De har klar middelklassebakgrunn, de rekrutterer sosialt høyere enn de fleste høgskoleutdanninger, framstår nokså like i bakgrunn og politiske preferanser som universitetsstudenter på samfunnsfag og humanistiske fag. Og de har ofte journalister som foreldre.

Det er også viktig å vite at skillet mellom journaliststudenter og journalister ofte er uklart. Mange studenter har journalistisk erfaring før de begynner på studiet, mer enn halvparten har hatt betalt journalistisk arbeid tidligere⁸. En overvekt av disse har arbeidet i lokale og regionale aviser og nesten en tredjedel av studentene har arbeidet minst ett år som journalist før de begynte⁹. I tillegg har mange studenter avsluttet en annen høyere utdanning før de begynte på journalistutdanningen (75%)¹⁰.

Unge, etnisk norske kvinner

Mens journalistutdanningene i Norge fram til 1980-tallet var mannsdominert, har andelen kvinner økt jevnt og trutt på linje med utviklingen i andre land (jf. Splichal and Sparks 1994:110). De 15 siste årene har kvinnelige studenter vært i flertall, og i 2001 var det dobbelt så mange kvinner som menn som studerte journalistikk¹¹. Dette stemmer også godt overens med den økende kvinneandelen i yrket. Andelen kvinnelige medlemmer i Norsk Journalistlag er nå 42% (Sørensen mfl 2005).

Gjennomsnittsalderen blant journaliststudenter har sunket. For nye journaliststudenter var denne 23-24 år i perioden 2000-2001, på linje med gjennomsnittet for norske studenter (Bjørnsen 2003b:31). At 2/3 av journaliststudentene nå er mellom 21-24 år kan antagelig tilskrives endring av opptaksreglene på 1990-tallet, der 2/3 av kullet nå tas opp med utgangspunkt i primærvitnemålet (Hægeland, Kirkebøen et al. 2005)¹².

Vårt materiale bekrefter ikke uventet at journaliststudentene fortsatt er en etnisk ensartet gruppe. Av de som begynte sine journalistikkstudier i Volda og Oslo høsten 1999-2001 oppgir bare 2-3 prosent å ha ikke-vestlig bakgrunn¹³. Dette må sies å være et svært lavt antall sett i lys av at 19% av befolkningen i Oslo og seks prosent på landsbasis har slik bakgrunn (SSB 2006), og det står i klar kontrast til det demokratiske ideal om at journaliststanden skal reflektere befolkningens sammensetning. Andelen utøvende journalister med ikke-vestlig bakgrunn er også er

svært lav; under en prosent av hovedstadspresen både i 1999 (Ansari og Fossum 1999: 6) og 2004 (Oslo Journalistklubb).

Fremdeles middelklasse

Inntrykket av journaliststudentenes sosiale bakgrunn som privilegert og middelklasseorientert bekreftes av vår undersøkelse. For å vende tilbake til Pierre Bourdieus klasseteori slik den blir presentert i Distinction (1984), lanserer han begrepet kapital som kriterium på posisjon, som han definerer som tilganger “... whose possession commands access to the specific profits that are at stake in a field” (Bourdieu and Wacquant 1992:27). Ser vi på journaliststudentenes foreldres utdanningskapital (utdanningsnivå), politiske kapital (politiske verv), økonomiske kapital (bruttoinntekt) og kulturelle kapital (interesse for litteratur og antall bøker i oppveksthjemmet), kan vi slå fast at norske journaliststudenter generelt er rike på arvet kapital (Tabell 1).

Om de sjeldnere har elitepregete bakgrunner enn f.eks studentene fra Norges Handelshøyskole (NHH) og medisin, er deres ressurssterke mødre og fraværet av fedre i tradisjonelle arbeiderklasse- og manuelle yrker hos journaliststudenter slående. De har en klart høyere sosial bakgrunn enn høgskolestudenter gene-

relt¹⁸, og ligner rekrutteringsmessig ganske mye på studenter på samfunnsvitenskapelige og humanistiske universitetsfag (selv om journaliststudentene noe oftere har foreldre med mer kulturell og økonomisk kapital).

18% av journaliststudentene har mor eller far med “journalistisk erfaring”¹⁹. Bare 8% av norske journalister under 30 år har det samme²⁰, og 1% av norske studenter generelt. Vi ser slik en viss tendens til at journalistyrket reproduseres gjennom arv²¹. (Bjørnsen, Hovden & Ottosen 2007).

Politisk radikale?

Journaliststudentene ligger til venstre på den politiske skala. Sammenlignet med befolkningen var de i 2001 fire ganger mer tilbøyelig til å ville stemme på et sosialistisk parti (Ap, SV, RV) og tre ganger mer tilbøyelig til å stemme RV eller SV²². Journaliststudentene var litt mindre tilbøyelige enn journalister i alminnelighet til å stemme sosialistisk, men de var åtte ganger mer tilbøyelige til å stemme på RV og SV enn befolkningen for øvrig. Denne tendensen til å ligge til venstre har holdt seg historisk stabil²³.

Sammenlignet med andre studenter framstår likevel ikke journaliststudenter som spesielt radikale. 34% av dem sier de ville stemt RV eller SV, bare litt

Tabell 1. Indikatorer for foreldres sosiale klasseposisjon. Journaliststudenter HVO/HIO 1999-2001 og utvalgte studentgrupper i Bergen 1998¹⁴. Prosent.

	Forelder har et yrke i ISCO-88 gruppe 1 eller 2 ¹⁵		Forelder har fullført minst 5 års høyere utdanning		Forelder har vært folkevalgt		Forelder tjener minst 500 000 kr pr. år		Antall bøker i oppveksthjem ¹⁶	
	Generelt kapitalvolum		Utdanningskapital		Politisk kapital		Økonomisk kapital		Kulturell kapital	
	Far	Mor ¹⁷	Far	Mor	Far	Mor	Far	Mor	<250	>500
<i>Kvinne:</i>										
Journalistikk	52	21	28	17	15	12	23	3	15	52
NHH	64	13	34	5	18	15	32	3	62	38
Medisin*	71	32	44	26	29	12	15	10	41	28
Samfunnsfag*	50	10	22	3	16	25	23	0	29	28
Humanistisk*	40	10	21	2	11	17	12	0	27	35
Lærerutd.†	39	3	16	0	17	23	11	0	44	16
Sosialfag†	39	4	12	2	12	14	21	0	51	19
<i>Mann:</i>										
Journalistikk	46	24	26	17	9	10	20	3	28	45
NHH	56	16	29	8	5	5	35	2	65	29
Medisin*	66	24	28	13	18	25	50	14	8	69
Samfunnsfag*	40	4	18	5	13	9	13	2	29	25
Humanistisk*	52	11	19	3	10	13	14	4	28	39
Lærerutd.†	33	0	20	0	4	8	0	0	43	21
Ingeniør†	47	9	18	11	0	18	13	3	31	28

Fakultet ved Universitetet i Bergen er merket med stjerne (*), og utdanninger ved Høgskolen i Bergen er markert med kors (†). NHH er Norges Handelshøyskole (Bergen).

høyere enn i studentpopulasjonen som helhet (29%) og klart færre enn studenter på humanistiske universitetsfag (Hovden 2002). Det må også sies at den politiske interessen blant journaliststudentene ikke ser ut til å være stor. Bare 13% sier at de er "veldig interessert i politikk". Politisk radikalisme er slik neppe en viktig drivkraft for å søke seg til journalistyrket.

Et variert og levende yrke

Journaliststudentene virker svært motiverte for studiene ved studiestart, og sammenlignet med andre studenter mener de i større grad å ha gjort et riktig valg. Ikke bare hadde alle journalistikk som første studievalg, de hadde også bestemt seg for yrkesvalget tidlig: Hele 68% sier de bestemte seg for å bli journalist alt som barn eller i tidlig ungdom. Videre har de blitt oppmuntret til sitt yrkesvalg i nærmiljøet²⁴ (Dæhlen 2001:32). Slik statistikk sier imidlertid ikke så mye for å forstå journalistikkens tiltrekningskraft.

Hva er så motivasjonen for unge mennesker til å søke seg til journalistyrket? Her er svarene ganske entydige, da to forhold peker seg klart ut som sentrale i våre data. Det å "ha en variert og levende jobb" blir framhevet av mellom 84-88% av studentene i alle fasene, og å "være kreativ og drive skapende virksomhet" er en annen sentral motivasjon. Også faktorer som å "arbeide med stoff jeg er interessert i" rangeres høyt, og noe lengre ned "være med i samfunnsdebatten". Svært få framhever det å bli kjent eller høy lønn som motivasjon. Kreativitet, skriveglede og samfunnsengasjement synes å være langt viktigere. Sann sett kan vi si at klassiske journalistiske idealer er viktigere enn rampelys, underholdning og kjendisfaktor. Men samtidig ser vi at faktorer som skriveglede og tilfredstillelse ved å jobbe kreativt er viktige supplerende individuelle begrunnelser.

Ferdigheter og egenskaper

Vi spurte studentene hvilken type egenskaper og kvalifikasjoner de synes er viktigst for journalister. Ar-

beidsgiverne som har ansatt de unge journalistene, bør kunne merke seg med tilfredshet at "Grundighet og nøyaktighet" er den egenskapen som tillegges mest vekt og den sees som enda mer betydningsfull etter tre år i arbeidslivet enn ved studieslutt. Her øker prosentdelen som finner grundighet og nøyaktighet "svært viktig" fra 81% ved studieslutt til 90% etter tre år i arbeidslivet. Sett i sammenheng med ferdigheten "Effektivitet og hurtighet", som man kunne anta ville vurderes som svært viktig av journalister, finner vi at grundighet tillegges mer en dobbelt så stor vekt i alle faser av undersøkelsen. De unge journalistene synes det er klart viktigere å være grundige enn effektive. Hvis vi sammenligner med holdninger til journaliststudenter i andre land, legger norske journaliststudenter mer vekt på nøyaktighet enn sine utenlandske kolleger. I den store undersøkelsen til Splichal & Sparks blant journaliststudenter i 22 land havner "accuracy" på femte plass med en svarprosent på 38 i en tilsvarende rangering der "general knowledge" får høyest score (Splichal & Sparks 1994:156). "Nysgjerrighet" er, ikke overraskende, en egenskap som scorer stabilt svært høyt på alle stadier i undersøkelsen.

Den stabile score er også representativ for de fleste egenskaper; vi ser få forskjeller på svarene i de ulike faser og mellom kullene. Dette gjelder særlig det mest ytterliggående svaralternativet. En mulig forklaring på dette kan, som i fht andre spørsmål, være at så mange studenter har utstrakt journalistisk erfaring og dermed allerede har internalisert profesjonens verdier. En annen forklaringsmulighet, mer i favør av journalistutdanningenes påvirkningskraft, er at studentene har vært i utdanningen noen uker for de besvarte skjemaet og dermed allerede kan ha blitt påvirket av de rådende oppfatninger i utdanningen.

Gjennom studietiden synker betydningen studentene tillegger rettferdighetssans for en god nyhetsreporter. Ved studiestart indikerer 66% at dette er veldig viktig, mens andelen reduseres til 49% ved studieslutt. Dette kan tolkes som en slags virkelighetsorientering. Også med tanke på studentenes erfaringer gjennom en to måneders praksisperiode,

Tabell 2. Viktige egenskaper for en god journalist. Prosent "svært viktig"

	Kull 2000-2002		Kull 1999-2001	
	Studiestart	Studieslutt	Studieslutt	Etter tre år
Grundighet og nøyaktighet	79	71	81	90
Nysgjerrighet	76	74	82	83
Språkteft	75	69	62	75
Rettferdighetssans	66	49	51	(ikke spurt)
Menneskekunnskap	66	56	60	51
Effektivitet og hurtighet	32	35	33	38
En viss porsjon frekkhet	13	14	14	11
Politisk nøytralitet	12	5	18	11

kan det være rimelig å anta at studentene har erfart at rettferdighetssans kan være vanskelig å ha som en rettesnor i praktisk journalistikk.

Fag og tilfredshet

I surveyene har vi listet opp fag og tema i journalistutdanningen og bedt studentene vurdere og rangere disse. De ble spurt om hvor viktig de synes ulike tema var som ingredienser i journalistikkstudiet ved studiestart og studieslutt, og hvor nyttig de syntes de ulike temaene faktisk hadde vært i forhold til yrkesutøvelsen tre år etter studieslutt.

En klar generell tendens er at studentene vurderer fagene til å være viktigere enn de har vært nyttige i sitt yrkesliv. Fag og tema som kildekritikk, intervju-teknikk og journalistikkens sjangere får høyeste score ved studieslutt. Respektivt 91%, 80% og 65% av studentene vurderer disse fagene som svært viktige. Når de skal ta stilling til hvor nyttige de samme fagene har vært etter tre år i yrkeslivet vurderer 25% undervisningen i kildekritikk til å ha vært svært nyttig for yrkesutøvelsen. De tilsvarende tall for intervjueteknikk er 14% og 15% for journalistiske sjangre. (Bjørnsen, Hovden & Ottesen 2007).

Presseetikk er det faget studentene retrospektivt synes har vært aller mest nyttig for yrkesutøvelsen. Hele 44% av de ferske journalistene gir presseetikken høyeste score for nytte, og tallet stiger til 90% når vi også inkluderer de som har svart ”ganske nyttig”. Dette dokumenterer og styrker inntrykket man får når man støter på tidligere studenter. Da understreker mange at muligheten for etisk refleksjon er så begrenset gitt de stramme fristene i redaksjonen og at de i jobben som journalist vet å verdsette den etiske bevisstheten de fikk gjennom studiet. På spørsmål om de faktisk har opplevd vanskelige etiske valgssituasjoner i sitt journalistiske virke siden studieslutt svarer 66% bekreftende, flere kvinner enn menn.

Vi finner få endringer gjennom studiet når det gjelder hvor viktige studentene mener de ulike fagene er. Dette er interessant nok i seg selv. Indikerer disse resultatene at erfaringene gjennom studiet kun i begrenset grad påvirker oppfatningen av ulike fags betydning?

Men det finnes unntak, og internettjournalistikundervisningen er det absolutt klareste. Ved studiestart sier 43% at de synes denne undervisningen er svært viktig, men bare 15% ved studieslutt. Dels kan dette tenkes å reflektere hvilken vektlegging og hvilket innhold denne undervisningen har hatt gjennom studiet, men er også trolig et uttrykk for at studentene gjennom studiet sosialiseres til å vurdere nettjourna-

listikk til å være mindre viktig enn annen journalistikk (”uren”). Dette inntrykket forsterkes også av andre resultater, eksempelvis fremtidige jobbprefranser. Overraskende nok, og i kontrast til dette; i det andre kullet oppgir faktisk 43% av studentene ved studieslutt at de synes undervisning i nettjournalistikk er svært viktig. Etter tre år i yrkeslivet melder imidlertid bare 3% av de samme studentene at denne undervisningen har vært veldig viktig for deres arbeid som journalist (17% svarer ”ganske viktig”). Dette kan selvsagt tolkes i flere retninger; som et uttrykk for misnøye med undervisningen de fikk i nettjournalistikk, eller som lite nødvendig i jobbene de faktisk har hatt. Sett i lys av andre resultater er den siste tolkningen mest sannsynlig.

Praksis – rites de passage?

Når studentene oppsummerer sitt studium ved studieslutt, trekker mange fram redaksjonspraksisperioden som det mest betydningsfulle gjennom studiet. Studentene har en to måneders praksisperiode, i Oslo på slutten av første studieår, i Volda i siste semester andre studieår. Godt over halvparten i begge kull sier seg enige i at de lærte mer om praktisk journalistikk gjennom oppholdet i redaksjonene enn gjennom hele resten av studiet. Det er liten tvil om at praksisperioden er en skjellsettende opplevelse for de fleste. Da prøves ferdigheter og kunnskaper ut i virkeligheten og deadline er en absolutt størrelse. En student beskrev sin praksisopplevelse treffende i et intervju under praksisperioden; ”Det var så utrolig deilig å kunne ringe en kilde og si ’Hallo, det er fra VG’ i stedet for å måtte si at jeg er student og ringer fra HiO.” 83% av studentene oppgir at de har trivdes i praksis.

Praksisperioden kan også sees som et viktig inn-tak til forståelse av forholdet mellom utdanning og bransje, da praksis er den mest institusjonaliserte arena for kontakt mellom utdanningene og redaksjonene. Ved studieslutt mener 26% av studentene at utdanningen hadde høy status i redaksjonen de hadde hatt praksis i. Denne andelen har steget til hele 61% etter tre år i arbeidslivet (vi spør da etter ”redaksjoner du har jobbet i”).

Etter tre år mener 64% å ha opplevd mange eksempler på dårlig journalistikk i redaksjonene, mens ved studieslutt mente 85% av disse også at de syntes det var et høyt journalistfaglig nivå i redaksjonen de hadde praksis i. Vi stilte spørsmål om i hvilken grad studentene opplevde at journalistlærerne hadde en annen oppfatning av hva som er ”god journalistikk” enn redaktører og journalister. Ved studieslutt svarer 37% bekreftende på dette, mens andelen øker til 49% etter tre år. En opplevelse av sprik i oppfatningene,

og at den øker med tiden, er dermed dokumentert. Noen vil imidlertid hevde dette er et lavere tall enn man skulle forvente.

Overgangsriter kalles også initieringsriter og kjennetegnes ved at de markerer overgangen fra en status til en annen med innlemmelse i et nytt sosialt univers. Dette er gjerne ledsaget av dramatiske iscenesettelser. For mang en journaliststudent kan nok bl.a den første saken på trykk/lufta oppleves både dramatisk og scenisk. Uten å presse sammenligningen for langt, synes det ikke urimelig å kalle praksisperioden journaliststudentenes overgangsrite (jf Bjørnsen 2003b).

Pressens samfunnsoppgaver

Journaliststudentenes syn på samfunnsoppdraget kan analyseres sammen med spørsmål om journalistikkens makt og rolle i et moderne mediesamfunn. Både gjennom to maktutredninger i Norge og den såkalte "journalisme-debatten" i kjølvannet av den svenske maktutredningen har journalistikkens og medienes makt og potensielle maktmisbruk blitt diskutert og problematisert (Eide 2001, Petersson 1994). Ingen bestrider i dag at mediene gjennom de seneste 25 år er blitt en stadig viktigere premissleverandør og arena for maktutøvelse. Dette maktperspektivet omfatter derfor mye mer enn journalistene som yrkesgruppe, den omfatter også politikere og aktører med kommersielle interesser som ønsker å få innpass i mediene (Allern 1997, Eide 2001). I denne sammenheng skal vi se nærmere på journaliststudentenes egne perspektiver på dette.

Journalistutdanningene legger stor vekt på å sosialisere studentene inn i det vi kan kalle den klassiske journalistrollen som kritisk overvåkende "vakthund". Dette perspektivet er så fremtredende i pensum og i det pedagogiske opplegget at en vil vente dette farger studentenes holdninger. Selv om mye av deres motiver for yrket er knyttet til skriveglede og den kreative prosessen, er det sannsynlig at de på et vis føler seg forpliktet av dette perspektivet selv om de selv ikke ser det som viktigst for dem personlig. Da Gunn Bjørnsen dybdeintervjuet journaliststudenter, var det en av dem som uttrykte det slik: "Det er fint at andre kan ta seg av akkurat det med samfunnsoppdraget og sånt. Jeg vil egentlig bare skrive bra om noe som er morsomt" (Bjørnsen 2003b:79).

Det som Odd Raaum kaller "pressens samfunnskontrakt" ligger altså i bunn og er nedfelt i viktige dokumenter som Vår Varsom-plakaten og Norsk Journalistlags handlingsprogram (Raaum 1999, Bjørnsen 2003b, Ottosen 2004).

Men hvordan ser studentene selv på det? Spørsmålet de fikk om medienes samfunnsoppgaver lød slik: "Nedenfor står en liste over samfunnsoppgaver som mediene kan sies å ha: Hvor viktig synes du de er?"

Svaralternativene som gjenspeiler de klassiske journalistidealene scorer høyt. Hvis vi ser på perioden fra studieslutt til tre år etter avsluttet studier scorer "Informere om politiske saker og konsekvenser" gjennomsnittlig høyest. Den kategorien som ligger høyest gjennom hele studieforløpet er "Overvåke maktthavere, avsløre maktmisbruk". Dette uttrykker muligens at mer "pragmatiske" forhold som å "informere" får større plass i arbeidslivet enn den mer "ide-

Tabell 3. Oppfatninger om medienes samfunnsoppgaver: Prosent "svært viktig"

	Kull 2000-2002		Kull 1999-2001	
	Studiestart	Studieslutt	Studieslutt	Etter tre år
Grundighet og nøyaktighet	79	71	81	90
Informere om politiske saker og konsekvenser	88	85	86	90
Overvåke maktthavere, avsløre maktmisbruk	84	86	88	87
Tale svake gruppers sak	70	76	75	65
Stimulere til toleranse og forståelse	48	51	62	50
Stimulere publikum til å løfte fram nye tanker og ideer	27	38	49	45
Informere om ulykker og dramatiske hendelser	41	31	27	37
Forbrukeropplysning	13	17	16	28
Underholde	26	27	20	23
Tale på vegne av folk flest	13	10	8	16
Formidle informasjon fra styresmaktene	6	6	8	10
Forsvare vår kulturarv	14	9	16	9
Bidra til at mediebedriftene går godt	4	1	9	6

elle” vakthundegenskapen ”overvåke makthavere” som scorer høyst i studietiden²⁵. (Bjørnsen, Hovden & Ottosen 2007).

Det skjer generelt få endringer i studentenes holdninger i løpet av studietiden. Det er først og fremst på fire punkter vi kan se endring. Det første er en endring i synet på journalisten som en mest mulig nøytral observatør av hendelser. Ved studiestart har denne oppgaven fått verdien 3.7 på en skala fra 1-5 (der 1=svært uenig og 5=svært enig), mens den etter to års utdanning har sunket til 3.0. Samtidig synker ”behovet for at bedriften de jobber i går godt” og ”å formidle informasjon fra de styrende i samfunnet” med 0,5 poeng til henholdsvis 2,5 og 2,9 gjennom studiet (Havnes 2005:80).

Av de tre svaralternativene ”være en mest mulig nøytral observatør av begivenheter”, ”formidle informasjon fra de styrende i samfunnet” og ”tale på vegne av folk flest” er det det siste svaralternativet som holder seg stabilt, mens verdien på de to førstnevnte går signifikant tilbake i løpet av studietiden. Dette kan henge sammen med journalistutdanningens fokusering på ”vaktbikkjerollen” som er nevnt tidligere i artikkelen.

Hvis vi kan bruke samlebetegnelsen ”overvåkingsoppgaver” om svaralternativene ”overvåke makthavere”, ”informere om politiske saker” og ”tale svake grupper/enkeltmenneskers sak” ser vi at de har størst gjennomsnittsverdi med 4.8 ved studiestart. Dette er svært nært opp til maksimalverdien 5.0, og tilsier at en stor del av studentene har krysset av på svaralternativet ”svært viktig”. Gjennomsnittet forblir uforandret og havner på 4.8 også ved endt studium.

Det vi kan kalle ”offentlighetsoppdraget” (”bidra til toleranse og forståelse”, ”formidle nye tanker og stimulere publikum til å løfte fram nye tanker og ideer”) har samlet et gjennomsnitt på verdien 4.2 og forblir også uforandret gjennom studieforløpet.

Både det vi kan kalle ”underholdningsoppgavene”; ”underholde; formidle/forsvare vår kulturarv og verdier”; det vi kan kalle ”nytteeffekten”; ”sørge for at mediebedriften går godt” og det vi kan kalle ”formidlingsoppgavene”; ”være nøytral observatør”, ”tale på vegne av folk flest”, og ”formidle informasjon fra de styrende i samfunnet” hadde en betydelig lavere score enn ”overvåkingsoppgavene” og ”offentlighetsoppgavene”. Underholdningsoppgavene hadde en score på 3.4 ved studiestart, men sank til 3.0 ved studieslutt. (Havnes 2005).

Etter tre år i arbeidslivet skjer det få endringer i synet på medienes oppgaver sammenlignet med holdningene de hadde mens de var studenter. Alle de fem viktigste oppgavene ved studieslutt forblir de

viktigste etter tre år i arbeidslivet (”overvåke makthavere”, ”informere om politiske saker”, ”tale svake grupper sak”, ”bidra til toleranse og forståelse” og ”formidle nye tanker”).

Men noen endringer har funnet sted. 28% svarer nå at det er ”svært viktig” å drive forbrukerjournalistikk, mens bare 16% sa det samme ved studieslutt. Vi ser at forbrukerjournalistikk og den såkalte du-journalistikken får en stadig mer dominerende plass i nyhetsbildet, spesielt i løssalgspressen (Bech-Karlsen 1996). Her er det ikke unaturlig å tenke seg at det har skjedd en sosialisering i redaksjonene og at svarene som gis til en viss grad reflekterer det de faktisk jobber med.

Oppgavene knyttet til å ”tale på vegne av folk flest” og ”formidle informasjon fra de styrende i samfunnet”, ser også ut til å styrke seg noe. At det blir viktigere for journalistene ”å tale på vegne av folk flest” etter tre års møte med arbeidslivet tyder vel kanskje på at nærkontakt med publikum fører til at de unge journalistene identifiserer seg mer med sine lesere, lyttere og seere.

Interessen for mediebedriftenes økonomiske resultater øker imidlertid ikke i arbeidslivet. På spørsmålet om hvor viktig det er å sørge for at ”mediebedriftene går godt og blir sterke og sunne bedrifter” sa kun 9% ved studieslutt at dette er svært viktig, 6% etter tre år i arbeidslivet.

Mens 73% av studentene ved studiestart synes det var svært viktig å ”tale svake grupper sak” og dermed var på tredje plass etter de to svaralternativene som er beskrevet overfor, var det 65% som mente det samme etter tre år i arbeidslivet. Det er lett å tenke seg at idealistiske studenter etter hvert opparbeider en mer kynisk innstilling til sitt arbeid, og at det i studietiden er rom for et mer uttalt sosialt og politisk engasjement som her kommer til uttrykk. Noe av den samme utviklingen ser vi ved svaralternativet ”stimulere publikum til å løfte fram nye tanker og ideer”. Ved studiestart er det 33% som synes dette er ”svært viktig”, og denne svarprosenten stiger til 40% ved studieslutt, for så å falle til 23% etter tre år i arbeidslivet. En samlet konklusjon er at utdanningen ser ut til å ha relativt liten påvirkning på studentenes oppfatning av journalistikkens samfunnsoppdrag. Det må sies å være et tankekors.

Kjønn og politikk

Kvinner gir sterkest uttrykk for tilhørighet til idealene ”Informere om politiske saker og konsekvenser” og ”Overvåke makthavere, avsløre maktmisbruk” under studietiden. De kvinnelige journaliststudentene gir også i større grad enn sine mannlige medstudenter

inntrykk av å være opptatt av det er blant journalistenes viktigste oppgaver å bidra til en levende samfunnsdebatt (kvinner 79%, menn 46%) og tale svake gruppers sak (kvinner 82%, menn: 60%) (Bjørnsen 2003b:79). Sistnevnte, og andre lignende tendenser i datamaterialet – for eksempel mannlige studenters høyere preferanser for sportsjournalistikk og kvinner for kulturstoff – viser tydelig at den kjønns spesifikk sosialiseringen er en viktig ballast som følger studentene inn i journalistikken.

De politiske preferansene har liten betydning for synet på det journalistiske samfunnsoppdraget. Bare på ett punkt er det signifikante forskjeller hvis vi trekker inn politiske preferanser. Det vi kan kalle ”ofentlighetskategorien” er signifikant mer viktig for de som står til venstre politisk. Men den innbyrdes rangeringen av synet på de ulike samfunnsoppgavene er den samme uavhengig av politisk preferanse.

Jevnt over vurderer kvinnene alle rollene som viktigere enn det mennene gjør. Også de venstreorienterte legger større vekt på de fleste oppgavene enn de høyreorienterte (Havnes 2005:84-85). Sett i sammenheng kan vi kanskje si at kvinnene og de venstreorienterte er de mest engasjerte i det journalistiske prosjektet.

Det kan se ut som studentene gjennom studieforløpet blir mindre og mindre opptatt av formidling av ren informasjon. Kvinnene og de venstreorienterte blir dessuten mindre opptatt av medienes ”underholdende” funksjon. Dette skyldes ikke bare at kvinnene er mer venstreorienterte enn mennene. Kjønnseffekten og utslagene av politiske holdninger har en viss effekt uavhengig av hverandre, men vi har ingen holdepunkter for å hevde at kjønn eller politisk preferanse har noe å si for endring av studentenes syn på pressens samfunnsoppgaver i løpet av studieforløpet.

Trusler mot den kritiske presse

Et underliggende premiss for spørsmålet om hva som truer den frie og kritiske presse er at det faktisk eksisterer en trussel. Gjennom den siste arbeidsmiljøundersøkelsen som er gjennomført blant journalister og redaktører av Arbeidsforskningsinstituttet (AFI), går det fram at økt markedsrett etter manges mening utgjør en slik trussel (Sørensen et. al 2005). I ettertid ser vi at vår undersøkelse fanger for dårlig opp dette forholdet selv om det til en viss grad kommer til uttrykk i svaralternativene ”reklamefinansierte medier” og ”at flere mediebedrifter blir kontrollert av samme eier”. Det sistnevnte fanger opp den uttalte frykt i AFI-undersøkelsen at økt fortjeneste til de tre store konsernene vil gi mindre ressurser til kritisk og undersøkende journalistikk (ibid.).

Ved studiestart anser 90% av studentene at konsentrasjon av eierskap og journalistenes flokkmentalitet i stor eller til en viss grad utgjør en trussel mot en fri og kritisk presse. Her er det en slående forskjell mellom kjønnene, ved at nesten 30% flere kvinner enn menn mener at reklamefinansierte medier og en for Oslo-fokusert journalistikk utgjør en trussel mot en fri og kritisk presse (Bjørnsen 2003b:81).

Når de er i ferd med å avslutte sine studier, legger de mer vekt på forhold som ”journalisters selvsensur”, ”for lite kunnskap om samfunnet blant journalister” og ”reklamefinansierte medier”. I denne fasen er det nødvendig å se de to svaralternativene ”stor fare” og en ”viss fare” i sammenheng fordi svært mange benytter anledningen til å krysse av på det litt svakere utsagnet ”viss fare”. Sommert viser det seg da at 54% av avgangsstudentene mener tendensen til å ”jage i flokk” utgjør en trussel, mens under halvparten (25%) av førsteårsstudentene mener det samme. Likeens mener 34% av avgangsstudentene at

Tabell 4. Oppfatninger om trusler mot den kritiske presse. Prosent ”stor grad” og ”nokså stor grad”

	Kull 2000-2002		Kull 1999-2001
	Studiestart	Studieslutt	Studieslutt
Utenlandsk eierskap av norske mediebedrifter	69	(ikke spurt)	80
Statelig eierskap av mediebedrifter	67	58	60
Partibasert eierskap av mediebedrifter	81	(ikke spurt)	74
At flere mediebedrifter blir kontrollert av samme eier	89	95	89
Publikums behov for forenkling	65	76	76
Reklamefinansierte medier	67	65	73
Journalisters selvsensur	75	73	85
For lite kunnskap om samfunnet hos journalister	68	82	78
For Oslo-fokusert journalistikk	69	65	72
Journalisters tendens til å ”jage i flokk”	86	87	91
Kildene har for mye makt	(ikke spurt)	81	81
For mye bruk av anonyme kilder	(ikke spurt)	56	(ikke spurt)

”journalistenes mangelfulle kunnskap” er en potensiell trussel mot en fri og kritisk presse. Igjen ser vi at under halvparten av førsteårsstudentene mente dette. Her er det sannsynlig at en viss bevisstgjøring gjennom studiet kan forklare denne forskjellen (Bjørnsen 2003b:81). Ved studieslutt ser 60% ”statlig eierskap” som en potensiell trussel – omtrent like mange som ved studiestart. Det at det har skjedd liten endring her kan vel best forklares med at det har skjedd lite på dette området og at NRK-monopolet var avviklet lenge før studentene startet sin utdanning.

Det skjer også liten utvikling i vurderingen av trusselen at ”flere mediebedrifter blir kontrollert av samme eier”. Her var det 89% i kull 1999-2001 som så det som en trussel. I kull 2000-02 var tallene 89% ved studiestart og hele 95% ved studieslutt. ”Reklamefinansierte medier” holder seg også stabilt – 70% mente dette utgjorde en trussel ved studiestart og 73% ved studieslutt.

Ved studieslutt mener 80% i kull 1999-2001 at utenlandsk eierskap utgjør en stor eller viss fare. Her er det nærliggende å tro at den offentlige debatten rundt spørsmål om eierskapsregulering har virket inn. Det er verdt å merke seg at journalistenes egen fagforening Norsk Journalistlag (NJ) har lagt seg på en restriktiv linje i dette spørsmålet. Siden denne undersøkelsen ble gjennomført har det vært opphetede debatter rundt det britisk baserte selskapet Mecom oppkjøp av Orkla Media (nå Edda Media) og Schibstedts arbeid med å fusjonere regionsavisene i Norge i det nyopprettede Schibsted-selskapet Media-Norge. Det er grunn til å tro at bekymringen for konsekvensen av økt eierskapskonsentrasjon og utenlandske oppkjøp er blitt større blant journalister siden våre data ble samlet inn (Ottosen 2007).

Yrkeslivet

Det blir antatt at det er vanskelig å få jobb for nyutdannede journalister i Norge. Dette forhindrer ikke at journalistikkstudiene er blant de aller mest populære. Journaliststudentene ser heller ikke ut til å bekymre seg for jobbmulighetene: bare 8% oppgir høy lønn og 7% trygg jobb å være veldig viktig for sitt valg av karrierevei (Bjørnsen 2003b: 72). Det ser heller ikke ut til at de har hatt særlig grunn til bekymring: 97%²⁶ av studentene som begynte å arbeide etter studiene (17% fortsetter å studere) opplyser i fase 3 at de fikk relevant arbeid²⁷ direkte etter studiene²⁸. 75% av de nyutdannede studentene gikk rett ut i jobb som journalist.

Sett i lys av ”løshund”-problematikken i journalisters arbeidsforhold, er det interessant å merke seg at 76% også har opplevd en periode som fast ansatt

etter studiet, mens 26% gikk direkte til fast jobb etter utdanningen. Idet denne siste surveyen ble gjennomført (våren 2004) var 45% av de nye journalistene i faste stillinger. 19% oppgir at de har hatt en periode som arbeidsledig siden de fullførte utdanningen (Hagen og Jørem 2004).

Disse tallene gir også en indikasjon på at de unge journalistene har byttet jobb hyppig: de fleste har byttet jobb to til tre ganger siden de fullførte studiene for tre år siden. Ellers mener 66% at hvilken praksisplass de hadde som journaliststudent hadde betydning for den første jobben.

Når vi fortolker disse svarene og det som må kunne kalles en høy suksessfaktor, må vi selvsagt også ta med i betraktningen at journalistutdanningene i Oslo og Volda er prestisjetunge og at så mange av studentene også jobber som journalister allerede i det siste studieåret²⁹.

Realitetsorientering

Hvilke erfaringer har så de ferske journalistene ellers gjort etter tre år i yrkeslivet? Når vi ser nærmere på hvor de jobber, sett i forhold til type medium, redaksjon og stoffområder, finner vi et avvik mellom deres framtidsønsker som studenter og hvor de som utøvende journalister faktisk jobber. Flere ønsket å arbeide i TV enn de som faktisk gjør det, flere ønsket å jobbe med utenriksstoff enn de som gjør det. Et slikt sprik mellom ønsker og realiteter er ikke uventet. Heller ikke i andre yrker kan man vente å få drømmejobben i det første arbeidsforholdet.

Ett interessant funn er at interessen for type stoffområder de ønsker å arbeide med endrer seg betraktelig etter inntreden til yrkeslivet. Eksempelvis oppgir hele 62% av informantene å være interessert i flerkulturelle spørsmål ved studieslutt, mens bare 38% holder fast ved den samme interessen tre år senere. Denne tendensen gjelder flere stoffområder; samfunn og politikk, feature/magasin-stoff, Nord/Sør-spørsmål og kulturstoff har alle en dalende interesse på over 10% innen ”svært interessant”-kategorien, mens andelen som svarer at de er lite eller ikke interessert øker tilsvarende. Preferansene blir tydeligere. Dette må antas å ha en sammenheng med at erfaringer med bestemte stoffområder vil kunne føre til en økt interesse for det samme, en form for selvsrasjonalisering. Vi får også dels dokumentert dette gjennom å se spørsmålet om hvilke stoffområder de er interesserte i i sammenheng med svarene på spørsmålet om hvilke stoffområder de faktisk har erfaring fra. Vi finner en tydelig tendens til økt interesse for de stoffområdene de oppgir å ha hatt erfaring fra i redaksjonene.

Det er også verdt å merke seg at stoffområder som forbrukerstoff, populærvitenskap, sport og underholdning har den tydeligste økningen i interesse tre år etter studieslutt. Vi ser konturene av journalister som er i ferd med å finne sin plass i en journalistisk virkelighet preget av DU-journalistikk, infotainment og underholdning.

Det er ellers interessant at en tredjedel av de unge journalistutdannede journalistene etter tre år i arbeidslivet synes at journalistutdanning er 'lite viktig'... Dette kan også tolkes som en form for realitetsorientering etter inntreden til yrkeslivet.

Virker utdanningen?

Studentene er generelt sett mer fornøyde med journalistikkstudiet tre år etter studieslutt enn idet de slutter studiet. 65% av de tidligere studentene oppgir å være fornøyde med studiet etter tre år, mens 50% ga uttrykk for det samme ved studieslutt. Journaliststudentene ved Høgskolen i Oslo (HiO) gir journalistutdanningen en totalscore midt på treet sammenlignet med de andre utdanningene ved høgskolen. Blant 18 profesjonsutdanninger ved HiO rangeres journalistikkstudiet som nr 10 (Mastekaasa 2003: 62). Denne rangeringen kan imidlertid selvsagt like gjerne være et uttrykk for ulike forventninger til utdanningen som ulik kvalitet i utdanningen. Journaliststudentenes forventninger må forventes å være høye.

Vi spurte også studentene om de synes journalistikkstudiet generelt er nyttig i sin nåværende jobb. 67% av studentene indikerer tilfredshet og 14% lite tilfredshet i så måte. Alt i alt ser journalistutdanningen ut til å fungere, sett fra studentenes ståsted.

Dette bildet stiller imidlertid likevel krav om nyanser. Et eksempel er spørsmålet om i hvilken grad de nye journalistene opplever at journalistikkstudiet har forberedt dem på å arbeide i et multikulturelt samfunn. På dette spørsmålet svarer åtte av ti studenter et tydelig "nei". Svarene spissformulerer hva som er en av journalistutdanningenes aller største utfordringer i dagens multikulturelle samfunn.

Avslutning

Våre data er hentet fra journalistutdanningene ved Høgskolen i Volda og Høgskolen i Oslo, som er de to eldste og største journalistutdanningene i Norge. Etter hvert har vi i tillegg til disse fått statlige utdanninger i Bodø, Rogaland og en egen samisk journalistutdanning i Kautokeino, samt en rekke private tilbud, blant annet ved Mediehøgskolen i Kristiansand, Bedriftsøkonomisk Institutt, Merkantil Institutt og ved Bjørknes (i samarbeid med The University of

Queensland i Australia). Selv om vi tror våre funn gir et nokså dekkende bilde av norske journaliststudenter, må vi ha i minne at de ulike utdanningene til en viss grad rekrutterer forskjellige typer studenter³⁰. Vi ser også tendenser til at studentene fra de ulike studiestedene havner i ulike typer medier.

Basert på en longitudinell survey av 337 studenter ved de to største journalistutdanningene i Norge har vi kartlagt noen egenskaper ved den kommende generasjon av norske journalister. Den typiske norske journaliststudent er en etnisk norsk kvinne med middelklassebakgrunn. Sammenlignet med befolkningen generelt ligger de til venstre politisk og har høy kulturell kapital. De har også en klar overrepresentativitet av journalistforeldre.

Journaliststudentene forsvarer de klassiske vaktbikkje-idealene i journalistikken, men er samtidig opptatt av selvrealisering og gir uttrykk for at en variert og levende jobb, skriveglede og annen kreativitet er viktige motivasjonsfaktorer for å søke seg til bransjen. Ikke uventet identifiserer de seg mer med journalistyrket og bransjens normer etter å ha jobbet en stund, mer uventet er kanskje at denne tendensen også finner sted i løpet av utdanningen. I hvilken grad dette skyldes sosialisering fra lærere, medelever eller bransjens representanter gjennom sine mange møter med studentene – ikke minst gjennom praksisperioden, er vanskelig å si.

Sammenlignet med holdningene under utdanningen ser vi at møtet med yrkeslivet gjør dem mer opptatt av de håndverksmessige og praktiske sidene ved jobben enn de mer ideelle som var mer framtrepende under studiet. Interessen for presseetikk holder seg imidlertid stabilt høyt også etter at de kommer i jobb. De vurderer også journalistutdanningen mer positivt etter noen år i yrkeslivet.

Noe av det mest slående med vår undersøkelse er den høye graden av stabilitet i svarene. Vi har dokumentert noen nyanser i synet på utviklingen i synet på yrket og profesjonsutøvelsen, men totalt sett er stabiliteten i holdninger og synspunkter tydeligere enn endringene. En delforklaring kan være at journalistutdanningene til en viss grad "lærer fisk å svømme", ved at mange har erfaring fra bransjen og slik en viss yrkessosialisering før de kommer til studiet. En annen delforklaring er å se dette som et tegn på at studentenes grunnleggende journalistiske preferanser og idealer henger sammen med dyptforankrede – og derfor trege – disposisjoner i studentenes habitus (jfr. Hovden 2001), som utdanningen i liten grad makter å påvirke.

For journalistutdanningene burde det uansett være grunn til ettertanke.

Noter

1. Journalisters bekymring for kommersialiseringen av egen rolle er kommet til uttrykk i initiativ som *Committee of Concerned Journalists* (etablert i USA i 1997) og *Qualität im Journalismus* (etabl. i Tyskland i 2001). I Norge kan boken *Kvalitet i journalistikken. Er vi gode nok?* (Finslo mfl 1997) og det at den årlige journalistkonferansen arrangert av *SKUP - Stiftelsen for en kritisk og undersøkende presse* har større oppslutning enn noensinne, sees som uttrykk for den samme bekymring, og som motkrefter til kommersialiseringen (jf Ottosen 2004).
2. Splichal & Sparks sin undersøkelse av journaliststudenter i 22 land tidlig på 1990-tallet inkluderte Journalisthøyskolen i Oslo (Splichal & Sparks 1994). Rune Ottosen var ansvarlig for den norske gjennomføringen. En del av våre spørsmål er inspirert av denne undersøkelsen. I ettertid (2005) har artikkelforfatterne sammen med nordiske partnere også gjennomført en lignende undersøkelse av nordiske journaliststudenter (jf. Bjørnsen, Hovden og Ottosen 2005).
3. Svarprosenten varierte fra kohort til kohort og den generelle tendensen var at svarprosenten falt i de senere fasene av undersøkelsen. Den totale svarprosenten var (fasenummer i parentes): 1999: 75% (2), 57% (3). 2000: 85% (1), 65% (2). 2001: 90% (1). Den samlede svarprosenten og antall respondenter i hver fase fordelte seg slik: 88% (234) i fase 1, 69% (178) i fase 2 and 57% (72) i fase 3.
4. En kohort (2000) har svart på spørreskjemaet i alle tre faser av undersøkelsen (i 2000, 2002 og 2006). En kohort (1999) svarte på fase 2 (gjennomført i 2001) og 3 (gjennomført i 2004), og en kohort (2001) svarte bare på fase 1.
5. StudData er en database for studier av rekruttering og kvalifisering til profesjonell yrkesutøvelse, der Senter for profesjonsstudier ved Høgskolen i Oslo er ansvarlig. I undersøkelsene ble to paneler (ved studiestart 1999 og 2000) på 20 ulike profesjonsrettede studier – hovedsakelig på høyskolene - gitt et felles spørreskjema ved studiestart, studieslutt og tre år etter avsluttet studium. Et nytt panel ble startet i 2004, og en fjerde fase er planlagt 5-6 år etter avsluttet utdanning. Mer informasjon om StudData prosjektet finnes på www.hio.no/studdata.
6. Et unntak er fase 3 (tre år etter avsluttet utdanning) der våre journalistspesifikke spørsmål ble inkludert i fellesskjemaet fra StudData.
7. De statistiske data under denne delen er basert på alle tre kull (1999-2000-2001) hvis ikke noe annet blir opplyst. Resten av artikkelen baserer seg på resultater fra kull 1999 og 2000.
8. I tillegg har 10% hatt ulønnet journalistisk erfaring (typisk eksempel er redaksjonelt arbeide i en studentpublikasjon), slik at kun 38% sier at de ikke har noen journalistisk erfaring.
9. 2000-kullet.
10. Av disse hadde det store flertallet avsluttet kortere studium på mindre enn to år. Flest hadde studert humanistiske fag, noen færre samfunnsvitenskap eller psykologi. Nesten ingen hadde bakgrunn fra naturvitenskap (2000-kullet).
11. Dataene er basert på oversikter fra Volda i perioden 1971-2003 (Alme, Vestad et al. 1997) og data fra Oslo 1993-2003 (Bjørnsen 2003:30). Det må understrekes at denne tendensen ikke er spesiell for journaliststudenter, men følger generelle historiske endringer i den norske studentmassen i Norge de siste 35 år. (SSB 2000, tabell 192).
12. Journaliststudentene framstår imidlertid enda mer aldermessig homogene enn andre høgstudenter, og med en større andel yngre studenter (jf. Dæhlen 2001:18).
13. Også blant de nye studentene ved et større utvalg norske journalistutdanninger i 2005 har bare ca tre prosent en tokulturell bakgrunn. De statlige journalistutdanningene er mest "helnorske", mens 10-20% av studentene ved den private journalistutdanningen på Bjørknes har hatt ikke-vestlig minoritetsbakgrunn (Bjørnsen, Hovden & Ottosen 2005). Den lave rekrutteringen av personer med flerkulturell bakgrunn til journalistikken har vært et tema som har blitt viet økende oppmerksomhet de senere år, og det finnes flere lys i denne tunnelen. Høsten 2005 ble det vedtatt kvote på inntil fem studenter med minoritetsbakgrunn til Journalistutdanningen ved Høgskolen i Oslo med virkning fra opptaket i 2006. Og i januar 2006 hadde norsk-pakistanske og Volda-utdannede NRK-journalist, Mah-Rukh Ali, sin debut som historiens første kvinnelige nyhetsanker i NRK med flerkulturell bakgrunn.
14. For å kontekstualisere våre funn på en meningsfull måte, har vi sammenlignet journaliststudentene med syv andre studentgrupper fra en studie av norske studenter i 1988 (Gripsrud and Hovden 2000; Hovden 2002). Det må her understrekes at en slik sammenligning mellom ulike studentgrupper må gjøres med stor forsiktighet og bare som en grov indikator på forskjeller med hensyn til kapital, blant annet fordi kapitalverdien av en bestemt tilgang (f.eks det å ha en mor med høyere utdanning) endrer seg historisk etter en lignende logikk som økonomiske inflasjons- og deflasjons-prinsipp. En annen viktig grunn til å være forsiktig i tolkningen er at utdanningssystemet, i kraft av å være en selekterende mekanisme har en tendens til å få fram statistiske kategorier som tilslører sosiale forskjeller (jf. Bourdieu & Passeron 1990:82).
15. ISCO 88-standarden for yrkesklassifisering har 10 hovedgrupper. Hovedgruppe 1 og 2 inkluderer "Politikere, ledere i offentlig forvaltning og næringsliv" og "Akademiske yrker", og har slik til felles at de kombinerer yrker som man i snitt vil vente er rike på mange former for kapital. Andelen foreldre i sosialgruppe 1 og 2 kan slik tolkes som en svært generell indikator på høy sosial bakgrunn. For mer informasjon om standarden, se SSB (1998).
16. Gjelder 2000- og 2001-kullene.
17. Gjelder 1999- og 2001-kullene.
18. Dette var også konklusjonen til Dæhlen (2001:23)
19. 2% har begge foreldre i denne kategorien, 11% har far og 5% mor i denne kategorien.
20. Hovden (2006a).
21. Når vi samtidig vet at det er en klar sammenheng

- mellom journalistisk kapital (ære og status i feltet) og det å ha foreldre som er journalister (Hovden 2006b), støtte dette inntrykket av at journaliststudiene er en viktig rekrutteringsvei til de prestisjefulle journalistiske posisjonene.
22. Relative odds, befolkningen=1. Data for journalistene er hentet fra Aarebrot (2003)
 23. De relative odds for å stemme SV eller RV sammenlignet med publikum var 8 i 1988 og 6 i 2001. Data for journaliststudentene i 1988 fra Roppen (1988).
 24. 51% sier de ble oppmuntret av far, 62% av mor, 61% av venner, 56% av kolleger og 45% av lærere og rådgivere på skolen. Særlig studieveilederene ser ut til å være viktige - bare 19% av ingeniørstudentene som sa at de var blitt anbefalt studiet av en studieveileder.
 25. Gjelder kullet 1999-2001.
 26. 1999-kullet.
 27. Med "relevant" menes her både redaksjonelt, journalistisk arbeid (81%) og informasjonsarbeid (16%).
 28. Et problem her er selvsagt usikkerhet knyttet til den fallende deltagelsen utover i studiefasene (jf. fotnote 3). Spørsmålet er i hvilken grad den høye prosentandelen som oppgir å ha relevant jobb kan tolkes som indikator på et godt jobbmarked for disse studentene, eller som uttrykk for et skjevt utvalg - at det er de mest suksessfulle som besvarer skjemaet? Men selv om vi tar hensyn til den lave svarprosenten og dette mulige/sannsynlige skjeve frafallet, framstår andelen som får relevant arbeid raskt fortsatt høy.
 29. Ved HiO gjelder dette så mange som 44% av andreårsstudentene (i tilsvarende 30-65% stilling).
 30. For eksempel virker det som journalistikkstudiene ved de statlige og universitetsbaserte utdanningene rekrutterer studenter med en noe høyere sosial bakgrunn enn studenter ved de private utdanningene (Bjørnsen, Hovden og Ottosen 2005).
- ## Referanser
- Allern, S (1997) *Når kildene byr opp til dans*. Oslo: Pax Forlag AS.
- Alme, B., J.P. Vestad, et al. (1997) *Mot alle vindar. Mediefag i Volda 1971-96*. Volda: Høgskulen i Volda.
- Ansari, A. og Fossum, S (1999) *Journalist med minoritetsbakgrunn – ressurs i redaksjonen: en studie av journalister fra etniske minoriteter*. Oslo: Høgskolen i Oslo. (semesteroppgave)
- Bech-Karlsen, J. (1996) *Ubehaget i journalistikken. En pamflett*. Oslo: Aschehoug Forum.
- Bjørnsen, G. (2003a) *Flerkulturell bakgrunn som journalistisk kompetanse? Om rekruttering og utdanning av "nynordiske" journalister*; www.njc.dk/farver
- Bjørnsen, G. (2003b) *Journalister i støpeskjeen? Om holdninger til yrke og utdanning blant journaliststudentene i Volda og Oslo*. HiO-rapport nr 23. Oslo: Høgskulen i Oslo.
- Bjørnsen, G., J.F. Hovden og R. Ottosen (2005) 'Slik er fremtidens journalister', *Aftenposten*. Oslo.
- Bjørnsen, G., J.F. Hovden og R. Ottosen (2007) *Journalists in the Making. Findings from a Longitudinal Study of Norwegian Journalism Students*. *Journalism Practice*. Vol 1, iss 3, pp 383 – 403. Routledge
- Bourdieu, P. (1984) *Distinction : A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Bourdieu, P. og J.-C. Passeron (1990) *Reproduction in Education, Society and Culture*. London. Sage.
- Bourdieu, P. og L.J. Wacquant (1992) *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicago: UCP.
- Dæhlen, M. (2001) *Usikre, dedikerte, engasjerte og distanserte. Om forventninger og motivasjon blant de nye studentene ved profesjonsstudiene*. Oslo: Høgskulen i Oslo, HiO-rapport.
- Eide, M. ed. (2001) *Til dagsorden! : Journalistikk, makt og demokrati*. Oslo: Gyldendal.
- Finslo, S. et al (1997) *Kvalitet i journalistikken. Er vi gode nok?* Oslo: Institutt for journalistikk.
- Finslo, S. ed. (2002) *Redaktøren leder og har ansvaret*. Årbok fra Norsk Redaktørforening. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Gripsrud, J. og J.F. Hovden (2000) '(Re)producing a Cultural Elite?', in J. Gripsrud: *Sociology, Culture & Aesthetics*. Oslo: Høyskoleforlaget/NFR.
- Hagen, G.G. og A. Jørem (2004) *Hvor blir det av journaliststudentene?* Oslo: University College (semesteroppgave).
- Havnes, J. (2005) *Journaliststudentenes forståelser av medienes samfunnsoppgaver*. Oslo: Universitetet i Oslo (hovedoppgave i sosiologi).
- Hovden, J.F. (2001) 'Etter alle journalistikkens reglar... Skisse til ein studie av det norske journalistiske feltet', in M. Eide: *Til dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*. Oslo: Gyldendal.
- Hovden, J.F. (2002) *Bergensstudent og kultur. Dokumentasjon og hovudtal*. (upublisert).
- Hovden, J.F. (2006a) *Mediefolk 2005. Metode- og tabellrapport* (upublisert).
- Hovden, J.F. (2006b) *Mapping the Journalistic Microcosmos. A Model of the Norwegian Journalistic Field*. 'Paper. International Communication Association, Dresden
- Hægeland, T., L.J. Kirkebøen, et al. (2005) *Skoleresultater 2004. En kartlegging av karakterer fra grunn- og videregående skoler Norge*. SSB-Notat. Oslo, SSB.
- Høyer, S. (1982) *Pressen. Økonomisk utvikling og politisk kontroll. Maktutredningen om massemedier*. NOU 1982:30, Norges offentlige utredninger.
- Mastekaasa, A. (2003) 'Tilfredshet med profesjonsutdanningene. Studentenes tilfredshet med lærere og undervisning ved Høgskolen i Oslo', i Aamodt, P. and L.I. Terum (eds) *Hvordan, hvor mye og hvorfor studerer studentene? Om læringsmiljø, jobbpreferanser og forståelse av kompetanse i profesjonsutdanningene*. Senter for profesjonsstudier. Oslo: Høgskulen i Oslo (HiO-rapport 2003 nr 8).
- Norsk Journalistlag og Norsk Redaktørforening (1999) *Kunnskapsløftet : en rapport fra etter- og videreutdanningsutvalg*. [S.l.], Norsk Journalistlag.
- Ottosen, R. (1997) 'Akademisk, kommersiell eller distrikts-politisk?', *Journalistutdanningens jakt på en identitet, Norsk medietidsskrift* no. 1
- Ottosen, R. (2000) 'Et yrke for dukser eller selvlærte entusiaster?' Foredrag på NRs jubileumskonferanse 2000.

- Ottosen, R. (2004) *I journalistikkens grenseland : Journalistrollen mellom marked og idealer*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Ottosen, R. (2007) Journalistikkens framtid. *Dagbladet*. 26. januar 2007.
- Petersson, O. (1994) 'Journalistene som klass, Journalismen som ideologi'. *Media og samfunnsstyring*, i Terje Steen Edvardsen (red.) Media og samfunnsstyring. Bergen: Fagbokforlaget.
- Roppen, J. (1988) *Kven er vi?* Semesteroppgave i mediekunnskap. Høgskulen i Volda.
- Raaum, O. (1999) *Pressen er løs! : Fronter i journalistenes faglige frigjøring*. Oslo: Pax.
- Rosenberg, G. (2004) *Tankar om journalistik*. Stockholm: Prisma
- Splichal, S. og C. Sparks (1994) *Journalists for the 21st Century : Tendencies of Professionalization among First-Year Students in 22 Countries*. Norwood, N.J.: Ablex Pub.
- SSB (1998) *Norsk standard for yrkesklassifisering. Norges offisielle statistikk*. Oslo: Statistisk sentralbyrå.
- SSB (2000) *Statistisk årbok 2000. Norges offisielle statistikk*. Oslo: Statistisk sentralbyrå.
- SSB (2006) *Befolkningsstatistikk*. <http://www.ssb.no/emner/02/01/10/innvbe/>. Oslo: Statistisk sentralbyrå
- Sørensen, B.A., Seierstad, G. et. al (2005) *Tatt av ordet*. Oslo: Arbeidsforskningsinstituttet.
- Aarebrot, F. (2003) *Når presse og publikum spriker* (Powerpoint) Media 2000, Bergen.

GUNN BJØRNSSEN, Cand.polit., Forskere, gunnb@online.no,
 JAN FREDRIK HOVDEN, Cand.polit., Sosiolog, jfh@hivolda.no,
 Avdeling for mediefag, Høgskulen i Volda, Postboks 500, NO-6101 Volda,
 RUNE OTTOSEN, Professor, rune.ottosen@jbi.hio.no,
 Journalistutdanningen, Høgskolen i Oslo, Pb 4 St. Olavs plass, NO-0130 Oslo,

Skolemassakren i Beslan mellom myte og folkeeventyr

SOILIKKI VETENRANTA & HANSJÖRG HOHR

Eventyrfortellerens rolle har alltid vært viktig i samfunnet, siden en stor del av menneskehetens viktigste erfaringer er innfanget i fortellingene. Fortellingene er kjent fra alle verdens kulturer, som eventyr, fabler, legender, episke beretninger eller sagaer. Journalistene er vår tids profesjonelle eventyrfortellere, hevder Bell (1991). Fjernsynsnyhetene har, i likhet med eventyrsjangeren, en dialektisk uttrykksform: På den ene side formidler medietekstene angst og usikkerhet mens de på den annen side uttrykker behovet for trygghet i en uforutsigbar verden. Det daglige nyhetsritualet bidrar til at seerne kan føle en viss sammenheng og trygghet i en kaotisk og kompleks verden.

Fjernsynsnyhetene styres verbalt og visuelt av et bestemt sett regler, journalistiske rammer, som konstruerer virkelighet og som skaper gjenkjennelse hos seerne og leserne. De er som mentale kart eller veiledninger for journalister for hvordan de skal tolke fenomener og skrive om dem. Gitlin (1980) karakteriserer disse rammene som prinsipper for utvelgelse der presentasjonen av nyhetene komponeres ut fra taus kunnskap om hva som teller som nyheter. Nyhetsinnslagene bearbeides for seerne, og som forskere må vi problematisere hvordan bearbeidingen skjer, hvilke vurderinger og dramaturgiske strategier som ligger bak tilretteleggingen av det medieskapte virkelighetsbildet. I tillegg til å ordne virkeligheten for oss tilbyr nyhetene også en norm for hvordan verden skal oppfattes og fortolkes. Således har nyhetene eksistensielle og ideologiske implikasjoner for seerne (Foss 1988).

Nyhetsformidlingen forutsettes å ha høy virkelighetsgehalt, og formidlingsstrategien har til hensikt å skape en illusjon om objektivitet. Fjernsynsnyhetene formidler likevel en arrangert virkelighet, som sammen med illusjonen om objektivitet, gir en følelse av å bli underholdt. Nyhetene virker underholdende selv om innholdet i seg selv er opprivende,

slik som i katastrofenyheter. Underholdningsfaktoren er et grunnleggende trekk i fjernsynets ontologi, og som et primært visuelt medium, omformer fjernsynet også innholdet i nyhetene til underholdning (Postman 1986, Stam 1983). Seeren blir grepet av en slags nummen, skrekkblandet fascinasjon når en betrakter bilder fra store katastrofer. Corner og Richardson (1993) påpeker hvordan nyhetene fra store katastrofer innebærer et sterkt element av trussel. Nyhetene produserer "symbolsk resonans" ved å bruke kulturens ikonografiske elementer som henspiller på døden og med mektige assosiativ og metaforiske detaljer. Dahlgren (1988) hevder også at fjernsynsnyhetene er mer ritualistiske, symbolske og mytiske enn informative.

For bare tolv år siden bedyret Corner (1995) at nyhetsfortellingene skiller seg radikalt fra dem romanforfatterne forteller. Han mente at utvikling av sterke karakterer og "plott" var meget begrenset i nyhetene, og fortellingene var for korte for et narrativt spenn. Manglende kontinuitet og få ingredienser var andre faktorer som skilte nyhetene fra sine litterære slektninger. Den gang var nyheter om katastrofer forholdsvis jomfruelige, med Golf-krigen som det første unntaket som fjernsynsmediert nyhetsdrama. Skjellsettende katastrofer som atomkraftulykken i Tsjernobyl i 1986, ble kringkastet i fjernsynet nesten rørende uaffektet (Vettenranta 1998). I løpet av de siste tjue årene har vi sett en betydelig endring i nyhetsformidlingen. Det gjelder ikke bare innholdet, men også formen disse nyhetene overføres på.

Lehtonen (2004) hevder at under overføringer av globale katastrofenyheter forvandles journalister til eventyrfortellere. Den innbilte følelse av fellesskap med millioner andre seere gir oss en viss trøst, slik det skjedde i forbindelse med terroraksjonen 11. september. Hendelsene blir ofte seremonielle, hverdagen blir avbrutt og fellesskapsånden forsterket (jf. Foss 1988). Nyheter er en form for litteratur, hevder Lindholm

(2004). Han har merket seg likheten mellom eventyr og nyheter, som etter hans syn er fortellinger bestående av tilfeldig samlede historiebrokker. Nyhetene bygger på en konfliktmodell der maktmenneskene som mørkets fyrster duellerer seg imellom for å beseire motstanderen. Nedenfor maktens tinder kravler enkeltindividene, ofrene, der bare "lysets ridder", journalisten, kan redde dem. Enhver nyhet må romme en historie, og fortellingen formes som et forløp av hendelser der de plasseres "i et moralsk univers av helter og skurker, seire og tap". Han fortsetter:

De mest suksessrike nyhetene i dag er miniversjoner av gamle dagers moralske eksempelhistorier. Men der skillingsvisene presenterte moralen i siste vers, ligger den gjemt i nyhetsmeldingens undertekst. Den må rekonstrueres av leseren etter at punktum er satt. Begrepet "objektiv" nyhetsjournalistikk er ikke annet enn et krav om skjult argumentasjon. (Lindholm 2004:118)

Lindholm (2004) viser til eventyrforsker Vladimir Propp og hevder at nyhetene kan settes opp i tabellform etter Propps skjema. Propp kategoriserer eventyrene til ulike funksjonsstadier, og fortellingenes stadier fører helten gjennom en serie oppgaver, slik som det presenteres senere i artikkelen. Dette bidrar til å gjøre fortellingen til en erkjennelsesform som står i motsetning til opplysningstradisjonens fornuftbaserte forståelse av verden. Etter Lindholms syn råder det i nyhetene en konflikt mellom to tradisjoner, den fortellingsorienterte og den rasjonalistiske, vitenskapelig orienterte.

Utvisking av grensen mellom fakta og fiksjon

Marcuse (2002) har i *Det endimensjonale menneske* redegjort for konsumentenes infantilisering som en makt- og undertrykkelsesmekanisme i det senkapitalistiske samfunn. Den nyere tendens til utvisking av skillet mellom dokumentar og fiksjon i massemediene, mellom nyhetsformidling og underholdning, kan forstås i denne konteksten. Fjernsynsnyhetene har blitt transformert til "infotainment" der fakta blandes med fiktive elementer. Nyhetsdramaturgien har i stadig høyere grad utviklet seg i retning av tematiske narrativer eller nyhetsnoveller. Død, personlige tragedier og konflikter spiller en viktig rolle. Behovet for å skape drama presser journalistene til komponere en fortelling med helter og skurker, der konflikten mellom "det gode" og "det onde" er bakt inn i framstillingen (Friedman 1986). Lindholm (2004) hevder også at nyhetsjournalistikken veksler mellom to hovedmoduser, hyllest og fordømmelse.

Denne økende fiksjonalisering av virkeligheten fører også til avpolitisering ved å utvanne og devaluere både dokumentar- og fiksjonssjangrene. Idet politiske hendelser som terroraksjoner heves fra virkeligheten inn i fiksjonens sfære, mister de mye av sin moralske og politiske dimensjon. Det virker lite fornuftig å reflektere over politiske sammenhenger eller tiltak når vi står overfor nyhetshendelser med redusert faktakarakter og som fremstår nærmest som fiksjon. Men ikke bare de dokumentariske sjangrene uthules; også de fiktive sjangrene mister sin kritiske og utopiske funksjon. Fiksjonens styrke er at den løfter hendelser ut av handlingens sfære og dermed opphever faktorer som ellers bestemmer hendelser, slik som fornemmelser og emosjoner, logikk og moral. Fiksjonen skaper et eksperimentelt rom, som gir frihet til å utforske nye aspekter ved handlingene, til å oppdage nye måter å oppfatte verden og virkeligheten på. Det gir mulighet til å utvikle emosjoner, til å utforske den etiske tenkningen og til å oppdage nye verdier. Når det fiktive glir over i det dokumentariske, går denne friheten tapt, og fiksjonen blir redusert til lett underholdning.

Bourdieu (1998) påpeker også at fragmenterte fjernsynsnyheter leder til avhistorisering. Nyhetene presenterer verden som en absurd serie av katastrofer som verken kan forstås eller påvirkes, som uendelige parader av etniske kriger, vold og kriminalitet. De bidrar ikke til mobilisering eller politisering, men øker heller fremmedfiendtlighet, skaper fatalisme og manglende engasjement. Hendelsene dukker opp uten noen forklaring og forsvinner fra skjermen uten løsning. Ofte er enkeltnyheter avsondret fra sin sammenheng, i motsetning til det som burde være målet for nyhetsformidlingen, nemlig å rapportere om hendelser som avdekkes, forklares eller settes i kontekst ut fra nyhetenes politiske, sosiale og kulturelle betydning. Historiske og politiske perspektiver blir borte, og nyheter om samfunnsforhold ligner nyheter om tornadoer, skogbranner og flomkatastrofer.

I denne artikkelen undersøkes formidlingen av katastrofenyheter ved å rette lupen mot skolemassakren i Beslan. Utgangspunktet er antakelsen om at nyhetsformidlingen tenderer til å underholde publikum og at den enten bevisst eller ubevisst fiksjonaliserer virkeligheten. Hvis dette skjer, hvilke konsekvenser har den for den kritiske og granskende journalistikken? Vil den kritiske journalistikkens ambisjoner senkes, og vil dette redusere publikums behov for forsvarlig informasjon? Vil fiksjonalisering leder til avpolitisering? Målet er å undersøke om eller i hvilken utstrekning formidlingen av katastrofer i mediene nærmer seg en fiktiv fortelling. Som målestokk for fiksjonaliseringen brukes det et narrativt konti-

nuum som går fra mytiske fortellinger til eventyr. Valget falt på disse sjangrene fordi de representerer fiktive grunnformer som egner seg til å etterprøve vår antakelse.

Katastrofenyheteres litterære ham

Katastrofenyheter som sjanger skildrer plutselige, omfattende dramatiske hendelser hvor mange mennesker berøres, skades eller omkommer. Det kan også dreie seg om situasjoner som innebærer plutselige omstillinger, dramatiske hendelser og psykiske påkjenninger. Ofte er slike nyheter et resultat av en hendelse som skjer uten forvarsel og uten at seerne har noen mulighet til mental forberedelse (Vettenranta 2005). En direktesendt katastrofenyhet er en fortelling vi ikke kjenner slutten på, verken seerne, nyhetsjournalistene eller aktørene på skjermen. Katastrofenyheter settes sammen av en rekke oppslag der hvert nytt oppslag henter sin narrative kraft fra de foregående innslagene (Foss 1988).

Katastrofenyheter er en improvisert og uferdig fortelling som blir til under katastrofens dramatiske og komplekse hendelser. Den kjennetegnes som regel av et betydelig informasjonsunderskudd fordi katastrofen er uoversiktlig og vanskelig å forstå i sin struktur. Nyhetsfortelleren har altså verken tid eller oversikt til å ordne og systematisere hendelsene og støpe dem til en velformet fortelling. Til det kommer at fortelleren er sammensatt og ofte ikke lett å skille fra aktøren eller er til og med identisk med den. Nyhetsoppleseren skifter fra gang til gang. Ulike reportere, tilskuere og aktører kommer til orde. I tillegg trekkes det inn ulike eksperter som skal fortelle og forklare det som foregår: politi, militære, medisinske og politiske sakkyndige. Til syvende og sist er katastrofenyheter krysningspunktet for en rekke *forskjellige* fortellinger. Den politiske fortellingen handler om de politiske konfliktene som kan være involvert, og det storpolitiske spillet katastrofen er en del av eller årsak til. Fortellingen om den politimessige eller militære motaksjon diskuterer framgangsmåten og viser kompetansestridigheter, ledelsesproblemer og mangel på handlingsberedskap. Dessuten utfoldes det ofte fortellinger om traumatiserende hendelser, som overgrep, lidelser, dødsangst og lemlestelse. Lidselseshistorien er som regel knyttet til fortellingen om en humanitær og medisinsk hjelpeaksjon.

Et trekk ved nyhetene er *kumulasjon*, noe som innebærer at "mediene gjør én til alle" (Eide & Simonsen 2004:161). Individualiteten ofres til fordel for kulturell gruppetilhørighet. I nyhetene fra Beslan snakket man om "russere", "nord-ossietere" og "tsjetsjenere", og en hel folkegruppe ble gjort

ansvarlig som følge av kumulasjonen. Slik kan den individuelle helten eller den individuelle skurken "kumuleres" til å representere en etnisk gruppe. Den kumulerende retorikken framhever ofte det negative, det avvikende og det brutale. Den skaper binære og polariserte hierarkier: "ikke-vestlige andre" mot "oss", "vår" religion mot "deres" overtro, "vårt" forsvar mot "deres" terrorisme. Grupper blir også marginalisert i det patriarkalske og etnosentriske samfunn der mannen er normen og kvinnen blir avvikeren, "den andre" (Eide & Simonsen 2004). Det rettes et granskende blikk mot disse gruppene i denne analysen.

Mytiske elementer i katastrofenyheterne

Medienes dramaturgiske behov for å bruke helter og skurker i krigsnyheter er, som Eide (2005) påpeker, godt dokumentert. I tsunami-katastrofen var den første skurken i nyhetene den lunefulle naturen, før hjelpere og makthavere fikk tildelt denne rollen. Det hører likevel til sjeldenhetene at katastrofenyheter blir analysert med litterære redskaper, og det finnes få vitenskapelige studier av denne art. Foss (1988) studerte *Dagsrevyens* beretning om rasulykken i Vassdalen, hvor 16 unge soldater mistet livet under NATO-øvelsen i 1986. Han fant at *Dagsrevyen* fungerte som en seremonimester i det nasjonale sorgarbeidet. I analysen brukte Foss elementer fra den greske tragedien og konkluderte med at nyhetene utviklet seg til en norsk dannelsesroman. I Vettenrantas (1998) undersøkelse om Tsjernobyl-katastrofen kom det frem en sterk metafysisk og symbolsk undertone i informantenes utsagn om denne ulykken i et høyteknologisk atomkraftverk. Noen så ulykken som et bibelsk omen og refererte til den apokalyptiske profetien i Johannes Åpenbaring, kapittel 8, i versene 10 og 11. Tilsvarende fenomen ble avdekket i daværende Sovjetunionen i forbindelse med ulykken (jf. Haynes & Bojcun 1988).

Könno (1996) studerte den estiske pressen gjennom tre måneder etter *Estonia*-forliset, der 850 mennesker mistet livet i 1994. Könno så på metaforer, symboler og myter som journalistene brukte i sine reportasjer, kommentarer og analyser. Han avdekket at nyhetene om katastrofen rommet et nett av meninger med mytiske og freudianske assosiasjoner, maritime ordspråk, religion og folkløse. Katastrofen hadde blitt tillagt mange symbolske elementer, for eksempel det vakre hvite skipet som bar nasjonens navn. Båten symboliserte "frihetens hvite skip", en stolthet for folket som hadde fått tilbake sin status som fri sjøfartsnasjon. Skipsvrakets mystikk har alltid fascinert folk, og storm på havet symboliserer fare.

Vannet er nært knyttet til livssyklusens mytologier og er et sentralt motiv i fødsels- og begravelseritualer i mange kulturer (Vettenranta 1998).

Raittila (1996) presenterer også et grelt eksempel på enkelte svenske mediers forsøk på å lage en romantisk fortelling om Kent og Sara, to overlevende etter Estonia-katastrofen. Selv om de ble intervjuet i to forskjellige land, skapte nyhetssendingen Aktuell i det svenske fjernsynet ved hjelp av dramaturgiske midler, kryssklipping, løsrevne intervjuer og fiktive elementer en oppfatning av at de to satt sammen og smilte henrykt til hverandre. Fortellingen ble komponert av elementer i den klassiske drama, der det underliggende tema var en myte om menneskets kamp mot døden og lysets kamp mot mørket. Kent og Sara, ulykkens personifiserte helter, skulle mot sin vilje representere den romantiske ideen om kjærlighetens triumf over døden.

Eventyr versus myte

Som gjenstand for forskning har myte og eventyr en lang tradisjon som tok til i romantikken og i dag befinner seg i skjæringspunktet mellom litteraturvitenskap, antropologi og folkloristikk og psykologi. I analysen av katastrofenyheter fra Beslan støttes det til den russiske formalismen som særlig er knyttet til Vladimir Propp (1968) og hans banebrytende strukturanalyser av folkeeventyret. Vi vil her bruke en videreutvikling hos E. Meletinsky, S. Nekludov, E. Novik, and D. Segal slik vi finner den i *Problems of Structural Analysis of Fairytales* fra 1974.

Først presenteres det en generell karakteristik av eventyret som sjanger i forhold til myten. Propp (1977) har vist at *eventyret* er en relativt moderne fortellingsform, med en strengt hierarkisk struktur og en fast rekkefølge av hendelser. Den begynner med en negativ situasjon, enten ved en mangel eller ved at et uønsket objekt er tilført situasjonen, og ender etter noen formidlende ledd vanligvis med et bryllup. *Myten* derimot har ingen fast struktur, ingen fast rekkefølge av hendelser og framfor alt ingen fastlagt slutt. Den kan begynne med en positiv situasjon eller med en negativ, og den kan ende både positivt eller negativt. Hvis magiske objekter forekommer, spiller de en svært forskjellig rolle i myte og eventyr. I myten er magiske gjenstander målet for handlingen, for eksempel Tors hammer. I eventyret derimot brukes de magiske gjenstandene bare som midler. Når målet er nådd, mister de enhver videre funksjon i fortellingen. Også topografien og personene er svært forskjellige i myten og eventyret. Det mytiske landskap er navngitt og plassert hinsides menneskenes verden og hverdagen. Også personene i myten er identifisert

ved navn. Geografien i eventyret derimot er like ubestemt og generell som personene.

Helten i myten er enten en gud eller en kulturhelt. Hun eller han har overmenneskelige, magiske evner og kjemper om magiske eller kulturelle objekter. Handlingen er orientert mot fellesskapet og beveger seg i et kosmisk rom, i spenningsforholdet mellom natur og kultur. Eventyret derimot er individualisert. Handlingen er flyttet fra det kosmiske inn i den sosiale sfæren, kongeriket, og som oftest inn i familien der vi møter helten som vanlig menneske og som regel uten magiske evner. Spenningsforholdet består ikke lenger som i myten mellom natur og kultur, men dreier seg i stedet om sosiale og psykiske spenninger, ikke minst om konflikter i familien.

Mens den mytiske helten løser sine oppgaver ved hjelp av sine magiske evner, løser eventyrhelten sine oppdrag ved hjelp av andre. Handlingen er ikke orientert mot fellesskapet men mot helten selv, hans velferd og utvikling. Eventyrheltens sårbarhet blir enda tydeligere ved at sjangerutviklingen går i retning av feminisering og barnliggjøring, dvs. den klassiske eventyrhelten er ofte en ung pike. Eventyret er, i motsetning til myten, sentrert om helten, og alle aktører og handlinger er definert i forhold til helten og hennes prosjekt.

Mens myten er opptatt av kollektive verdier og kollektiv velferd, handler eventyret om den enkelte helts gjøren og laden. Mytens og eventyrets aktører skiller seg også fra hverandre. Mens mytens helt er overnaturlig og utfører overmenneskelige bragder, er helten i eventyret et vanlig menneske som er undertrykt eller som har kommet ut i et uføre. Eventyret innebærer altså en individualisering. Myten tematiserer forholdet mellom menneske og verden og beskriver eksistensielle spørsmål om liv og død, mens den klassiske konflikten i eventyret er sosial, ofte innen familien (Hohr 2001). Dessuten er mytens verden amoralsk; den skiller ikke mellom godt og ondt. I stedet er den opptatt av motsetninger. Eventyrets etos er individualisert og beveger seg mellom formelle spilleregler og moral (Hohr 1993b).

Eventyrets prøver

Mange eventyr er mellomformer mellom myte og eventyr. Men forskyvningen fra det kosmiske til det sosiale og fra det kollektive til det individuelle får viktige strukturelle konsekvenser. Det dramatiske høydepunktet i myten ligger i selve *hovedprøven*, det avgjørende slaget, for eksempel Tors kamp med sjøormen. Det skyldes at den mytiske helten løser oppgaven ved egen hjelp. Eventyrhelten derimot løser oppgaven ved hjelp av et råd eller en magisk

gjenstand som hun får fra en annen. Derved flyttes den dramatiske hovedvekten fra hovedprøven til *forprøven* hvor heltens personlige egenskaper, eksempelvis vennlighet, medlidenhet, beskjedenhet blir satt på prøve. Fordi avgjørelsen i eventyret faller i forprøven og ikke i hovedprøven, bør hovedvekten i analysen ligge her. For her, i framstillingen av heltens gjøren og laden, ofte i kontrast til motstandernes, viser det seg hva slags person hun er, og hvilke verdier og personlige egenskaper eventyret legger vekt på.

Meletinskij og hans medarbeidere (1974) mener altså at opposisjonen mellom forprøve og hovedprøve er det mest markante særtrekket ved eventyret. Opposisjonen forutsetter en forutgående negativ hendelse, en *negativ prøve* som driver helten til aksjon. Utgangspunktet i eventyret er som regel en sosial undertrykkelsessituasjon, mens det i myten heller handler om en savnet, ofte tapt gjenstand eller om et uhyre som ikke tilhører den sosiale sfæren, men som kommer fra en annen, ikke-menneskelig verden. Den negative prøven spiller ingen sentral rolle i eventyret og det er ikke interessert i hvordan eller hvorfor problemet har oppstått. Med knappe ord nevnes bare hva problemet består i; eventyret er ikke interessert i problemet, bare i måten det løses på.

Som regel ender eventyret ikke med hovedprøven, men med to *tilleggsprøver* som strukturelt samsvarer med den negative prøven og forprøven. Den første tilleggsprøven stemmer overens med den negative prøven og består i at den beskjedne helten flykter og skjuler seg, eller at en falsk helt påberoper seg å ha utført hovedprøven. Den første tilleggsprøven gjenspeiler det negative utgangspunkt i eventyret på et nytt nivå. Den andre tilleggsprøven består i identifikasjonen av den sanne helten og korresponderer med forprøven som identifiserer de personlige egenskapene den sanne helten har.

Ved første øyekast kan det virke lite lovende å sammenligne katastrofenyheter med et eventyr, for ingen katastrofe ender med et bryllup. Likevel behøver ikke dette bety uoverstigelige problemer. For bryllupet i eventyret har, slik Meletinskij og hans forskningskolleger (1974) påpeker, en hovedsakelig formell funksjon og markerer bare heltens vellykkede transformasjon fra undertrykt til en tilstand hvor hun har vunnet selvkontroll.

Klassisk eventyrskjema

Likevel vil ikke alle katastrofer konfliktløst føye seg inn i det klassiske eventyrskjema. For å illustrere dette, kan det konstrueres en ideal ulykke som følger eventyrets lest. Historien handler om en enkeltperson som lider overlast, men oppviser beundringsverdige

egenskaper som fører til hennes redning. La oss si en ung kvinne blir kastet over bord, kanskje av sin ektefelle (negativ prøve). Hun redder seg gjennom iskaldt vann opp på en holme hvor hun klarer å overleve i flere dager. Mot alle odds, i sjøsprut og med vindkast av orkans styrke, klarer hun å tenne et bål (foreløpig prøve). Slik tiltrekker hun seg oppmerksomhet, blir oppdaget og til slutt reddet (hovedprøven), ”sterkt svekket” men ved ”godt mot”.

Å bli kastet over bord representerer altså den negative prøven. Ulykken er sosialt betinget og uforstyldt. I tillegg er hendelsen individualisert og plassert i en familiekontekst. Den handler om meg og deg. Å svømme gjennom iskaldt vann, å holde seg i live i flere dager på en holme, å motstå sjøsprut og orkan, å tenne bål vil være forprøven. I denne delen av historien viser helten hva hun er laget av. Her kommer de personlige egenskapene som betinger hennes endelige transformasjon, til syne. Den vil være hovedsaken i et nyhetsoppslag, mens hovedprøven, at hun berges av en tilfeldig passerende båt, bare er en logisk konsekvens av heltens heroiske innsats. En mangel ved historien kunne være at vi savner en hjelper, men det kan avhjelpes ved at vi lar kvinnen tenke på mor eller far, på søster eller bror, på barna. Tanken på dem gjør at hun ikke gir opp.

Derimot beveges det mot en mytisk fortelling når ulykken rammer en større gruppe og når årsaken ikke er sosial, men en naturlig hendelse, for eksempel en naturkatastrofe. Overfor naturkrefter som rammer med overveldende kraft, kan det være vanskelig å konstruere en forprøve. Men også her vil det være mulig å individualisere fortellingen, å vise hvordan den overlevende gjennom hell og rådsnarhet berger sitt liv. Til og med dyr kan anta en slik helterolle. For eksempel kunne en registrere uventet få døde dyr etter tsunamikatastrofen i Sørøst-Asia. Forklaringen antas å ligge i at dyrene enset faren fra havet og berget seg i tide til høyereliggende områder. Interessen i den sistnevnte historien er i hovedsak moralsk idet dyrene representerer idéen om å leve i ett med naturen, mens den intime sammenhengen med naturen og den opprinnelige helheten er brutt hos mennesket.

Dramaturgi i Beslan

Tesen undersøkes i følgende gjennom en kasusstudie for å se i hvilken grad katastrofeforetellingen er i samsvar med eventyrskjemaet og hvordan den eventuelt sprenger dette skjemaet.

I NRKs morgennyheter den 1. september 2004 kl. 8.30 tikket de første meldingene inn om at flere hundre skolebarn i Beslan i Nord-Ossetia, var tatt som gisler på sin første skoledag av bevæpnede menn

med sprengstoff rundt livet. Skolen hadde ifølge meldingene elever mellom syv og 17 år. Også lærere og foreldre var blant gislene. I de første meldingene varierer tallet mellom 100-400 gisler og antall gisseltakere fra 17 til 25 menn og kvinner. Senere på dagen får vi vite at president Putin har avbrutt sin sommerferie for å møte innenriksministeren og sjefen for landets sikkerhetspoliti. En lege prøver å forhandle mellom gisseltakerne og russiske styresmakter. De første antakelsene går ut på at det er tsjetsjenske separatister med Shamil Basajev i spissen som står bak ugjeringen. Dagen etter kan morgennyhetene fortelle at FNs sikkerhetsråd krever løslatelse av gislene straks. Putin sier at terrorhandlingene er rettet mot hele den russiske staten. Rundt 30 mennesker skal være satt fri, deriblant de yngste barna og deres mødre. Nyhetsmeldingene forteller også om to eksplosjoner og maskingeværild i nærheten av skolen. Gislens pårørende har oppholdt seg ved skolen hele natten.

Nyhetsbildet får en dramatisk endring da NRK plutselig den 3. september litt etter klokka 8 melder at det 1500 gisler, ikke 300. I nyhetene hevdes det fremdeles at alle barna er i live. NRK sender en ekstra nyhetssending på fjernsynet klokka 11. Vi har komponert en kort kasusfortelling om gisselaksjonen og skolemassakren i Beslan, slik de ble kringkastet i NRK-nyhetene den 3. september 2004¹ etter denne dramatiske vendingen. Følgende fortelling søker å klarlegge den medierte dramaturgien slik den utspant seg på fjernsynsskjermen denne dagen.

Opptakt: Dvelende stemning

De første nyhetene i NRK klokka 11 viser bilder av en bekymret prest, gråtende mødre, fortvilte eldre og soldater som virrer rundt i kamuflasjeuniform. Det er vanskelig å få tak på begynnelsen av fortellingen. Reporter Arne Egil Tønset rapporterer på telefon fra Beslan, mens fjernsynet formidler bilder av barneleken som forhandler. Skolebygningen vises som stillbilde. En dvelende stemning med lav samtale blant ventende pårørende fyller skjermen. Vi får opplyst at over 1000 gisler, deriblant mange barn, holdes inne i skolen. Tusenvis av mennesker har samlet seg på gatene for å bivåne gisseldramaet. Mens Tønset snakker på telefon, høres det plutselig kjappe eksplosjoner, granater kastes på gårdsplassen, og dette får de russiske sikkerhetsstyrkene til å aksjonere. Folket løper fra skolen. En bekymret Tønset fastslår: *Meget dramatisk rundt skolen*. Vi hører kraftig skyting og eksplosjoner, helikoptre dunderer i luften. Sårede bringes til Kulturhuset. Noen få gisler har greid å komme ut fra gymsalen. Mindre grupper av mødre med små barn er sluppet ut. Katastrofeomfanget er

nå 1500 gisler, 20 terrorister, deriblant to ”svarte enker”, Basajevs kvinnelige selvmordsbombere. I studio funderer man på om stormingen var planlagt. Journalist Hans Wilhelm Steinfeldt sitter i studio og undrer på om folk vil gå amok. NRK-korrespondent Morten Jentoft ringer fra Moskva og spekulerer på om Putin har gitt ordre om aksjon. På skjermen venter livredde mennesker spent mens soldater bærer barn fra skoleområdet.

Konfliktopptrapping: ”Dette er et drama på flere nivåer!”

Nina Owing har tatt over som nyhetsanker og forteller at 30 gisler har klart å rømme. Tønset på telefon gjentar: *Meget dramatisk!* Militærpersonell bykser lite målrettet rundt i sine kamuflasjedrakter, og bærer bæres inn i ambulansen. Halvnakne jenter i blodig undertøy springer over gårdsplassen. Gisler som er sluppet fri, får vann. Menn er i aksjon, kvinner og eldre gråter og vrir hjelpeløst hendene. Vi ser militære væpnet til tennene i beredskapsposisjon. Steinfeldt karakteriserer situasjonen slik i studio: *Liv og død utspiller seg på TV-skjermen*. Interfax melder at taket på skolen har falt sammen. Ambulanse går i skytteltrafikk. Folk i kamuflasjeuniformer inntar scenen. Samtidig får vi inn bilder av folk som springer ut med verre kvestelser enn før. Steinfeldt ytrer: *Du kan jo aldri planlegge ragnarokk!* Situasjonen er fastlåst, og fortvilte pårørende venter på storming og ber stille med sine bønnekjeder. Steinfeldt sammenfatter: *Dette er reality-fjernsyn som vi aldri har sett før og Dette er et drama på flere nivåer!* Han antar at små barn kan ha bremsset skytingen og at svarte enker neppe er villige til drepe barn. Gislene har vært uten mat, vann og medisiner i 30 graders varme, *stuet sammen som kveg i gymnastikksalen*, for å sitere Steinfeldt. Stridsvogner har rullet inn i gatene mens kameraet panorerer pårørende som svever mellom angst og håp. I studio sitter det igjen et mannsterkt panel. Oberstløytnant Terje Torsteinsson innrømmer at *Det er vanskelig å definere hvem som er banditt og hvem som er ”snill gutt” i denne situasjonen*.

Overlege i forsvaret, Lars Weisæth, er kommet inn i studio. Han forteller at foreldre og barn har et sterkt behov for å være sammen. Barnas viktigste måte å takle stress på er å være i bevegelse, og nå er de ”immobiliserte” i skolebygningen. Han tror at barn får ettervirkninger, men man vet ikke hvor mange som får varig men. For barn er det mest truende å være der uten mor og far og se andre barn dø, mens det mest truende for de voksne er å være satt utenfor i katastrofesituasjonen. Det kan være like traumatisk ikke å kunne hjelpe. En mor som befinner

seg i en faresituasjon med sine barn, får ikke panikk, ifølge Weisæth. Han tror at barna nå er fysisk medtatte, plaget av dehydrering, pustevansker, kramper og angst. Han er også engstelig for at ungdommene kan komme til å betrakte terroristene som idoler, og at medieoppmerksomheten kan virke rekrutterende.

Det vises bilder av barn som vandrer rundt i sjokk. Et feltlasarett etableres for de skadde. Sivilt trafikkpoliti prøver å skape en slags orden i det angstpregede kaoset, og antiterrorspesialstyrker kommer inn på arenaen. Hjelparbeidet virker uorganisert. Itar-Tass hevder likevel at russiske soldater har tatt kontroll og stormet skolen, og at fem gisseltakere er drept under flukten. Midt i kaoset ser vi rørende gjenforeningsscener der dehydrerte, slappe og utslåtte barn finner sine pårørende. Russlands minister for kriseberedskap ankommer. Teksten ruller over skjermen: *De fleste barna er i live*. I studio diskuterer det mannsterke panelet den politiske strategien og konkluderer med at nord-ossetierne har valgt "ro og fred", mens de tsjetsjenske separatistene har valgt kampen. Panelet innrømmer at de ikke vet hvem disse maskerte gisseltakerne er, men gjetter på mulige grupperinger rundt Basajev. Assisterende politidirektør Malme kommer i studio. Det blir vist et intervju med en oppskaket gutt sammen med sin mor. Journalisten stikker mikrofonen rett opp i ansiktet på de små barna som kommer ut.

Spenningsstilspissing: "Situasjonen er kaotisk"

Ambulanser ruller mot skolen. Det meldes at spesialterrorgrupper har gått inn i skolebygningen. Terroristene nekter å ta imot mat pga. faren for forgiftning. Tønset roper på telefon: *Nå må jeg bare springe!* Situasjonen er ute av kontroll med skyting og granateksplosjoner. Fjernsynskameraene zoomer inn nærbilder av gråtende piker og mødre som vinker bort de nærgående TV-folkene. Mobile, paramedisinske enheter er på vei. Det er fortsatt sårede inne i skolen, der det høres intens skyting. Det er sprengt hull i veggen for at gislene skal kunne komme seg ut. Studiogjestene påpeker at dette dreier seg om "urban krigføring". Forsker ved Norsk Utenrikspolitisk Institutt, Helge Blakkismo, er kommet inn i studio. Han hevder at gisseltakerne ønsker å skape frykt og at bruk av barn tyder på at de ikke ønsker å skape sympati. Han beretter at sammenstøtet er etnisk, mellom muslimer, tsjetsjenske gisseltakere og nord-ossetiske kristne og at Nord-Ossetia er et arnested for radikal islamisme og nasjonal frihetskamp. Dette er en rå maktkamp med religion som virkemiddel og en ny type krigføring som går ut over sivile, "fjerde

generasjons krigføring", basert på gisselaksjoner og terror. Den kan også skape "voldsromantikk", og Steinfeldt henviser til den ekstreme machokulturen i Nord-Kaukasus. Konklusjonen er at president Putin "slår med jernhånd" ned tsjetsjenernes ønske om selvstendighet.

Konfliktutløsning: "Blodbad"

Mens det foregår eksplosjoner og sårede bæres ut, ruller en tekst over skjermen: *Store deler av skolen er ødelagt/ Taket har kollapse/ 200 sårede brakt til sykehus/ Det er fortsatt sårede inne i skolen/ Intens skyting høres rundt skolen/ Spesialstyrker skyter mot gisseltakere som prøver å flykte/ Noen gisseltakere forskanser seg i et hus/ Mange døde fraktet ut av skolen; flere av dem barn/ Spesialstyrker omringer hus med gisseltakere.*

Situasjonen er kaotisk, erklærer Tønset på telefon atter en gang. Overlevende, sjokkskadde gutter intervjues. Kroppene deres rister og øynene flakker hvileløst foran kamera. En av guttene sier betuttet: *De [barna] drakk urin!* BBC melder at flere gisseltakere har flyktet med barn. Tekst på skjermen informerer: *Mange døde fraktet ut, flere av dem barn/ Antatt 150 drept av 1500 gisler og minst 200 skadde på sykehus, de fleste barn.*

Nyhetsbildet viser hardt sårede gisler som tas ut av skolen, og døde gisler legges på plenen. Halvnakne, blodige barn og vettskremte mødre springer i terroristenes kuleregn på en skolegård. Kriसेlederen for de russiske spesialstyrkene og krisedepartementet starter evakueringen. Hjelpemannskapene løper desperat fram og tilbake, bærer de sårede på bårer eller bare slengt over ryggen. Det høres eksplosjoner i skolebygget; "bandittene" har åpnet kraftig ild. Sivile begynner å skyte mot "banditter". Fotografer, sivile og militære i salig blanding springer mot skolen. Reporteren gjentar ordene "blodbad" og "kaos". Minst 150 er drept og nesten 750 innlagt på sykehus, halvparten barn. Fortvilte pårørende saumfarer dødslistene på veggen. Mødre og eldre gråter over sine døde barn som er lagt på plenen. Menn i kamuflasjedrakt springer med sine våpen og også kvinnelige hjelpearbeidere i kamuflasjedrakt er nå på plass. Brannbiler uler på vei mot den brennende skolen som delvis er ødelagt. Teksten ruller over skjermen: *De fleste barna er i live*. Statsminister Bondevik blir intervjuet. (Andre nyheter overtar skjermen.)

Analyse eller Rødhet og ulven

Artikkelen vil nå se nærmere på den strukturelle siden ved formidlingen av hendelsene. Spennings-

forholdet mellom myte og eventyr gjør det mulig å differensiere analysen og identifisere enkelte fortellinger. Det kan identifiseres eventyrmomenter og mytiske momenter og se hva som avtegner seg som hovedfortellingen og hva som er bifortelling.

I et mytisk perspektiv trer det stormaktpolitiske spillet i forgrunnen. På den mytiske scenen opptrer kulturhelten som kjemper for fellesskapet og sivilisasjonen, den russiske presidenten. Hans magiske egenskap ligger i den store militærmakten han disponerer. Hans motstander er nærmest en naturmakt, et mangehodet tsjetsjensk troll som med sitt barbariske angrep på kunnskapens tempel, en skole, dens barn og foreldre, setter seg hinsides samfunn, kultur og sivilisasjon. Det fins riktignok tilløp til et motsatt perspektiv hvor de tsjetsjenske frihetskjemperne fungerer som den mytiske helten. De utfordrer og forsvaret seg mot det russiske militære og byråkratiske uhyret. Men dette perspektivet er lite realisert, dukker bare glimtvis opp og synes å motsi den aktuelle situasjonen der gisseltakerne terroriserer forsvarløse mennesker.

Siden moral ikke spiller noen rolle i mytens etos, står presidentens heltestatus ikke i fare verken på grunn av de kjente grusomhetene som den russiske militærmakten har begått overfor den tsjetsjenske sivilbefolkningen eller av det aktuelle politiske spillet. Seerne er informert om at det ikke kommer på tale å gi etter for "skurkenes" krav, og de forstår at motparten ikke kommer til å fire på sine krav. Spørsmålet blir dermed når det *politisk* er opportunt å storme skolen. Settes stormingen i gang for tidlig kan den politiske ledelsen kritiseres for å ha handlet overilt og hjerteløst. Stormingen må være iscenesatt som en absolutt nødvendighet framtvinget av "skurkene" selv. Denne storpolitiske kalkylen er en mytisk helt verdig, og dens hjerteløshet diskvalifiserer ham på ingen måte. Vi finner likevel at den mytiske dimensjonen ved Beslan-nyhetene er overskygget av hverdagsdramaet som rammer uskyldige barn og foreldre. Dermed blir analysen penset inn på eventyrsjangeren. For eventyrhelten er den sosialt undertrykte, og fortellingen handler strukturelt sett om transformasjonen fra lav til høy sosial status. I dette tilfelle handler det om transformasjonen fra undertrykt til fri.

Den negative prøven i Beslan viser en ekstrem undertrykkelse som nyheten legger stor vekt på. Helten er altså gislene, barna, foreldrene og lærerne. En trygg skolesituasjon hvor en oppholder seg for å lære og for å bli voksen, blir satt på hodet ved at en ny aktør trenger seg inn på scenen og truer heltens liv. Dette er et typisk utgangspunkt for eventyret. Noen trekk ved situasjonen avviker riktignok fra eventyrsjangeren. For det første har skurken mytiske trekk

som skyldes at "den onde" er kollektiv, mer eller mindre uten ansikt og umåtelig brutal. Skurken synes å komme fra en annen, ukjent og skremmende verden. Men også helten mangler eventyrets individualitet og består av en anonym menneskegruppe. Likevel oppnår nyheten eventyrets formål: Den lar oss kjenne oss igjen i helten. Det handler om deg og meg, det kunne være våre barn som ble terrorisert og som svever i livsfare. I tillegg lykkes det å formidle bilder av noen jenteskikkelser som gir ofrene kropp og ansikt (jf. eventyrets individualisering og feminisering).

Den foreløpige prøven fortelles i hovedsak av den medisinske ekspertisen. Ungene gjennomlever dødsangst, de lider under varme og tørst. Undertrykkelsen er så ekstrem at det ved første øyekast synes meningsløst å snakke om en foreløpig prøve der heltens personlige egenskaper identifiseres og framheves. Likevel er tingliggjøringen ikke absolutt. Den foreløpige prøven er en lidelseshistorie som blir til en historie om den moralske motstanden mot lidelsene. Seeren håper at ungene skal klare seg, at de finner trøst i hverandre og klarer å takle dødsangsten. I et eventyrperspektiv er lidelseshistorien det dramatiske høydepunkt og overskygger selve stormingen av skolen. Denne representerer hovedprøven som snur undertrykkelsen til en situasjon preget av frihet. Ser vi bort fra barna som klarer å flykte gjennom vinduer og gjennom hullet som sprenge i veggen av bygningen, bidrar helten ikke selv til frigjøringen. Dette er i samsvar med eventyrsjangeren, hvor hovedprøven løses av en magisk gjenstand eller et magisk råd. Strukturelt sett har altså eventyrhelten en tilbaketrukket rolle i hovedprøven.

Eventyret i Beslan er et avkortet eventyr med bare de første tre prøvene. Det er et barneeventyr etter mal av *Rødhetten og ulven*. Det er en historie om unger som tas av en fiendtlig inntrenger og som til slutt blir gjenforent med sin familie. Nyhetsformidlingen stopper ikke ved stormingen av skolen, men vår analyse kan avsluttes her. Det kan vises at hovedfortellingen ved denne katastrofenyheten er strukturert som et eventyr. En slik strukturellhet er isolert sett ikke noe problem. Det er å forvente at medier henter narrative redskaper fra fiksjonen. Selve poenget med fiktive sjangere er nettopp at de gir oss narrative redskaper til å forstå hendelser i verden med (Hohr 1993a, 2001).

Avsluttende kommentar

Å bruke et litterært redskap til en nyhetsanalyse kan bidra til å tydeliggjøre tendenser i nyhetsjournalistikken. Artikkelen viser at formidlingen av nyhetene om Beslan gir støtte til tesen om fiksjonalisering og avpolitisering av katastrofenyheter og dermed deva-

luering av objektiviteten i nyhetene. Skolemassakren illustrerer hvordan mediene, enten bevisst eller ubevisst, henter elementer fra myter og folkeeventyr for å arrangere virkeligheten for seerne. En betenkelig konsekvens av denne type fiksjonisering er at for mye ansvar for skjebnesvangre hendelser legges på individer i stedet for å belyse historiske, sosiale, kulturelle eller økonomiske faktorer som skaper katastrofenyheter.

Hendelsen i Beslan kunne ha gitt grunnlag for flere utdypende politiske analyser. Innslagene kunne brukes til å diskutere den som et ledd i en nasjonal

og postkolonial frigjøring, eller man kunne forstå den som en konflikt mellom et klansamfunn og et partibasert demokrati styrt etter universelle prinsipper. Hendelsen kunne også danne utgangspunkt for en undersøkelse av den politiske utvikling som førte til religiøs radikaliserings og selvutslettende terror. En kunne også ha rettet søkelyset mot stormaktenes geopolitiske spill. Likevel velger nyhetsformidlingen om hendelsene i Beslan eventyrets deg-og-meg-perspektiv som mobiliserer våre følelser, vår redsel og vår medfølelse. Men i motsetning til eventyret fremmer dette lite innsikt, og seeren blir ikke stort klokere på verden.

Noter

1. Dr. polit. *Soilikki Vettenranta* skrev sin doktoravhandling om mediene og myndighetenes håndtering av Tsjernobyl-katastrofen, mens dr. philos. *Hansjörg Hohr*s doktoravhandling handlet om det klassiske folkeeventyrets betydningsstruktur. Vettenranta har sett nærmere på sjangeren katastrofenyheter, mens Hohr har tatt for seg eventyrsjangeren. Drøftingen og diskusjonen er bearbeidet i fellesskap.
2. Av praktiske grunner er det brukt bånd fra Nasjonalbiblioteket i Mo i Rana. Siden dette ikke dreier seg om en transkribert tekst, kan det rettes kritikk mot vår utvelgelse. Et selektivt referat var likevel mest hensiktsmessig siden det ikke var mulig å føye en fullstendig transkribert tekst til artikkelen.

Litteratur

- Bell, A. (1991) *The Language of News Media*. Oxford: Blackwell.
- Bourdieu, P. (1998) *On Television and Journalism*. London: Pluto Press.
- Corner, J. (1995) *Television Form and Public Address*. London: Edward Arnold.
- Corner, J. & K. Richardson (1993) Environmental Communication and the Contingency of Meaning, in Hansen, Anders (ed.) *The Mass Media and Environmental Issues*. Leicester: Leicester University Press.
- Dahlgren, P. (1988) What's the Meaning of This? Viewers' Plural Sense-Making of TV News. *Media, Culture and Society*, Vol. 10, No.3: 285-301.
- Eide, E. (2005) Tsunamien, menneskene og mediene. *Norsk medietidsskrift* 1, 48-61.
- Eide, E. & A. H. Simonsen (2004) Å se verden fra et annet sted. Medier, norskhet og fremmedhet. Oslo: Cappelen.
- Foss, G. (1988) *Det nasjonale sorgarbeid: tid og fortelling i Dagsrevyens beretning om rasulykka i Vassdalen*. Serie Billedtekster nr. 7/1988. Trondheim: Universitetet i Trondheim.
- Friedman, S.M. (1986) The Journalist's World, in Friedman, Sharon M., Sharon Dunwoody and Carol L. Rogers

(eds.) *Scientists and Journalists: Reporting Science as News*. New York: Free Press.

- Gitlin, T. (1980) *The Whole World is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*. Berkeley, Calif.: University of California Press.
- Hohr, H. (1993 a) *Das Märchen aus bildungstheoretischer Sicht. Bd. I: Erkenntnistheoretische und dynamische Aspekte sinnlicher Symbolik; Bd. II: Zur Bedeutungsstruktur im Märchen*. Doktorgradsavhandling. Universitetet i Bergen.
- Hohr, H. (1993b) Det normative i folkeeventyret – mellom mytisk regel, moralsk prinsipp og spilleregul. *Nordisk Pedagogik* 3, 158-172.
- Hohr, H. (2001) Lurvehætte og hennes søstre. Hvordan kommuniserer eventyr med barn? *Barn* nr. 2, 2001, s. 103-117. Trondheim: Norsk senter for barneforskning.
- Könno, A. (1996) Mythical Interpretations in the Press in Lauristin, Marju og Peeter Vihalemm (eds.) *Estonia: The Disaster in Estonian Media*. Rapport 168-5. Stockholm: Styrelsen för Psykologiskt Försvar.
- Lehtonen, M. (2004) *Syyskuun yhdenentoista merkitys*. [The Significance of September Eleventh. Org. in Finnish]. Tampere: Vastapaino.
- Lindholm, M. (2004) Det trivielle triumf. *Samtiden* nr. 1, s. 115-116.
- Marcuse, H. (2002) *One-Dimensional man: studies in the ideology of advanced industrial society*. London: Routledge.
- Meletinsky, E., S. Nekludov, E. Novik & D. Segal (1974) Problems of Structural Analysis of Fairytales, in P. Miranda (ed.) *Soviet structural folkloristics – Texts by Meletinsky, Nekludov, Novik, and Segal with Tests of the Approach by Jilek and Jilek-Aall, Reid, and Layton*. Hague: Mouton.
- Postman, N. (1986) *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. London: Heinemann.
- Propp, V. (1968) *Morphology of the folktale*. Austin: University of Texas Press.
- Propp, V. (1977) *Le radici storiche dei racconti di magia*. Roma: Newton Compton.
- Raattila, P. (1996) *Uutinen Estonia. Kriisiviestintä ja journa-*

lismin etiikka koetuksella [Nyhet Estonia. Krisekommunikasjon og journalistisk etikk på prøve. Orig. på finsk]. Tampere: Tampere University Press.

Stam, R. (1983) *Television News and its Spectator*, in: Kaplan E. Ann (ed.) *Regarding Television*. Los Angeles: University Publications of America.

Vettenranta, S. (1998) *Making Sense of Chernobyl Nine Years After: TV News Reception Study of the Environmental Disaster*. Dr. polit.-avhandling. Trondheim: Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet.

Vettenranta, S.(2005) *De unge og katastrofenyheter*. Oslo: Abstrakt forlag.

Arkivmateriale

Beslan-nyhetene i *NRK* den 3. 9.2004. kl. 11.00-15.00. Nyhetsbånd lånt fra Nasjonalbiblioteket i Mo i Rana.

SOILIKKI VETTENRANTA, Dr.polit., Professor; soilikki@svt.ntnu.no,
HANSJÖRG HOHR, Dr.philos, Professor; hansjorg.hohr@svt.ntnu.no,
Pedagogisk institutt, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet / NTNU, Dragvoll, NO-7491
Trondheim

”Kunde det lika gärna ha varit killar som röstades ut?”

Om homosociala och heterosociala processer i SVTs Expedition Robinson

PIA HÖÖK

Våren 2003, när SVT lägger ner dokusåpan Expedition Robinson, har sju vinnare korats: Martin, Alexandra, Jerker, Mattias, Jan, Antoni och Emma. Fem män, två kvinnor. Hur kommer det sig att det framförallt är män som går segrande ur detta överlevnadsspel? Är det en slump? Är det kanske rent av naturligt? Syftet med denna artikel är att beskriva och tolka de könsordnande processer som resulterar i att vinnaren i SVT:s Expedition Robinson flertalet fall blev en man. Fokus ligger sålunda på hur mansdominans återskapas, snarare än förändras.

Artikeln är en innehållsanalys av en specifik säsong av dokusåpan Expedition Robinson, där observation av säsongen fungerar som organisationsempiri. Tolkningen bygger framför allt på feministisk organisationsforskning, och i synnerhet studier om homosociala och heterosociala samspel. Bland annat diskuteras hur kvinnor kan fungera som en buffert i den homosociala konkurrensen mellan män, samt hur kvinnors handlingsutrymme kringskärs genom att de, till skillnad från män, konstrueras som en grupp med särintressen. Artikeln problematiserar vidare hur innehåll, ’ploten’, i kombination med dokusåpa-genren, medverkar till framställa maktobalansen mellan kvinnor och män i samhället som naturlig.

Kort om syfte, metod och artikelns fortsatta disposition

Hösten 1998 började SVT att sända dokusåpan Expedition Robinson. Snabbt fick serien höga tittarsiffror och den innebar det stora genombrottet för dokusåpa-genren i Sverige. Serien handlar om hur en grupp män och kvinnor organiserar sig för att (över)leva så länge som möjligt på en obedd ö utanför Malaysia.

Den som lyckas vara kvar längst vinner utmärkelsen ”Årets Robinson”. När SVT slutade sända Expedition Robinson hade den populära dokusåpan pågått i sju säsonger.

Av utrymmes- och tidsskäl fokuserar artikeln en av Expedition Robinsons sju säsonger: den näst sista (2002-2003). Motivet till detta val är att det kom att bli den sista säsongen då en man korades till vinnare. Vid den näst sista säsongen hade det dessutom etablerats ett visst mönster – att det är män som vinner Expedition Robinson – som deltagare och programledare var tvungna att förhålla sig till. Detta innebar att föreställningar om kön tydligare artikulerades. Jag har följt alla säsonger av Expedition Robinson, men säsongen 2002-2003 har jag bandat, sett flera gånger och delvis transkriberat. Min observation av Expedition Robinson utgör artikelns empiri, och jag ser den som en berättelse om människors organisering. Artikeln är sålunda en innehållsanalys av en dokusåpa, tolkat med organisationsteori och feministisk teori i allmänhet, och feministisk organisationsteori i synnerhet.

Artikeln inleds med två avsnitt som redogör för tidigare forskning och teoretisk position. Det första avsnittet är en översikt över könsteoretiska innehållsanalyser av TV-serier. I det andra avsnittet introduceras den teoretiska referensramen som i första hand består av feministisk organisationsteori. Därefter följer en introduktion och resumé av Expedition Robinsons 13 avsnitt. Sedan diskuteras ett antal teman som på olika sätt belyser könsordnande processer i Expedition Robinson, framförallt homosociala och heterosociala samspel samt könsmärkning av kompetens. Diskussionen sammanfattas och illustreras genom en feministisk dekonstruktion av ett av Expedition Robinsons många öråd.

Könsteoretiska innehållsanalyser av TV-serier

Det finns många exempel på könsteoretiska innehållsanalyser av såpoperor, drama- och situationskomedier. Könsteoretiska studier av så kallade dokusåpor är dock inte lika vanliga, troligtvis på grund av att genren är jämförelsevis ung. Gerhaghty (1992) definierar såpoperor som TV-serier om relationsförvecklingar som aktiverar tittaren genom att ständigt få dem att fundera över vad som ska hända närmast. Genren är uppbyggd kring olika känslomässiga situationer som ständigt förändras. Liljequist (2000) skiljer på den traditionella såpoperan och den postmoderna såpoperan. Exempel på det förra är Dallas och Glamour, medan Melrose Place och Ally McBeal är exempel på det senare. Den traditionella såpoperans projekt, skriver hon, består i att återupprätta de kvinnliga värdena och den slutar alltid olyckligt. Även om den postmoderna såpan också slutar olyckligt, skiljer den sig från den traditionella såpan, genom att genrens tragiska struktur gäller för både kvinnor och män. Detta bryter, enligt Liljequist, upp den traditionella könsordningen, genom att kvinnor ges rätt att bete sig som män.

Liljequist lyfter fram Ally McBeal som ett exempel på en postmodern såpa som faktiskt bryter mot den dualistiska könsordningen. I Ally McBeal är både män och kvinnor svaga, fåfänga och irrationella, samtidigt är de alla framgångsrika yrkesmänniskor i karriären (s. 132). Paralleller kan dras till min egen analys av den brittiska situationskomedin Helt Hysteriskt (Höök 1998). I den är huvudrollsinnehavaren en självupptagen, neurotisk, hårt festande, fåfäng kvinna som samtidigt är en till synes framgångsrik företagsledare. Feministiska analyser av situations- och dramakomedier har visat att genren har förutsättningar att utmana den befintliga könsordningen med hjälp av humor och ironi. Helt Hysteriskt är ett exempel på detta, I love Lucy ett annat. Enligt Johansson (2003) är I love Lucy intressant då Lucy visar på och utmanar föreställningar om kön och etnicitet. Genom humor och ironi gör hon motstånd mot konventioner som var djupt rotade i samhället i allmänhet och i TV-mediet i synnerhet (s. 241).

Även i den framgångsrika situations- och dramakomedin Sex and City, som började sändas 1998, utmanar kvinnor etablerade normer (Arthurs 2003). Serien innehåller som både är sexuellt explicit och (liberal) feministiskt, riktar sig framför allt riktar sig till vita, heterosexuella kvinnor. Den förutsätter och framhäver kvinnors rätt till sexuell njutning samt kvinnors vänskapsrelationer, och den öppnar upp för reflektion kring fördelar och nackdelar med att leva i vad Arthur kallar en postfeministisk konsumtionskultur.

Dokusåpan kan, som namnet på genren antyder, förstås som en hybrid av dokumentären och såpoperan. Till skillnad från såpoperan är aktörerna i dokusåpan inte skådespelare som agerar enligt ett förutbestämt manus, utan 'verkliga människor' som kan agera så som sig själva. Deras agerande är emellertid villkorat utifrån de förutsättningar som dokusåpan i fråga erbjuder. När det gäller dokusåpan möjlighet att ifrågasätta och utmana könsordningen är åtminstone Cavander m fl (1999) skeptiska. Utifrån en analys av 'reality crime TV-serien' Americas Most Wanted skriver de att dokusåpan som genre inte bara återskapar stereotypa föreställningar om kön, utan också ger dessa en högre grad av legitimitet genom ett format som blandar 'fakta' med 'fiktio'. Sammanblandningen av verklighet och fiktion ger enligt Cavander m fl sken av att vilja ge kvinnor en röst, och återupprätta offret, men i praktiken framställs kvinnorna som sårbara, godtrogna och som i behov av mäns skydd. Det manliga skyddet personifieras av programledaren och polisen.

Dokusåpor som empiri för organisationsanalys

I denna artikel ses Expedition Robinson som en berättelse om hur människor organiserar sig – interagerar, konkurrerar och samverkar – i syfte att överleva och vinna en tävling (bli "Årets Robinson"). Jag använder sålunda populärkultur som empiri för organisationsanalys (jfr Wahl m fl 1998). Populärkultur är till skillnad från 'vanlig' organisationsempiri ingen 'verklig' empiri, även om just dokusåpor befinner sig i gränslandet mellan fiktion och verklighet. Även de mer dokumentära inslagen – de som inte på förhand är bestämt enligt manus – är skapade av ett produktionsbolag genom redigering och klippning.

Produktionsbolaget, i detta fall Strix, skapar m a o berättelsen om Expedition Robinson. En berättelse är en tolkning, ett urval och en omskrivning av vad någon uppfattat. Privilegiet att berätta är därmed en fråga om makt (Hinchman & Hinchman 1997)¹. Oavsett vem som har skapat denna berättelse – även om den inte är en entydig återspeglning av något som hänt – så är den fortfarande intressant då den måste laborera med de ramar som människor kan känna igen sig i (jfr Fiske 1991). Därför kan den sägas både ge förståelse för samt skapa och förmedla dominerande föreställningar i samhället (jfr Johansson 2003).

Vad som gör Expedition Robinson speciellt intressant ur ett organisationsteoretiskt perspektiv är att människors organisering utspelar sig under knappa och osäkra förhållanden. Dessutom innehåller dokusåpan ett tävlingsmoment. Deltagarna måste samarbeta

med varandra, samtidigt som de konkurrerar med varandra. I den klassiska organisationsstudien *Power in Organization* (1981) beskriver Pfeffer förutsättningar för konflikt och maktutövning i organisationer. Han konstaterar att förekomsten av knappa resurser, beroendeförhållanden samt olika uppfattningar om mål och medel ger upphov till konflikt. Under förutsättning att konflikten handlar om något som anses viktigt och att makten är någorlunda decentraliserad leder detta till olika former av maktspel och maktutövning. De förutsättningar för konflikter och maktspel som Pfeffer beskriver, återfinns enligt min mening i *Expedition Robinson*. Jag vill till och med hävda att detta är en central del av 'ploten' med *Expedition Robinson*.

Peffers teori är en intressant ingång till att förstå makt och maktutövning i organisationer och vid organisering. I sin analys kopplar han emellertid inte maktprocesser i organisationer till mer övergripande maktrelationer i samhället. Att beskriva och förstå maktutövning i organisationer i relation till maktrelationer på samhällsnivå, är emellertid en av den feministiska organisationsforskningens bidrag till organisationsforskningen som helhet (Wahl m fl 2001). Ur ett könsteoretiskt perspektiv är organisationsnivån synnerligen intressant. Genom att fokusera människors interaktioner och organisering bidrar feministisk organisationsforskningen med beskrivningar och tolkningar av den nivå där samhällsstrukturer i praktiken ofta görs (Wahl m fl 2001, Kvande 2003). Den feministiska organisationsforskningen har både studerat könsordningens konkreta materiella uttryck, samt dess symboliska uttryck. Organisationsforskaren Joan Acker (1992) beskriver kön i organisationer som fyra processer:

- Produktionen av könsuppdelningar i organisationens praktik i yrken, arbetsuppgifter, nivåer och makt. Ofta präglas dess uppdelningar av manlig överordning och kvinnlig underordning.
- Skapandet av symboler, bilder och olika former av föreställningar som uttrycker, bekräftar och ibland motsäger könsuppdelningarna.
- Interaktioner mellan individer (kvinnor och män, kvinnor och kvinnor, män och män) som iscensätter över- och underordning och skapar allianser och uteslutning.
- Mentala processer hos individer, där förståelse för organisationens könsmärkning skapas kring arbete, möjligheter och krav på passande beteende och attityder.

De fyra processer som Acker nämner hänger ihop, varför alla är intressanta och relevanta för att förstå

Expedition Robinson. I denna artikel lägger jag emellertid störst vikt den tredje processen som handlar om interaktioner som iscensätter över- och underordning och skapar allianser och uteslutning. I och med detta kommer jag framförallt att knyta an till forskning om mäns homosociala samspel, kvinnors heterosociala samspel, samt studier av kvinnors förhållningssätt till könsordningen.

Expedition Robinson 2002-2003 – en introduktion och en resumé

Säsongen 2002-2003 består *Expedition Robinson* av 17 deltagare: 9 kvinnor och 8 män. Deltagarna varierar i ålder, från 21 till 47 år. Den manlige deltagaren är i genomsnitt 34 år, medan genomsnittsåldern för de kvinnliga deltagarna är 31 år. De fyra yngsta deltagarna är kvinnor. Av de sex äldsta deltagarna är fem män.

Tidigare har dokusåpan inletts med att deltagarna är indelade i två lag som tävlar mot varandra, och där det förlorande laget tvingas rösta ut en av sina deltagare. Efter ungefär hälften av avsnitten (6-7) slås de två lagen samman och bildar en gemensam grupp. Tävlingsarna blir därmed individuella – alla tävlar mot alla – där de enskilda deltagarna kan vinna immunitet vid ö-råd eller priser. Varje säsong introduceras en eller flera nyheter vad gäller upplägget. Detta har inneburit att dokusåpan blivit allt mer komplicerad över åren.

Det som skiljer säsongen 2002-2003 från föregående år, är att det två inledande lagen inte har en jämn könsfördelning. Istället består ett av lagen av män (lag Syd) och det andra av kvinnor (lag Nord). Kvinnolaget leds en man (Charles) och manslaget av en kvinna (Camilla). Så länge deltagarna är uppdelade i ett kvinno- respektive manslag (de tre första avsnitten), får de inte rösta på lagledaren vid ett eventuellt ö-råd. Däremot får lagledaren avsättas, om alla i laget är överens om beslutet.

Nytt 2002-2003 är också möjligheten för den som röstas ut att få åka till "Andra sidan", en annan öde ö. På "Andra sidan" finns det bara plats för en person. Vem som får vara där avgörs efter hand i form av dueller mellan de som röstas ut (och som väljer att åka till "Andra sidan"). Den som är kvar där på slutet får en av de fyra platser på "plankan", men detta vet dock inte deltagarna om i förhand. Från början var "plankan" den avgörande tävlingsgrenen. Den som stod kvar blev Årets Robinson. Säsongen 2002-2003 får vinnaren av plankan den ena av två möjliga platser i en avgörande omröstningen, där deltagarna som är kvar i sammanslagningen (avsnitt sju) får komma tillbaka och rösta fram vinnaren. Den andra finalplat-

sen får 2:an och 3:an på plankan duellera om. Det här har dock deltagarna ingen förkunskap om.

Vad händer då i Expedition Robinson, säsongen 2002-2003?² I de tre första avsnittet vinner Lag Syd (männen) Robinson-tävlingarna, varpå Lag Nord tvingas rösta ut medlemmar (Martina, Anna och Jenny). De som röstas ut åker till Andra sidan, där de möter varandra i dueller. I både Lag Syd och Lag Nord höjs kritiska röster mot lagledarna, men de har fortsatt immunitet. Deras immunitet slutar gälla i och med avsnitt fyra då det också sker en utväxling av deltagare, så att båda lagen består av både kvinnor och män. I Lag Nord ingår Nicklas, Freddie, Annelie, Charles, Augustin och Anna Stenlund (fyra män och två kvinnor). I Lag Syd ingår Némah, Mirre, Tanja, Antoni, Patric, Camilla, Erolld och Leif (fyra kvinnor och tre män). Avsnitt fyra slutar med att Lag Nord förlorar ännu en Robinson-tävling och att den f d lagledaren Charles röstas ut.

Lag Syds segersvit fortsätter i avsnitt fem, och Lag Nord röstar ut Annelie. I det sjätte avsnittet vinner Lag Nord och sin första Robinson-tävling, varpå Lag Syd röstar ut den f d lagledaren Camilla. Sedan är det dags för en större förändring igen: Lag Syd och Lag Nord enad expedition (avsnitt sju). Innan sammanslagningen hålls en tävling, och förlorarna Lag Syd tvingas att rösta ut ytterligare en lagmedlem – Tanja. Efter sammanslagningen består expeditionen av sju män och tre kvinnor. Mirre vinner den första individuella Robinson-tävlingen, som är en uthållighetsprövning. Hon får därmed immunitet på området. Nicklas tvingades avbryta expeditionen och på området röstas Freddie ut. Antoni vinner den andra individuella Robinson-tävlingen och får därmed immunitet i området. Flest röster hamnade på Augustin. Expeditionen består nu av fyra män och tre kvinnor (Antoni, Patrick, Leif, Erolld samt Némah, Anna Stenlund och Mirre).

På Andra sidan finns fortfarande Charles, som vunnit dueller mot Jenny, Annelie och Tanja och Freddie. I det nionde avsnittet faller han offer för Augustin i duellen. I samma avsnitt kommer den hitills outtalade 'kill-pakten' upp till diskussion. Leif vinner Robinson-tävlingen och istället för immunitet får han möjlighet att välja ut två personer som det sedan skulle gå att rösta ut i det annalkande området. Han väljer Anna och Mirre, och dessa två får sedan välja ut en tredje röstbar person. De väljer Némah. I området röstas Mirre ut. I det tionde avsnittet vinner Mirre över Augustin i duellen på Andra Sidan. I Robinson-tävlingen tar Antoni hem segern och han väljer Némah och Anna Stenlund som röstbara i området. De väljer i sin tur Patrick. I området röstas Anna Stenlund ut, och hon fortsätter till Andra Sidan.

I avsnitt elva vinner Mirre över Anna Stenlund i duellen på Andra sidan. Antoni väljer Robinson-tävlingen och han väljer ut Némah och Leif som röstbara i nästa oråd. De väljer i sin tur Patrick. I området röstas Némah ut, och expeditionen består nu av fyra män. Till deras förvåning kvarstår en tävling och ett ö-råd. I det tolfte avsnittet hamnar Leif i bråk med de andra tre männen i samband med den sista Robinson-tävlingen, och i området är det han som röstas ut. Leif väljer att åka till Andra sidan, varpå det kvarvarande gänget får reda på sanningen om Andra Sidan.

Det sista avsnittet inleds med att Mirre vinner över Leif i duellen på Andra sidan, och att hon sedan åker tillbaka till lägret där hon får möta Erolld, Antoni och Patrick på plankan. Efter två timmar och fyra minuter står Mirre stadigt kvar ensam på plankan och får därmed en plats i det sista området. Då Erolld ramlar av plankan först får Patrick och Antoni duellera om att möta Mirre i området. Antoni segrar över Patrick. De som återvänder till det sista området för att rösta fram 'Årets Robinson' är: Charles, Augustin, Freddie, Niklas, Patric, Erolld, Leif, Némah och Anna Stenlund. När rösterna räknats framkommer att Antoni vinner över Mirre med en röst.

Könsordnande processer i Expedition Robinson

Det är flera olika könsordnande processer som äger rum inom ramen för Expedition Robinson och här kommer jag att diskutera några av dem. Jag inleder med att diskutera hur det finns en föreställning om Expedition Robinson som en neutral plats, en plats där det råder lika villkor, för att sedan diskutera hur män respektive kvinnor interagerar med varandra. Jag återknyter till den inledande diskussionen om Expedition Robinson som en neutral plats, och hur denna föreställning följer en könsmärkt praktik. Här diskuterar jag också hur diskrepansen mellan föreställningar och praktik resulterar i att frågan om huruvida kön spelar roll lyfts. Avslutningsvis presenteras en feministisk dekonstruktion av en av Expedition Robinsons ö-råd. Dekonstruktionen är tänkt att fungera som en illustration och en sammanfattning till de ovan nämnda resonemangen.

"Försök att få bort pakter och förbund..."

Dokusåpans namn och upplägg anspelar på en av västvärldens mest lästa romaner *Robinson Crusoe* av Daniel Defoes (1719). Ambjörnsson (2001) konstaterar att den ursprungliga Robinson har varit föremål för ständig omdiktning, samma historia har under

olika titlar prånglats ut på den europeiska bokmarknaden. Det återkommande temat i dessa s k robinsonader är att en person hamnar på en obebyggd ö och arrangerar sitt liv på ett sätt så att han kan lämna ön rikare än när han kom (s 123). Dessa, robinsonadernas återkommande tema, återfinns även i Expedition Robinson. Även i Expedition Robinson lämnar en deltagare ön rikare då vinnaren får en anseelig summa i prispengar. Och, skulle man kunna hävda, rikedomens belöning för prestationen att framgångsrikt ha arrangerat sitt liv på ön.

Till skillnad från litteraturens förlaga handlar Expedition Robinson dock om en grupp människor, inte en ensam individ (Robinson Crusoe var helt ensam i 24 år, då Fredag dök upp). Med undantag för livet på "Andra sidan", där deltagarna mestadels befinner sig helt ensam, befinner sig deltagarna alltid i större eller mindre grupper. Tävlingsmomenten innebär också att deltagarna inte bara ska överleva fysiskt utan och också tävla med/mot varandra samt undvika att bli utröstad. Det gäller sålunda för deltagarna att bygga relationer, skapa förtroenden och lojaliteter. Därigenom kan enskilda deltagare undvika att själva bli utröstade och samtidigt påverka vem av de övriga deltagare som blir det. På Expedition Robinson-språk kallas detta för pakter och paktbildning. Förekomsten av pakter och paktbildning kan utifrån ett organisationsperspektiv tolkas som ett resultat av de knappa resurser och konkurrensen deltagarna emellan (jfr Pfeffer 1981).

Det finns emellertid en ambivalens kring förekomsten av pakter och paktbildning. När Freddy blir utröstad säger han t ex: "Rösta fram en riktig Robinson. En riktig jävel som klarar vad som helst. Försök att få bort pakter och förbund". Ambivalensen kring pakter kan förstås mot bakgrund av att Expedition Robinson har myten om Robinson Crusoe som en historisk och kulturell fond. Robinson Crusoe myten bidrar till föreställningen om att Expedition Robinson handlar om fysisk överlevnad och att den i sin tur beror på fysisk och psykisk (snarare än social) kompetens/lämplighet.³ Idealt är det i första hand naturen som ska bemästras.

Denna föreställning förstärks av att Expedition Robinson på många sätt framstår som en neutral plats. Till att börja med utspelar sig Expedition Robinson på en öde ö. Man befinner sig i naturen med stort N, och har så att säga rensat bort sociala strukturer och kulturer ('civilisationen'). Dessutom existerar Expedition Robinson under en förhållandevis kort och tydligt avgränsad tid: som mest kan deltagarna tillbringa 40 dagar på ön. Deltagarna känner inte varandra sedan tidigare. De behöver inte heller ha vidare kontakt med varandra efter expeditionens avslutats. Man har därför ingen historia och inte hel-

ler någon långsiktig framtid tillsammans. Alla börjar med två tomma händer och reglerna som finns omfattar alla deltagare. Vad gäller kön är det inledningsvis i princip lika många män som kvinnor (kvinnorna är faktiskt en mer än männen). Utifrån en dominerande, kvantitativ förståelse av jämställdhet är det sålunda jämställt, och därmed även könsneutralt (jfr Alveson 1998, Tollin 2000, Höök 2003). Sammantaget bidrar sålunda både namnet och upplägget till att konstruera Expedition Robinson som en synnerligen neutral plats. Förekomsten av pakter och förbund innebär att detta ideal frångås. Därav ambivalensen.

"Vi snackar inte ihop oss, men jag kommer inte att lägga en röst på en kille..."

Vilka är det då som bildar pakter med varandra? Vilka pakter blir synliga? Vilka pakter accepteras? Vilka pakter blir framgångsrika? Det är bland annat när man söker svaren på dessa frågor som kön som strukturerande maktrelation blir synlig. Lojaliteter och pakter är något som växer fram över tiden, i takt med att människor interagerar med varandra och lär känna varandra. Vad som blir tydligt över tiden är det framför allt är män som bildar pakter med varandra. Dessa tenderar samtidigt att vara mindre synliga, mer accepterade och mer framgångsrika än kvinnors pakter. Mot slutet av säsongen/tävlingen är det ofta en mindre grupp män kvar, som stött varandra och tillsammans röstat bort övriga män och samtliga kvinnor. Det är inte alltid som de andra deltagarna har uppfattat att dessa lojaliteter förekommit, och därför inte heller benämnt de ömsesidiga lojaliteterna för en pakt.

Männens lojaliteter och pakter kan tolkas som konsekvenser av homosociala samspel (Lipman Blumen 1976, Kanter 1977). Män tenderar att orientera sig mot, bekräfta och söka bekräftelse av andra män. I detta samspel finns både inslag av samhörighet, attraktion och konkurrens. Lindgren (1992) definierar homosocialitet som en av konkurrens uppdriven bekräftelsespiral. Det homosociala samspelet resulterar i en hierarki mellan männen, där männen som ingår i hierarkin blir bekräftade av att ingå i hierarkin även om de har en förhållandevis låg position i densamma. Att vissa män röstas ut relativt sett tidigare kan tolkas som att de av olika anledningar inte uppfattas tillföra lika mycket till den kollektiva Fantombilden som det homosociala samspelet resulterar i (för en diskussion kring fantombilden se Lindgren 1996, 1999). I dessa processer är det rimligt att kön interagerar med andra maktrelationer så som klass, etnicitet och sexualitet (jfr Holgersson 2006). Det homosociala samspelet resulterar inte enbart i en hierarki män emellan, ock-

så i en hierarki mellan män och kvinnor (Holgersson 2003). Kvinnor har inte tillräckligt med status för att vara del i det homosociala samspelet.

Säsongen 2002-2003 är det Antoni, Erolid, Leif och Patrick, som framgångsrikt håller ihop och håller sig kvar. Mot slutet av expeditionen beskriver Erolid deras grupp på följande vis: "Det har pratats så mycket om en kill-pakt, men det har inte varit någon direkt pakt. Vi har resonerat mycket. Det sägs inte att vi måste rösta på han eller han, utan det har varit mer som en rekommendation". Som Erolid antyder har inte ens de som ingår i gruppen sett att de har en pakt. Istället har det framstått som något självklart, något som tas för givet taget. Detta blir även tydligt när Anna Stenlund frågar Patrick om männen "snackar ihop sig" innan öråden, och Patrick säger så här:

Vi snackar inte ihop oss, men jag kommer inte att lägga en röst på en kille... Dels tycker jag att de är värdiga Robinson-vinnare. Dels tycker jag bra om dem! Det finns en djupare lojalitet än med någon av er. Sedan har jag inte bestämt vem jag ska rösta på. (Patrick till Anna Stenlund)

Om vi förutsätter att Patrick talar sanning så är lojaliteten mellan de fyra kvarvarande männen så självklar att de inte ens behöver intyga detta muntligen inför varandra. Erolids uttalande antyder detsamma, även om han säger att det resoneras en del. Patrick motiverar lojaliteten med att han tycker de andra männen är värdiga vinnare och att han tycker bra om dem. Indirekt säger han att han inte anser att kvinnorna är lika värdiga vinnare och att han inte tycker lika bra om dem. Vad betyder det då att vara värdig? En möjlig tolkning är att Patrick anser sig kunna förlora mot någon av de andra männen och fortfarande ha självkänslan intakt. Om någon av de andra männen vinner innebär det fortfarande en form av bekräftelse för honom som man. Han är en del av vinnarlaget och kan sola sig i glansen från vinnaren. Detta är inte möjligt om vinnaren är en kvinna.

Patrick avslutar samtidigt med att säga att han inte bestämt vem han ska rösta på. Vad menar han med det? Är valet om vem han ska rösta på en genuint öppen fråga? I så fall finns det en inneboende motsägelse i det han säger. Å ena sidan vet han att han inte kommer att rösta på en kille, å andra sidan vet han inte vem han ska rösta på. Min tolkning av det Patrick säger är att han inte bestämt sig för *vem av kvinnorna* han ska rösta på. Att det trots allt enbart är kvinnorna som är röstbara, är lika självklart som att de kvarvarande männen inte är röstbara. Därför behöver det inte uttalas.

Männens lojalitet med varandra blir också uppenbar då Leif vinner en Robinson-tävling (avsnitt nio).

Istället för immunitet för egen del får han bestämma två (av tre) som ska vara röstbara vid det efterföljande örådet. De fyra som inte är röstbara får sålunda immunitet vid det specifika örådet. De två personerna som Leif väljer ska sedan välja den tredje personen. Leif är den av deltagarna som hållit sig mest för sig själv och som uppfattas som mest 'speciell'. Han är med andra ord inte uttalat med de andra grabbarna, men när hans lojalitet sätts på prov är han trots allt det. Han säger att han tycker hela situationen med att välja ut de som ska vara röstbara, är jobbig. Helst skulle han inte välja någon över huvud taget, men när han trots allt måste så väljer han två kvinnor (Mirre och Anna). Han kommenterar beslutet med: "Jag vet inte varför det blev de två, jag vet inte, så är det!".

När alla kvinnor är utröstade och även en av de fyra männen ska röstas ut (till deltagarnas förvåning: de kände ju inte till "Andra sidan"), så är det Leif som blir utröstad. Det finns också en hierarki emellan männen. Deras inbördes relationer bygger inte enbart på lojalitet utan också på konkurrens. Det är ju också så att det är flera män som har röstats ut innan de tre sista kvinnorna röstas ut. De fyra kvarvarande männen räknade troligtvis med att det, så som tidigare år, skulle finnas fyra finalplatser, och då var det mindre hotande att ha tre kvinnor kvar de sista omgångarna. Detta tolkar jag som att (vissa) kvinnor blir använda som buffert i den homosociala konkurrensen emellan män. De som inte kan utgöra buffert röstas ut.

Även det övergripande utröstnings-mönstret stöder denna tolkning. Kvinnor röstas ut när de är fler, lika många eller en färre än männen. Är det minst två män fler än kvinnor, är det istället män som röstas ut. Vilka män är det då som inte omfattas av den homosociala lojaliteten i samma utsträckning som de andra? Säsongen 2002-2003 röstas Charles, Freddie och Augustin ut, innan Mirre, Némah och Anna. Intressant att notera är att när kvinnorna inte längre behövs som buffert, och det följaktligen är dags att rösta ut kvinnorna är det den som uppfattas som störst hot – Mirre – som röstas ut först.

"Killarna har varit så bra att jag har velat ha dem kvar..."

Ser kvinnors interaktionsmönster ut på samma sätt som mäns? Nej, kvinnor relaterar till varandra och till män på delvis andra sätt. Till att börja med finns det inte samma lojalitet kvinnor emellan. Snarare är det så att kvinnor – liksom män – orienterar sig mot andra män. Kvinnors interaktioner kan tolkas som framförallt heterosociala (Lipman Blumen 1976, Lindgren 1992). Vad som blir tydligt via Expedition

Robinson är hur kvinnors heterosocialitet både kan tolkas som ett resultat av maktrelationerna i gruppen som helhet och det homosociala samspelet män emellan.

Tillfället när Leif får utse två röstbara kandidater som sedan i sin tur ska välja den tredje röstbara kandidaten, är ett tydligt exempel på detta. Han väljer två kvinnor och de två kvinnorna väljer i sin tur den tredje och enda kvarvarande kvinnan. Vid det specifika örådet gick det m a o enbart att rösta på kvinnorna i gruppen. Att de två kvinnorna som Leif valde i sin tur valde en kvinna var inte konstigt. Det var det enda sättet för dem att minska risken för att själva ska bli utröstad, eftersom det blivit tydligt för kvinnorna att männen inte tänker rösta på varandra. Denna händelse kan tolkas som att männens homosocialitet resulterar i kvinnors heterosocialitet.

Enskilda kvinnors överlevnadsstrategi blir istället att aspirera på platsen som undantagskvinnan (jfr Kanter 1977, Lindgren 1985, Wahl 1992). Konkurrensen kvinnor emellan kan därför på sätt och vis sägas vara större än konkurrensen män emellan, då platsen som undantagskvinna handlar om att just vara den enda kvinna. Männens homosocialitet gör att kvinnor har mindre utrymme att konkurrera om, än männen. Trots att kvinnorna anar eller t o m ser männens homosocialitet, och anar att det inte ens kommer finnas utrymme för en undantagskvinna, fortsätter de aspirera på denna position.

I vissa fall har även någon av männen lovat bort platsen som undantagskvinna till en specifik kvinna. Det finns kvinnor som uppfattat sig ha en ömsesidig lojalitet med någon eller några av männen, men när denna lojalitet sätts på prov existerar den inte. Så var det exempelvis för Mirre. När hon blev utröstad berättade hon för programledaren att hon känner sig sviken av Patrick och Antoni. Till henne hade de sagt att de "ville stå i final med henne!". Lite senare förklarar Patrick att han röstade ut Mirre p g a hon var farligast av tjejerna, och att han ville att det skulle vara fyra killar i finalen – de fyra som var kvar. Vid ett annat tillfälle, innan hon röstats ut, uttrycker sig Mirre på detta sätt:

Jag är rädd för att killarna är en grupp, men samtidigt så säger killarna att "Gud, Mirre du är verkligen en duktig tjej. Du kan ju verkligen massor med saker". Jag får ta det som en komplimang. Den dagen jag åker ut är det helt okey med mig. (Mirre)

Citatet visar de fördelar som strategin som undantagskvinna kan innebära för den enskilda kvinnan i fråga. Platsen som undantagskvinna kan ge kvinnan bekräftelse som gör att hon kan behålla självkänslan

intakt, trots att den bygger på en nedvärdering av det egna könet. Undantagskvinnan kan tolkas som en kvinna med könsneutral strategi (Wahl 1992). Könsneutral strategi uttrycks genom anpassning till den befintliga mansdominerade ordningen, samt avståndstagande från andra kvinnor och sådant som uppfattas som kvinnligt (Sheppard 1989, 1992, Wahl m fl 1998, Wahl m fl 2005). När Mirre sedermera blir utröstad är hennes avskedsord till de fyra männen och två kvinnorna som är kvar: "Må bäste man vinna – alla har en god chans!". Citatet är intressant då det visar på mannen som norm ("må bäste *man* vinna"). Hon säger också att alla (även de två kvarvarande kvinnorna får man förmoda) har en god chans. Detta kan tolkas som att hon ger uttryck för två motsägelsefulla idéer: mannen som norm, och alla har lika villkor. Motsägelsen försvinner dock genom att det ligger i normens privilegium att vara könlös (jfr Höök 2001). Det kan ju också vara så att uttalandet i första hand vänder sig till männen i gruppen: det är till dem hon talar. Även då försvinner vad som annars kan tolkas som en inneboende motsägelset i uttalandet. Då är det alla männen som har en god chans.

Ett annat exempel på när kvinnors heterosocialitet blir synlig och faktiskt omnämns är i samband med ett ö-råd då Némah får frågan om hon ser en fara med att även kvinnor röstar bort andra kvinnor. Némahs svar – "killarna har varit så bra att jag har velat ha dem kvar" – kan tolkas som att hon orienterar sig mot och bekräftar männen. Trots att det troligtvis inte är programledarens avsikt fungerar frågan som ett lojalitetstest (jfr Kanter 1977). Genom sitt svar tvingas Némah visa var hennes lojalitet finns. Hon antyder också att merparten kvinnor inte är lika bra som merparten män: kvinnorna har uppenbarligen inte varit så bra att hon velat ha dem kvar.

I Expedition Robinson finns även exempel på män som stöder kvinnor mot andra män. Leif och Patrick ger Camilla (kvinnan som är lagledare för 'manslaget') sitt stöd när de andra männen i gruppen kritiserar och trakasserar henne. Detta innebär dock inte att de i grunden frångår eller utmanar det homosociala samspelet män emellan. Patricks och Leifs förhållningssätt till Camilla är inte speciellt bekräftande eller ens respektfullt. Camilla får också betala ett för henne oväntat högt pris för deras, eller framför allt Patricks, stöd. Han förväntar sig total lojalitet från henne i gengäld. När lagen byter medlemmar och könsfördelningen ändras till kvinnors fördel (avsnitt 4), kräver Patrick att Camilla ska liera sig med killarna. Han vill veta hur hon ska rösta i nästa öråd, och blir upprörd när hon inte vill berätta detta för honom. Här finns m a o inte utrymme för någon outtaland, för-givet-tagen lojalitet, som i hans relatio-

ner till (vissa av) männen. Att hon inte låter sig styras helt och fullt, uppfattar han i sig som ett svek, oavsett om hon röstar på honom eller inte. Patricks reaktion kan även tolkas mot bakgrund av att kvinnorna vid detta tillfälle är antalsmässigt fler än männen. Detta är dock inget som får återverkningar för vem som blir utröstad: det blir en kvinna (Camilla).

Det finns även sociala interaktioner där kvinnor genom att bekräfta vissa utvalda män, spår på konkurrensen männen emellan. När det kommer in fyra män i det f d kvinnolaget blir det en mycket förvåningsfull och positiv stämning bland de två kvarvarande kvinnorna. Kvinnorna bekräftar de nya männen, på ett sätt som de aldrig bekräftat lagledaren Charles. "Tre fräscha härliga snubbar. Det är så man önskar att en karl ska vara!", säger t ex Annelie. Vid nästa omröstning är det Charles som röstar ut. Att kvinnorna är i minoritet påverkar säkerligen också att det är en man som röstar ut. Kvinnornas agerande kan tolkas som en form av kollektiv heterosocialitet, som spår på konkurrensen som finns i det homosociala samspelet män emellan. Detta visar hur kvinnor även kan utöva viss makt utifrån buffertpositionen. De har dock inte makt att förhindra att de själva så småningom kommer att bli utröstade.

Upplägget i Expedition Robinson gör att maktrelationen mellan kvinnor och män blir tydligt kopplad till den antalsmässiga könsfördelningen. Minoritets- och majoritetsförhållanden är något som den feministiska organisationsforskning länge studerat (se t ex Kanter 1977, Lindgren 1985, Wahl 1992, Ely 1995, Höök 2001). I Expedition Robinson blir konsekvenserna av olika minoritets- och majoritetsförhållanden uppenbara inte minst i samband med öråden. Det framträder en bild av att män är angelägna om att vara i antalsmässig majoritet (se diskussionen ovan om kvinnor som buffert), medan kvinnorna agerar enligt en heterosocial logik och en könsneutral strategi (Wahl 1992, Wahl m fl 1998). Vad som dessutom blir påtagligt i Expedition Robinson är hur kringskurna kvinnor är när det gäller möjligheten att agera som en grupp med vissa gemensamma intressen (d v s som politisk grupp).

Genom att 'straffa' män som orienterar sig för mycket mot kvinnor (Niclas), eller kvinnor som orienterar sig mot andra kvinnor (Camilla) konstruerar män kvinnor som icke-neutrala. Kvinnors ses som en grupp som företräder särintressen, vilket försvårar för kvinnor att agera som grupp. Det är intressant att kvinnor verkar uppfattas som så pass stort hot. Paralleller kan dras till Eduards diskussioner kring kvinnors kollektiva handlande, som hon anser kan synliggöra och utmana en patriarkal könsordningen (Eduards 1997, 1998). Konsekvensen av männens

homosociala samspel och tolkningsföreträde är sålunda att kvinnors handlingsutrymme undermineras.

"Kunde det lika gärna ha varit killar som röstats ut?"

Som redan konstaterats finns det en mer eller mindre uttalad föreställning om att Expedition Robinson är en neutral plats som erbjuder alla deltagare lika villkor. Där spelar det ingen roll om man är man eller kvinna. Strukturerande maktrelationer till följd av kön, klass, etnicitet och sexualitet har så att säga lämnats kvar hemma. Ovanstående tolkning har emellertid visat att det som lämnats hemma är de materiella konkreta manifestationerna av samhällets maktstrukturer, men inte de interaktionsmönster och föreställningar som (åter)skapar dessa. I den bemärkelsen existerar sociala strukturer och kulturer ('civilisationen') i människors huvuden genom inlärd, för givet tagna koder för hur människor interagerar med varandra.

Till följd av detta, men också till följd av annat, finns det i Expedition Robinson en diskrepans mellan olika diskurser, samt mellan diskurser och praktiker. Det finns en diskurs som handlar om att kön inte spelar roll. Denna föreställning underbyggs även av det faktum att könsfördelningen bland deltagarna inledningsvis är jämn. Parallellt med detta finns en praktik som visar att kön trots allt spelar roll: det är framför allt kvinnor som röstar ut och män som blir Robinson vinnare. Det är intressant att denna diskrepans inte förblir okommenterad. Den ger upphov till frågor som kräver svar. Programledaren känner sig exempelvis manad att ta upp frågan "Kunde det lika gärna ha varit killar som röstats ut?" i samband med öråden. Situationen kan tolkas som en könsprovokation (Höök 2001), som i sin tur synliggör de antaganden om kvinnor och män som finns bakom diskursen om könsneutralitet. Här framträder diskursen om den bristfälliga kvinnan och mannen som norm.

En metod som kan användas för att avtäckta maktrelationer är dekonstruktion. Dekonstruktionen synliggör hur dominerande maktrelationer genomsyrar för-givet-tagna interaktionsmönster och dominerande föreställningar (t ex Calás & Smircich 1991). Nedan görs en enkel form av dekonstruktion av ett ö-råd. Dekonstruktionen innebär i detta fall deltagare och programledare byter kön (för ett exempel på just denna typ av dekonstruktion se Eriksson (2000)). Dekonstruktionen visar sålunda en 'tvärtombild': ett sammanhang där kvinnan är norm, och därmed subjekt med ett tolkningsföreträde. Därigenom synliggörs också hur status quo bygger på mannen som norm, och hur detta innebär att män i högre grad än

kvinnor konstrueras som könsneutrala subjekt med tolkningsföreträde.

Expedition Robinson ö-råd avsnitt 9, säsong 2002-2003

Programledare (man): Vad beror det på att tjejerna röstas ut?

Deltagare X (man): Man jagar inte lika mycket mat, orkar inte lika mycket. En del tycker att det är roligare att sola än att hänga med på två-timmars-turer. Tjejerna är otacksamma, lata och gnälliga. Killarna har mycket mer energi och styrka.

Programledare (man): Det är ju också så att tjejerna röstar ut tjejer? Ser ni ingen risk med det, tjejer?

Deltagare Y (kvinna): Ja, det spelar ingen roll för mig. Jag har röstat bort de jag trivs minst med. Killarna har varit så bra att jag velat ha dem kvar.

Programledare (man): Kunde det lika gärna ha varit killar som röstats ut?

Deltagare Z (man): Ja, det tror jag faktiskt. Jag tror inte alls att det är könsbetonat.

En feministisk dekonstruktion av Expedition Robinson ö-råd avsnitt 9, säsong 2002-2003.

Anna: Vad beror det på att killarna röstas ut?

Maria: De klarar sig inte på lika lite mat, så de måste leta mat hela tiden. En del tycker att det är roligare ge sig ut på två-timmars-pass i skogen, istället för att hjälpa till här i lägret. De hamnar helt enkelt utanför. Killarna är otacksamma, lata och aggressiva – speciellt när de får för lite att äta. Tjejerna är uthålligare.

Anna (programledare): Det är ju också så att killarna röstar ut killar? Ser ni ingen risk med det, killar?

Nisse: Ja, det spelar ingen roll för mig. Jag har röstat bort de jag trivs minst med. Tjejerna har varit så bra att jag velat ha dem kvar.

Anna (programledare): Kunde det lika gärna ha varit tjejer som röstats ut?

Antonia: Ja, det tror jag faktiskt. Jag tror inte alls att det är könsbetonat.

Här är dekonstruktionen tänkt att fungera som en illustration till flera av de teman som diskuterats ovan: homosocialitet, heterosocialitet, diskurser om att kön inte spelar roll, diskursen om den bristfälliga kvinnan och mannen som norm. Vad som dessutom blir tydligt i exemplet nedan är också hur maktrelationen påverkar vad som ses som centrum och vad som ses som periferi (jfr Höök 2001). När är man 'utanför'? Med vem/vilka är man 'utanför'?

Avslutande diskussion

Expedition Robinson är intressant av flera anledningar, men inte minst för att TV-serien säger något om vårt samhälles koder: om hur kvinnor och män tillåts och förväntas interagera och hur vi förväntas tala om detta. Det säger också något om vad för berättelser som produktionsbolag skapar, och vilka berättelser som blir populära 'i stugorna'. Expedition Robinson är i sig är en central arena för konstruktion av kön, inte minst på grund av att programmet fick ett sådant genomslag. Det avhandlades i annan media, på arbetsplatser och på skolgårdar.

Syftet med den här artikeln är att utifrån en innehållsanalys av en säsong av Expedition Robinson, beskriva och tolka de sociala processer som resulterar i att det framför allt är män som blev 'Årets Robinson'. Fokus har därför legat på att förstå hur mansdominans återskapas snarare än ifrågasätts och förändras. Artikeln visar på interaktionen mellan homosociala och heterosociala samspel, och konsekvensen av detta. Artikeln visar också hur programkonceptet bidrar till att naturalisera dessa sociala samspel. Genom sitt innehåll, 'ploten' och genren riskerar Expedition Robinson sålunda att bidra till att framställa maktobalansen mellan kvinnor och män i samhället som naturlig.

Noter

1. Refererad i Johansson 2003:218.
2. Följande genomgång av avsnittet bygger på en resumé som fanns på SVTs hemsida då serien sändes.
3. Säsongen 2002-2003 är det faktiskt bara en av deltagarna, Niclas, som lämnar expeditionen p g a den fysiska påfrestningen.

Litteratur

- Acker, J (1992) Gendering Organizational Theory. In Mills, A och P Tancred (eds.) *Gendering Organizational Analysis*. London: Sage.
- Alvesson, M (1998) *Att räkna kroppar och att öka medvetenhet. Om jämställdhet och jämställdhetsarbete*. Meddelanden från Kvalitetsgruppen, Uppsala Universitet.

- Ambjörnsson, R (2001) *Mansmyter. James Bond, Don Juan, Tarzan och andra grabbar*. Stockholm: Ordfronts Förlag.
- Arthurs, J (2003) Sex and City and Consumer Culture: Remediating Post Feminist Drama. *Feminist Media Studies*, vol. 3, no 1.
- Calás, M & L Smircich (1991) Voicing Seduction to Silence Leadership. *Organization Studies*, vol. 12, nr. 4, s. 567-601.
- Cavander, G, L Bond-Maupin & N C Jurik (1999) The Construction of Gender in Reality Crime TV. *Gender and Society*, vol. 13, no. 5.
- Ely, R (1995) The Power in Demography: Women's Social Identity Constructions of Gender Identity at Work. *Academy of Management Journal*, vol. 38, no. 3, s. 589-604.
- Eduards, M (1997) Den förbjudna handlingen. *Tidskrift för Politisk Filosofi*, no. 3, pp. 17-37.
- Eduards, M (1998) Män – finns de? *Kvinnovetenskaplig Tidskrift*, no. 3-4, s. 77-84.
- Eriksson, U (2000) *Det mangranna sällskapet*. Göteborg: BAS.
- Fiske, J (1991) *Understanding Popular Culture*. London: Routledge.
- Gerhaghty, C (1992) *Women and Soap Opera. A Study of Prime Time Soaps*. Cambridge: Polity Press/Blackwell Publishers.
- Hinchman, L. P. & Hinchman, S. K. (red) (1997) *Memory, Identity, Community. The Idea of Narrative in the Human Sciences*. Albing, N.Y.: State University of New York Press.
- Holgersson, C (1998) Den nödvändiga periferin. Wahl, A m fl *Ironi och sexualitet – om ledarskap och kön*. Stockholm: Carlssons förlag.
- Holgersson, C (2003) Rekrytering av företagsledare. En studie i homosocialitet. Stockholm: EFI.
- Holgersson, C (2006) Homosociality as Gendered Process. Vol 1, Issue 1, p.24-41, *Nordic Journal for Masculinity Studies*.
- Höök, P (1998) Kvinnligt ledarskap – en helt hysterisk historia. I Wahl, A m fl (1998) *Ironi och Sexualitet – om ledarskap och kön*. Stockholm: Carlssons Förlag.
- Höök, P (2001) *Stridspiloter i vida kjolar: Om ledarutveckling och jämställdhet*. Stockholm: EFI.
- Johansson, L (2003) "I Love Lucy" och 1950-talets svenska TV, i Mulinari m fl (red) *Mer än bara kvinnor och män. Feministiska perspektiv på genus*. Lund: Studentlitteratur.
- Kanter, R M (1977) *Men and Women of the Corporation*. New York: Basic Books.
- Liliequist, Marianne (2000) *Våp, bitchor och moderliga män. Kvinnligt och manligt i såpopperans värld*. Umeå: Boréa.
- Kvande, E (2003) Doing Gender in Organizations – Theoretical Possibilities and Limitations, i Gunnarsson, E m fl (2003) *Where Have all the Structures Gone?* Stockholm: Nordstedts.
- Lindgren, G (1985) *Kamrater, kollegor och kvinnor*. Doktorsavhandling, Sociologiska institutionen, Umeå universitet.
- Lindgren, G (1992) *Doktorer, systrar och flickor*. Stockholm: Carlsson Bokförlag.
- Lindgren, G (1996) Broderskapets logik. *Kvinnovetenskaplig Tidskrift*, nr. 1, s. 4-14.
- Lipman-Blumen, J (1976) Toward a Homosocial Theory of Sex Roles: An Explanation of the Sex Segregation of Social Institutions. *Signs*, vol. 1, nr. 3.
- Pfeffer, J (1981) *Power in Organizations*. Marchfield: Pitman.
- Sheppard, D (1989) Organizations, Power and Sexuality: The Image and Self-image of Women Managers. Hearn, J m fl (eds.) *The Sexuality of Organization*. London: Sage Publications.
- Sheppard, D (1992) Women Managers' Perceptions of Gender and Organizational Life. Mills, A & P Tancred (eds.) *Gendering Organizational Analysis*. London: Sage Publications.
- SOU (1994) *Mäns föreställningar om kvinnor och chefskap* (SOU 1994:3). Stockholm: Fritzes Förlag.
- SOU (2003) *Mansdominans i förändring* (SOU 2003:16). Stockholm: Fritzes förlag.
- Tollin, K (2000) "Det måste finnas män med för att det ska bli jämställt..." Forskningsrapport 2000:4, Statsvetenskapliga institutionen, Umeå Universitet.
- Wahl, A (1992) Könstrukturer i organisationer. Doktorsavhandling, Företagsekonomiska institutionen, Handelshögskolan i Stockholm. Stockholm: EFI.
- Wahl, A (1996a) Företagsledning som konstruktion av manlighet. *Kvinnovetenskaplig Tidskrift*, nr. 1, s. 15-29.
- Wahl, A, C Holgersson och P Höök (1998) *Ironi och Sexualitet – om ledarskap och kön*. Stockholm: Carlssons Förlag.
- Wahl m fl (2001) *Det ordnar sig. Teorier om organisation och kön*. Lund: Studentlitteratur.
- Wahl, A m fl (2005) Irony as a Feminist Strategy for Women Managers. Johansson, U & J Woodilla (eds.) *Irony and Organizations: Epistemological Claims and Supporting Field Stories*. Copenhagen: Abstrak Forlag-Liber-Copenhagen Business School Press.

In Memoriam

Professor Jan Ekecrantz (1940-2007)

Professorn i medie- och kommunikationsvetenskap Jan Ekecrantz avled den 28 juli 2007, 66 år gammal.

Jan Ekecrantz var knuten till Institutionen för journalistik, medier och kommunikation vid Stockholms universitet, JMK, sedan mitten av 1970-talet och blev professor i medie- och kommunikationsvetenskap 1999. Han var under hela sin tid verksam på alla utbildningsnivåer och i JMK:s båda ämnen medie- och kommunikationsvetenskap samt journalistik. Det var en naturlig följd av att Jan var docent i journalistik samtidigt som han var professor i medie- och kommunikationsvetenskap. I sin egen forskning uppmärksammade han genomgående samhörigheten mellan de två ämnena. Han var också mån om att forskningen skulle ha relevans för grundutbildningen och studenternas kommande yrkeskarriärer.

I sin forskning har Jan genom åren rört sig över många och breda fält. Det har bland annat handlat om så skilda områden som journalistikens konstruktioner av verkligheten eller medierna i Brasilien, Kina och Ryssland. De senaste åren har framför allt globaliseringsprocesser och komparativa mediestudier intresserat honom.

Jan var en genuint internationell person med ett omfattande nätverk i olika världsdelar. Han var också flitigt anlitad som sakkunnig i olika sammanhang och som opponent i alla de nordiska länderna. Till hans popularitet i dessa sammanhang bidrog tveklöst hans breda kunskaper och stora beläsenhet samt inte minst hans grundläggande ödmjuka och positiva inställning parad med ett kritiskt vetenskapligt förhållningssätt. Han slog alltid vakt om kvaliteten, vilket bland annat innebar att han lade ned stor möda på att läsa andras texter och komma med synpunkter som alltid var innehållsrika och relevanta.

Under sina år som ämnesföreträdare i medie- och kommunikationsvetenskap gjorde Jan ovärderliga insatser inom forskarutbildningen. Med öppen dörr till sitt arbetsrum var det fritt fram för doktorander och forskare att med Jan dryfta såväl vetenskapliga som mer vardagliga existentiella frågor. Med sin allmänbildning och intellektuella hållning hade han alltid minst två svar på en fråga, vilket hade det goda med sig att diskussionerna fortsatte. Inte minst hans underfundiga humor bidrog till stimulerande samtal.

Under hösten skulle han ha blivit professor emeritus, en position som tilltalade honom, med fortsatt handledning, kontakter med doktorander och forskare vid JMK samt inte minst fortsatt internationellt forskningssamarbete. Även om det nu inte blir så, lämnar han outplånliga spår hos en ny generation medieforskare. Jan Ekecrantz kommer att vara djupt saknad men ändå ha stort inflytande över framtida medieforskning.

Göran Leth, prefekt

Håkan Hvitfelt, professor i journalistik

Madeleine Kleberg, docent i medie- och kommunikationsvetenskap

In Memoriam

Professor Emeritus James D. Halloran (1927-2007)

Jim died in May after a short period of illness. He was born in Birstall, Yorkshire, and earned his BSc in Sociology and Economics at Hull University in 1951. Before working as a school teacher and prison tutor he was trained as a teacher in Hull, London and Leeds. He came to the University of Leicester, one year before Richard Hoggart became Senior Lecturer in English there. Soon, the two would establish the two first centres for media research in Britain, the Centre for Mass Communication Research (CMCR) and the Centre for Contemporary Cultural Studies (Birmingham).

In Leicester, Jim started as Senior Tutor at the Department of Adult Education, and in 1963 published his first book, titled *Control or Consent. A Study of the Promise of Mass Communication*. This was followed up by reports and research papers on the role and influence of the mass media. Through these works and as a secretary to the Home Office's Television Research Committee (from 1964), he manoeuvred into a position which made it possible to form the CMCR in 1966. He became its director, and was promoted to the first Chair in Mass Communications in Britain in 1973. His perspective was sociologically orientated in his call for a holistic and multidisciplinary approach.

The Centre and its staff were to become an important national and international place of research, as the Centre also attracted external research money, from among others UNESCO. Talented academics soon contributed to studies like *Demonstrations and Communication* (Halloran, Elliott and Murdock 1970) and *Making the News* (Elliott and Golding 1979). In a review by Karl Erik Rosengren (1972), the first was characterised as: "... the first large-scale attempt made by social scientists to cover in one investigation the news process from the beginning to its end". The latter was an international research co-operation whereby news-rooms in Nigeria, Sweden and Ireland were studied. Among the Swedish representatives was Sam Nilsson, who later became Director General of the Swedish Television Corporation. Two of the academics from the Centre involved in these projects from the Centre, Peter Golding and Graham Murdoch, have later contributed with essential influence and inspiration in the Nordic research community as visiting professors.

In addition to building the Centre, Jim's main legacy was his contribution to the International Association of Mass Communication Research (IAMCR). He was elected president in 1972 and started a process of invigoration within the organisation. This was during the Cold War, and IAMCR was to have an important influential role in the relations between both east and west, and north and south. For the Nordic academics in the field, bi-annual conferences became an essential meeting point. The Centre in itself also functioned as such a meeting point, particularly after Anders Hansen and Olga Linné came to work there and developed their Scandinavian networks.

By another academic at the Centre, Roger Dickinson, Jim has been characterised as a larger-than-life character who used his presence to great effect as an advocate for his academic and departmental causes, as a campaigner for international collaborative research, and as a lecturer and public speaker. As a former student at the Centre I can subscribe to this, and to the very important role Jim and the Centre had for students from all parts of the world, meeting in Leicester and seeking knowledge in a new field of research.

James D. Halloran received numerous awards for his work. Among these were the Yugoslav Flag with Golden Star; Honorary Life Presidency of the IAMCR; and the McLuhan Teleglobe Canada Award. He also received honorary doctorates from the Universities of Tampere and Bergen.

Professor *Knut Helland*
Dept. of Information Science and Media Studies
University of Bergen

Relevant links

Roger Dickinson (2007) <http://www2.le.ac.uk/ebulletin/people/bereavements/2000-2009/2007/05/nparticle.2007-05-24.9170073745/>

The McLuhan Award: http://www.infoamerica.org/teoria_articulos/hallorand.htm

References

Elliott, Philip and Peter Golding (1979) *Making the News*. London, Longman.

Halloran, James D, Philip Elliott and Graham Murdock (1970) *Demonstrations and Communication. A Case Study*. Harmondsworth: Penguin.

Rosengren, Karl Erik (1972) 'Review of *Demonstrations and Communication: A Case Study*', *Acta Sociologica* 1972, Vol 15, pp 206-207.

Tv-underholdning

Flermedialitet og viden – et forskningsprojekt

KIRSTEN FRANDSEN

Underholdning som oplevelsesfænomen er ofte blevet defineret negativt, dvs. som enten ikke-information, ikke-seriøs, ikke-oplysning. Eller også er det blevet til en restkategori i f.eks. receptionsanalyser, som er kommet til at rumme de mere lystfyldte, private eller andre relativt uspecificerede oplevelsesdimensioner, hvor modtagerne involverer sig følelsesmæssigt. Underholdning på tv er gennem de seneste årtier undergået væsentlige forandringer og er i dag langt mere varieret end tidligere tiders tribuneunderholdning lørdag aften. I dette projekt vil der blive sat fokus på nutidens tv-underholdning og gennem 6 empirisk orienterede delprojekter vil projektet forsøge at anlægge nye betragtninger på tv-underholdningens oplevelsesdimensioner.

Rammebeskrivelse

Set i forhold til tidligere har medierne i dag fået en absolut dominerende rolle som leverandør af underholdning til danskerne, og i takt med medie-konkurrencens accentuering er mediernes evne til at formidle indhold med underholdende kvaliteter blevet et centralt overlevelsparameter. Denne tendens bliver ofte i den offentlige meningsdannelse anskuet som et tilbageslag for en mere rationelt orienteret oplysnings- og dannelsesambition. Publikums interesse for de underholdende medietilbud er dog et tavst udtryk for en anden vurdering.

Flermedialitetens betydning

Dette projekt vil se nærmere på tv-underholdning, som i kraft af sin store publikumsmæssige gennemslagskraft er en af vor tids væsentligste underholdningsformidlere. Nutidens tv-underholdning fungerer dog ikke mediemæssigt éndimensionelt, idet mange tv-programmer i dag ofte benytter andre, sekundære medieplatforme til at inddrage, aktivere og dermed

forstærke kontakten til publikum. Ligesom andre medieplatforme udnyttes af publikum i dannelsen af en række publikumsmæssige fællesskaber med rod i tvs formidling. De sekundære mediekredsløb har altid eksisteret i forhold til tv-underholdning, men med f.eks. internet og mobiltelefoni har både publikum og tv fået nye muligheder, der både potentielt afsenderinstitutionen og modtagerne. Ambitionen med projektet er gennem en udforskning af forskellige former for tv-underholdning, deres brug af andre medieplatforme og nogle af de kulturelle praksisser, som knytter sig til publikums brug af underholdningen, at anlægge nye betragtninger på dens oplevelsesdimensioner.

Tidligere forskning

Aktuelt er den nationale og internationale forskning i mediernes rolle som underholdningsformidlere først og fremmest kendetegnet ved, at der er få og meget sporadiske studier. De eksisterende studier er endvidere karakteriseret ved overvejende at have fokus på enkeltgenrer – typisk sit.com og fiktion – og udforskningen af selve underholdningsdimensionen er kun sjældent i centrum. Endelig er feltet domineret af et fokus på tv-mediet, som anskues isoleret (Bruun, Poulsen)

Historisk har især forskere med rod i Frankfurterskolen dog tidligere sat mediernes underholdende udbud på den forskningsmæssige dagsorden (Mortensen m.fl. 1981, Holzer 1973). Med udgangspunkt i psykoanalytiske, socialpsykologiske og kulturkritiske optikker har denne del af medieforskningen tematiseret mediernes underholdning og forsøgt at indkredse det underholdende som særlig oplevelseskvalitet. Den store fortjeneste ved disse ældre forskningsbidrag er deres insisteren på at betragte underholdningsmedierne ikke blot som ligegyldig adspredelse men derimod som fænomener, der qua deres form og popu-

laritet har stor samfundsmæssig og social betydning. Forskningen var dog samtidig drevet af en politisk og normativ interesse for via analysen at bevidstgøre modtagerne og offentligheden om, at man under brugen af disse medier uafvidende blev forført og undertrykt af bestemte politiske interesser.

Nye spørgsmål og perspektiver

Dette projekt har rod i en anden opfattelse af publikum, der betragtes som aktive, forhandlende og bevidste under receptionen, og vi vælger derfor at stille os spørgende an på ny. Kan den samfundsmæssige funktion tænkes at ligge på et andet niveau og f.eks. også indbefatte 'blødere' socialiserende og identitetsdannende funktioner, som krydser eller er irrelevante i forhold til traditionelle politiske og ideologiske orienteringer?

Det samlende udgangspunkt for projektet er en tese om, at mediernes underholdning ikke blot adspredter publikum, men derimod i nogle af de nyere former medvirker til at skabe, vedligeholde og udlægge centrale former for social og kulturel viden. I den forstand bidrager ikke mindst nutidig tv-underholdning, hvor seerne involveres og tiltales på egne præmisser aktivt til både reproduktion og udvikling af samfundet. I dag forudsætter og formidler underholdningsprogrammer på tv f.eks. indsigt i forskellige sociale miljøer og livsformer, hverdagslig indsigt i håndtering af praktiske gøremål og sociale adfærdsnormer samt indsigt i tidens trends og smag. Disse indsigter formidles meget forskelligt, men bliver til viden gennem seernes aktive forvaltning og omgang med stoffet. Det sker både gennem en individuel tilegnelse og ved deling af indsigterne med andre gennem forskellige former for interesse- fan- eller oplevelsesfællesskaber. Med inddragelsen af flere, og især interaktive medieplatforme i formidlingen, er det projektets tese, at programmernes mulighed for at bidrage til en egentlig vidensproduktion styrkes betragteligt, ligesom viden kan få symbolsk betydning gennem de kulturelle praksisser, som den indgår i.

Ved at bringe hypotesen om underholdning som vidensforvaltende og -producerende i spil i forhold til disse oplevelsesorienterede fænomener kan projektet indirekte medvirke til en kritisk udforskning af et vidensbegreb, som ofte er enten uafklaret eller stærkt omdiskuteret. F.eks. er den offentlige diskurs og politiske opfattelse af vidensbegrebet overvejende naturvidenskabeligt og markedsfokuseret, idet det er knyttet til produktivkræfterne. Projektets delprojekter er alle empirisk anlagte med fokus på at analysere konkrete former for tv-underholdning. Gennem kontakt til et eksisterende teoretisk orienteret forsknings-

miljø på Institut for Filosofi og Idéhistorie på Aarhus Universitet, hvor videnssamfundet som epokal betegnelse og de implicerede begreber diskuteres kritisk, ønsker vi dog at kvalificere diskussionen af tv-underholdning som vidensform og videnspraksis.

Underholdning som tekst- og oplevelseskategori

Underholdning er som fænomen svært at afgrænse, hvilket kan registreres i de forskellige betegnelser på feltet hvor både brede termer som populærkultur, underholdning, popkultur, entertainment og infotainment samt mere snævre genrebetegnelser som fiktion, quizz, sport, satire, show, sketch, tribuneunderholdning og spil anvendes. De varierende karakteristikker og kategoriseringer reflekterer udover forskelligt fokus en indlejret dobbelthed i selve underholdningsbegrebet. Dels kan det referere til en oplevelses-dimension, hvor det bliver en individuel afgørelse hos publikum om et fænomen opleves som underholdende. Dels kan det referere mere snævert til en bestemt type indhold produceret med bestemte kommunikative eller oplevelsesmæssige hensigter af bestemte afsenderorganisationer. Set med nutidens øjne er den snævre indholdsmæssige definition problematisk, da f.eks. tv-underholdning i voksende omfang har fået journalistiske eller dokumentariske former og produceres udenfor deciderede underholdningsafdelinger (Bruun 2005, Jerslev 2004). Og omvendt har andre mediegenerer med mere informative intentioner fået tilføjet væsentlige underholdende elementer (Hjarvard 1999, McManus, 1994) for at tiltrække og fastholde publikum. Projektet vil forsøge at rumme begge dimensioner, idet delprojekterne i varierende omfang har fokus på både produktions-, tekst- og modtageraspektet. På de indre linjer er projektet bundet tæt sammen gennem en række overlappende temaer, som forventes at tilføre projektet en synergi og samtidig rummer væsentlig viden i et mere anvendelsesorienteret perspektiv. Der spørges således til populærkulturel ekspertviden som en form for kulturel kapital i specialiserede oplevelsesfællesskaber, og projektet vil her generere helt nye kvalitative indsigter i publikums omgang med underholdningsfænomener, som spiller en central rolle i det, der kan kaldes oplevelsesøkonomien. Humor og satire analyseres og diskuteres som kommunikativ strategi i formidling inden for såvel målgruppeorienteret underholdning som markedsføring. Og projektets analyser af sammensmeltninger mellem informative, underholdende og kommercielle henvendelsesformer og strategier, som karakteriserer tvs mediering af stoftyper med historiske rødder i andre medier, vil

give væsentlige empirisk forankrede indsigter i mulighederne for denne form for kommunikation.

Delprojekter

Sport på tv: Fællesskab, køn og viden

V. Kirsten Frandsen

Både nationalt og internationalt har sport på tv gennem mange år været populært stof hos seerne, hvor især direkte transmissioner fra internationale sportsskampe har været i stand til at tiltrække rekordstore publikumsgrupper. Kvantitativt orienterede seerundersøgelser (Wenner & Gantz 1989, Gantz 1981, Bryant & Zillmann 1983) har sammen med tekstanalyser af sportsprogrammers ideologiske tematiseringer (Rowe 1999) hidtil udgjort det væsentligste empiriske grundlag for at forstå tv-sports underholdningsværdi (Wenner 1998)).

Dette delprojekt vil via en empirisk kvalitativ receptionsanalyse undersøge seernes mere 'hverdagslige' motivation og interesse for at se sport på tv. Med udgangspunkt i en spil- og ritualteoretisk optik (Frandsen 1996, Rothenbuhler 1999, Steeg Larsen & Tufte,) vil projektet udforske tv-sportens underholdningsværdi, når mediet dækker sportsbegivenheder, hvor den nationale interesse ikke umiddelbart trænger sig på. Sport betragtes som grundlæggende underholdende i kraft af sportsspillenes uforudsigelighed, men det oplevelsesmæssige udbytte kan ikke udelukkende forstås som et resultat af kampen og tvs tekstlige repræsentation af spillet og begivenheden. Netop i forhold til sport har broadcasterne tidligt udviklet meget omfattende hjemmesider, som profilerer kanalens eksklusive retigheder og tilbyder en række supplerende kommunikative tjenester til publikum. Projektet tager afsæt i en hypotese om, at tv-sportens underholdningsværdi skal ses i et bredere socialt perspektiv, idet tv-programmerne udgør ryggraden i forskellige kulturelt og kønnede fællesskaber, hvor både faktuel, æstetisk og social viden opdateres, stimuleres og udvikles såvel gennem seeringen og brug af andre medier, som gennem en række sociale og kulturelle praksisser knyttet til eller afledt af heraf. Disse vil projektet søge at belyse gennem receptionsstudier af tvs dækning af henholdsvis dansk håndbold og dansk fodbold, som seermæssigt har forskelligt gennemslag.

Fankulturer og Melodi Grand Prix – et studie i populærkulturel ekspertviden

V. Anne Jerslev

Melodi Grand Prix er et af de mest populære, længst varende og mest traditionsrige underholdningspro-

grammer i dansk tv's historie. Og det er et af de ældste 'interaktive' tv-programmer (telefonafstemninger), en interaktivitet der i de sidste år er blevet udvidet til også at omfatte officielle og uofficielle hjemmesider og en livlig udveksling af synspunkter på nettet – i snart et halvt årti har tv-stationernes hjemmesider bidraget til at konstruere Melodi Grand Prix som en cross-media event. Debatten på nettet viser, at der eksisterer en omfattende faktuel viden om programmet og den show-tradition, det indlejrer sig i, om programmets historiske udvikling (både i en dansk og en europæisk sammenhæng), om danske Grand Prix-slagere og –sangere, om de tilbagevendende kommentatorer (NRK's og BBC's især) og om programmets placering på et populærkulturelt popularitets- og kvalitetsbarometer. Der eksisterer således en række fankulturer omkring programmet (blandt andet organiseret i fanklubber som Eurofans Denmark), der, lige som det gælder for mange andre fankulturer, distingverer sig fra 'almindelige' Melodi Grand Prix-seere omkring detaljeringsgraden i og omfanget af faktuel viden om programmet, og som i kraft af denne viden ser programmet med ekspertøjne karakteriseret ved, at alt i programmerne på den ene side er mageløst og vigtigt, men at alt også er relativt – det aktuelle program er enten bedre eller dårligere end tidligere år.

Forskningen i fans har i det store og hele ikke beskæftiget sig med fankulturer som vidensbanker, hvilket Matt Hills (2002) omfattende gennemgang af hele forskningsfeltet er et tydeligt udtryk for – i hans bog er 'knowledge' alene forskerens viden om sit 'etnografiske' objekt, ikke den specialistviden, fankulturen oparbejder, cirkulerer og diskuterer. Delprojektet vil have fokus på fankulturen som vidensproducent. Igennem et kvalitativt empirisk studie af danske Melodi Grand Prix-fans vil delprojektet nærmere undersøge denne specialiserede, faktuelle, populærkulturelle viden. Et spørgsmål vil være, på hvilken måde denne intertekstuelle viden bliver betydningsfuld i en særlig måde at se show'ene på, et andet er, om fans'enes viden har betydning ud over fankulturen, om eller på hvilken måde Melodi Grand Prix-viden opfattes som en særlig form for kulturel kapital, og hvordan denne slags populærkulturelle ekspertviden indgår i fans'enes bredere opfattelse af, hvad der er nyttig og vigtig viden.

Sofaturisme.

Rejseprogrammets viden om verden

V. Anne Marit Waade

Rejseprogrammet er en hybrid genre, der både er oplysende dokumentarprogram, bekymringsløs hver-

dagsunderholdning samt spekulativ markedsføring. De historiske rødder findes i den etnografiske dokumentarfilm, men også i rejsereportager, rejsehåndbøger, rejsekataloger, reklamer og rejsebeskrivelser. De mange nye rejseprogrammer, der vises i tv, bygger typisk på en tvetydig præmis, og det er denne tvetydighed der netop giver programmets seerfascination og værdi som markeds kommunikation. Min tese er, at rejseprogram er en form for faktuel tv-underholdning der giver seeren en særlig æstetisk-refleksiv viden om den globale verdens geografi og kulturelle forskelle. Denne globale kompetence kan tænkes at omfatte forskellige videns-strategier: et suverænt blik der kan beherske en kompleks verden, et blik på globen som destination i sig selv, et kartografisk blik for steder, et turistificeret blik for seværdigheder, et etnografisk blik for kulturelle forskelle, samt en imaginær hedonistisk praksis relateret til turisme (både fysisk og medieret turisme) som oplevelse og livsstilsmarkør. Projektet omfatter tre faser: a) analyse af udenlandske programmer sendt i dansk tv: *Travel Channel /Pilot Guides, Michael Palin*, b) kortlægning af danske rejseprogram siden monopolbruddet og frem til i dag, samt c) en uddybende analyse af udvalgte danskproducerede og aktuelle rejseprogrammer (f.eks. *Rejsen til paradiset/DR1 2005, På kanten af verden/TV2 2003, Kløvedal i Kina/DR1 2004, I den sorte gryde/DR2 2003*). Med afsæt i en receptionsæstetisk tilgang, vil jeg belyse produktions- og afsenderforhold (prod.selskab, kanal-profilering, reklameintresse) samt programmernes æstetik og henvendelsesformer (f.eks. fremstilling af ”den anden”, rejsemåde og turistattitude, genre, værstens/guidens rolle, audiovisuel æstetik).

’Det gode liv’

– livsstilsprogrammer på dansk tv

V. Christa Lykke Christensen

Delprojektet skal beskæftige sig med tv-programmer på primært de danske public service-kanaler DR og TV2, som beskæftiger sig med bolig, have, mad, forbrug, kroppens udseende og sundhed – under ét betegnet som livsstilsprogrammer. Programmerne er populære og har i flere år haft et betydeligt publikum (gennemsnitlig 800.000. seere) og må betegnes som en seersucces. Denne succes afspejler sig imidlertid ikke i medieforskningen.

Stofområdet har hidtil cirkuleret i ugeblade og magasiner, men det er hensigten at præcisere, hvad der sker med området, når det sættes ind i et tv-format af faktuel underholdende karakter og endvidere suppleres på internettet af tilknyttede webbaserede udgaver. Analysen vil inddrage programmer fra 1995-2005 – en tiårig periode, hvor såvel DR som

TV2 har satset eksplicit på nyudviklingen af dens slags programmer.

Programmernes ide er at være vidensformidlende, og spørgsmålet er, dels hvad det er for en viden, der formidles, dels hvordan denne formidling er sat i scene, og endelig er spørgsmålet, hvilken effekt denne form for vidensformidling har, set fra såvel den enkelte seers perspektiv som i et bredere mentalitetshistorisk perspektiv. For som den særlige type af faktuel underholdning, der har mere eller mindre åbenlyse kommercielle bieffekter, er livsstilsprogrammerne med til både at vedligeholde et ideal om håndværksmæssig mestring af tilværelsen og en såvel æstetisk og kropslig refleksiv som vegeterende, konsumorienteret hedonistisk tilgang til verden.

Projektet skal basere sig på analyser af, hvordan programmerne producerer en særlig stemning af velvære og ubekymrethed – velkendt fra konsumtionsfærens sansestimulerende og nydelsesfulde univers. Endvidere skal programmernes henvendelsesform analyseres med udgangspunkt i programmernes præmis, som er det forjættende løfte om oplevelser, der er forbundet med selve forandringens mulighed. Dette udgangspunkt skabes ikke mindst mellem de tre positioner: programværter, eksperter og seere – et trekantsforhold iscenesat ved hjælp af æstetiske og dramaturgiske virkemidler som kameraføring, klipning og musikalsk akkompagnement.

Delprojektet vil bidrage til den mere overordnede diskussion om mediernes rolle i skabelsen, vedligeholdelsen og udlægningen af centrale former for social og kulturel viden

Information og underholdning i tv-reklamen

V. Jørgen Stigel

Reklame er i sit grundlag en informativ genre. Den vil gøre opmærksom på og informere om forskelle på markedet for produkter og tjenesteydelser. Men den er samtidig en uopfordret henvendelse og dermed på markedet for opmærksomhed. Derfor må den også informere måderne, hvorpå information under disse vilkår er mulig. Informationsdimensionen kan således ikke kan stå alene og ikke er dækkende for feltet. Reklame har i et eller andet omfang altid været forbundet med markedsøg og det spektakulære. Ikke mindst tv-reklamen har lært at spille komedie, opbygge situationer og fortælle historier og i det hele taget lært at spille ind på publikums synssæt på måder, så også selve synssættet informeres. Tv-reklamen har herunder bl.a. udviklet sine egne mini-formater og fortælleuniverser – ligesom den har sine egne hit-lister og publikumsfavoritter.

Tv-reklamen fornyer og genopfinder således hele tiden de måder, hvorpå informationer kan gives. Humor, komik (og ironi) er i den sammenhæng af væsentlig betydning. Tv-reklamen er ydermere begyndt at danne sine helt særegne verdener af fakta og fiktion. Den opbygger mere eller mindre eksotiske særverdener med genkommende – og som hovedregel komiske – figurer og situationer. Karakteristisk sker det i seriekoncepter, som udvikles kontinuert og efter noget der kunne ligne autonome kriterier i henseende til underholdningsværdi.

Hensigten med delprojektet kan opstilles i følgende spørgsmål, som stilles i forhold til de reklametyper, som har et klart dramatisk, underholdende sigte, dvs. typisk tv-reklamens dramaformat:

- 1) Er det muligt at opstille kriterier for eller angive indikatorer på, hvordan tv-reklamens underholdende (humoristiske, komiske mv.) dimensioner kan blandes med de informative, således at et informativt mål eller delmål med stor sandsynlighed nås? Eller omvendt: Er det muligt at angive indikatorer i en sådan blanding, der tilsiger, hvornår underholdningsdimension modvirker informationsdimension. Og samlet i forhold til problemstillingen: I hvilket omfang kan generelle erfaringer fra drama, f.eks. komedie appliceres på feltet?
- 2) Tv-reklame er kortfattet og er i sine kortformer tæt på vits og anekdote. Den spiller ind på publikums forhåndsviden om typiske situationer og andre former for stereotyper. Derfor: Er det muligt at opstille kriterier eller angive indikatorer på de kontekstualiseringer og de situationelle forudantagelser, som kan gøre sig gældende?

Delprojektet vil arbejde ud fra et sample af tv-reklame fra 1995-2005. Dette sample vil bl.a. blive styret af de to målinger af tv-reklamens effekt i henseende til en række centrale informations-parametre, som offentliggøres i fagbladet Markedsføring, henholdsvis i dagbladet Børsens MedieMarked. Resultater baseret på kvalitativ indholdsanalyse sammenlignes med resultater fra kvantitative effektundersøgelser med henblik på mulige indikatorer i relation til 1) og 2) ovenfor.

Literature

- Agger, Gunhild (2005) *Dansk tv-drama. Arvesølv og underholdning*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Alden, Dana L. & W.D. Hoyer (1993) 'An Examination of Cognitive Factors Related to Humorousness in Television Advertising', *Journal of Advertising* XXII (2).
- Alden, Dana L., A. Mukherjee & W.D. Hoyer (2000) 'The Effects of Incongruity, Surprise and Positive Mode-

Latterfællesskaber? Dansk tv-satire 1968 til 2005

V. Hanne Bruun

Siden begyndelsen af 1990'erne har tv-satiren gennemgået en intensiv genreudvikling og er i tæt samspil med internet blevet et middel i en stigende målgruppeorientering af dansk public service tv's underholdning (Bruun, 2005a). Tv-satire har dog været en del af dansk tv's underholdningstilbud siden 1968, hvor satiren var public service tv's forsøg på at tilbyde underholdning til hele befolkningen, men i form af et kritisk, evaluerende udspil til politisk, social og nationalkulturel selvrefleksion (Bruun 2005b, Hutcheon 1985, Larsen 2001).

Formålet med projektet er således en historisk kortlægning og analyse af tv-satires udvikling som underholdningsgenre i et tekstproduktionsorienteret og tværmedialt perspektiv. Hensigten er at udføre et grundforskningsarbejde på området, og tesen er, at dansk tv-satires evne til at muliggøre samfundsmæssig selvrefleksion såvel som målgruppeorientering forudsætter mere og mere omfattende og detaljerede former for fælles viden hos producenter såvel som seere (Schwind 1988). Det er kontekstuel viden af såvel politisk som sociokulturel art, der bl.a. etableres af medierne selv (Meyrowitz 1985, Scannell 1996). Men samtidig er tv-satiren i sig selv en vedligeholder og skaber af mediekulturel viden i form af en gen-tradition med normer for den satiriske bearbejdning, som aktuelt understøttes, udvikles og forstærkes af internetbaserede faciliteter. Udviklingen fra 1968 og frem aktualiserer dermed spørgsmålet om, hvordan tv-satirens socialt integrerende og udgrænsende potentialer former sig og dermed arten af de diskursive fællesskaber (Hutcheon 1994). Desuden aktualiserer udviklingen det mere overordnede spørgsmål om public service tv's underholdningstilbuds profil i sammenligning med tv-systemer, der er kommercielt dominerede. Projektet planlægger derfor at inddrage et komparativt studie af traditionen for satire i amerikansk tv.

rators on Perceived Humor in Television', *Journal of Advertising* XXIX (2).

- Andersen, Lars Pynt (2004) *The Rhetorical Strategies of Danish TV Advertising*, Doctoral School of Marketing, CBS.
- Appadurai, A. (ed.) (1986) *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge: Cambridge U.P.

Projektperiode:

01.08.2006 – 31.07.2009

Finansiering:

Projektet har fået støtte fra Forskningsrådet for Kultur og Kommunikation med 3.6 millioner kroner, og er desuden finansieret af de respektive humanistiske fakulteter på Aarhus Universitet, Københavns Universitet og Aalborg Universitet.

Projektledeelse:

Kirsten Frandsen, Ph.D, lektor på Institut for Informations- og medievidenskab, Aarhus Universitet

Projektdeltagere:

Hanne Bruun, Ph.D og lektor på Institut for Informations- og medievidenskab, Aarhus Universitet

Anne Marit Waade, Ph.D og adjunkt på Institut for Informations- og medievidenskab, Aarhus Universitet

Jørgen Stigel, cand. phil og lektor på Institut for Kommunikation, Aalborg Universitet

Anne Jerslev, Ph.D og lektor på Institut for Medier, Erkendelse og Formidling, Københavns Universitet

Christa Lykke Christensen, Ph.D, lektor på Institut for Medier, Erkendelse og Formidling, Københavns Universitet

www.tvunderholdning.au.dk

- Augé, Marc (2000) *Non-places Introduction to an Anthropology of Supermodernity*. Verso, London.
- Bakhtin, Mikhail (1965/2001) *Karneval og latterkultur*. Frederiksberg: Det lille Forlag.
- Berger, Arthur Asa (1996) 'The Politics of Laughter', in Paton, G., Powell, C. og Wagg, S. (red.) *The Social Faces of Humour*. Aldershot: Arena.
- Biel, Alexander L & C.A. Bridgewater (1990) 'Attributes of Likeable Television Commercials', *Journal of Advertising Research* 30 (3 June/July).
- Bondebjerg, Ib (2002) 'The Mediation of Everyday Life: Spectacle, Discourse and Genre in Reality-TV', i Anne Jerslev (ed) *Realism and 'Reality' in Film and TV. Northern Lights. Film and Media Studies Yearbook*. Københavns Universitet..
- Bondebjerg, Ib (1994) 'Narratives of Reality. Documentary Film and Television in a Cognitive and Pragmatic Perspective', *Nordicom Review*, nr. 1, p. 65-87.
- Bondebjerg, Ib (2000) Public Discourse/Private Fascination. Hybridization in 'True Life Story Genres on tv, in Newcomb, H.: *Television the Critical View*. Oxford University press, p. 383-401 (6th ed.)
- Brunsdon, Johnsen, Moseley & Wheatley (2001) 'Factual Entertainment on British television', *Cultural Studies* vol4(1)/2001, Sage.
- Bruun, Hanne (2005a) 'Public Service and Entertainment', in Lowe, G. and Jauert, Per (red.) *The Dilemmas in Public Service Broadcasting*. Göteborg: Nordicom.
- Bruun, Hanne (2005b) 'Tv-underholdning', in Stig Hjarvard (red.) *Dansk tv-historie 1951-2001*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Bruun, Hanne (2004) *Daytime Talkshows i Danmark*. Århus: Modtryk.
- Bruun, Hanne (1999) *Talkshowet. Portræt af en tv-genre*. København Borgens Forlag.
- Bærenholdt, Haldrup, Larsen & Urry (2004) 'Consuming Tourist Places', in *Performing Tourist Places*. Aldershot: Ashgate.
- Cafferata, Patricia & A. Tybout (eds.) (1989) *Cognitive and Affective Responses to Advertising*. Lexington, Mass: Lexington Books.
- Carlsen, John og Kirsten Frandsen (2005) *Nytte og livsstilsprogrammer på dansk tv*. Århus: Aarhus Universitet, Center for Kulturforskning (Arbejdsrapporter 133:05)
- Chung, Hwiman & X. Zhao (2003) 'Humour Effect on Memory and Attitude: Moderating Role of Product Involvement', *International Journal of Advertising* 22 (1).
- Clifford, James (1997) *Routes – Travel and Translation in the Late Twentieth Century*. Harvard University Press.
- Cosgrove, Denis (1999) 'Mapping Meaning', in Denis Cosgrove (red.) *Mappings*. London: Reaktion Books.
- Craik, Jennifer (1997) 'The Culture of Tourism', in Chris Rojek & John Urry: *Touring Cultures*, Routledge, p. 113-136.
- Crisell, Andrew (1991) 'Filth, Seduction and Baspheymy. The Rise and Fall of Satire', in Corner, John (red.) *Popular Television in Britain*. London: BFI Publishing.

- Dayan, Daniel & Elihu Katz (1992) *Media Events*, Harvard University Press.
- DR Årbog 1968-69.
- Falk, P. (1994) *The Consuming Body*. London: Sage.
- Frandsen, Kirsten (1996) *Dansk sportsjournalistik. Fra sport til publikum*. Danmarks Journalisthøjskole, Århus. (DJH-Rapport).
- Frandsen, Kirsten (1997) *Sport i Århus Stiftstidende – en læserundersøgelse*. (64 s.) Læserrapport, Institut for Informations- og Medievidenskab, Aarhus Universitet.
- Friedberg, A. (1993) *Window Shopping. Cinema and the Post-modern*. Berkeley: University of California Press.
- Gantz, Walther & Lawrence Wenner (1989) 'The Audience Experience with Sports', in Wenner, L.A.: *Media Sports & Society*. Newbury Park, Calif.: Sage.
- Gallups tv-meter database 1992-2005.
- Hannerz, Ulf (1990) 'Cosmopolitans and Locals in the World Culture', in Mike Featherstone (ed.) *Global Culture – Nationalism, Globalization and Modernity*. London: Sage Publ.
- Hill Annette (2005) *Reality TV: Audiences and Factual Television*. London: Routledge.
- Hills, Matt (2002) *Fan Cultures*. London: Routledge.
- Hjarvard, Stig (1999) *TV-Nyheder i konkurrence*. København: Samfundslitteratur.
- Holzer, Horst (1973) 'Politik und Unterhaltung in den Massenmedien: Reaktionen des Publikums', in Dieter Prokop (red.) *Massenkommunikationsforschung*, 2.: *Konsumtion*. Fischer, Hamburg.
- Hutcheon, Linda (1985) *A Theory of Parody*. London: Routledge.
- Hutcheon, Linda (1994) *Irony's Edge*. London: Routledge.
- Jansson, André (2002) 'Spatial Phantasmagoria □ The Mediatization of Tourism Experience', *European Journal of Communication*, Vol. 17, Sage.
- Jansson, André (2004) *Globalisering – kommunikation och modernitet*, Studenterlitteratur 2004, kap 5: 'Kommunikation som skådespel'.
- Jantzen, Christian og Østergaard, Per (2005) 'NYD DET! NYD DET! Den moderne hedonisme og dens mentalitetshistoriske forudsætninger'. Aalborg Universitet (arbejdsrapport).
- Jantzen, Christian & J. Stigel (1995) *Reklamen i dansk landsdækkende TV*. København: Medieudvalget.
- Jenkins, Henry (1992) *Textual Poachers*. London & New York: Routledge.
- Jensen, Johan Fjord (1981) *Efter Guldalderkonstruktionens Sammenbrud Bind II, Mytekritik*. Århus: Modtryk.
- Jepsen, Nanna (2004) 'Kort og kortlægninger', *Kulturo, Tidskrift for Moderne Kultur*, no. 19/2004, Københavns Universitet.
- Jerslev, Anne (2004) *Vi ses på tv*. Oslo: Gyldendal.
- Meyrowitz, Joshua (1985) *No Sense of Place*. Oxford: Oxford University Press.
- Kloepfer, Rolf & H. Landbeck (1991) *Ästhetik der Werbung. Der Fernsehspot in Europa als Symptom neuer Macht*. Fischer Taschenbuch Verlag; Frankfurt a. M..
- Knudsen, Eva Marie (1998) *Programkvalitet I*. Sport. Kultur. Underholdning, DR, København.
- Knudsen, Eva Maria (red.) (1999) *Programkvalitet II*, DR, København.
- Larsen, Jonas (2001) 'Tourism Mobilities and The travel Glance: Experiences of being on the Move', *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, Vol. 1, No. 2, Taylor and Francis.
- Larsen, Jonas (2004) *Performing Tourist Photography*, ph.d.afhandling, RUC.
- Larsen, Jonas (2004) 'Photographing Attractions + Memory Work' in Jonas Larsen, John Urry m.fl.: *Performing Tourist Places*, Routledge.
- Larsen, Leif Ove (2001) 'Respektløs moro? Satire og Parodi i 1960-årenes tv-komedie' in *Norsk Medietidsskrift* nr. 1, 2001..
- Laskey, Henry A., R.J. Fox & M.R. Crask (1995) 'The Relationship Between Advertising Message Strategy and Television Commercial Effectiveness', *Journal of Advertising Research* (March/April).
- Löfgren, Orvar (1999) *On Holiday*, University of California Press.
- McCracken, G. (1988) *Culture and Consumption*. Bloomington: Indiana U.P.
- McManus, John H (1994) *Marked driven Journalism*, Sage.
- Mortensen Frands m.fl. (1981) *Underholdning i TV*, Nyt Nordisk Forlag Arnold Busck, København.
- Møller, Jørn (1986) *TV-Sport*. Danmarks Radio (Forskningsrapport nr. 3B/86).
- Palmer, Jerry (1994) *Talking Humour Seriously*. London: Routledge.
- Nielsen, Niels Kayser (2004) 'Det politiske, det kulturelle og det sociale folk' set i nordisk sammenhæng', in Møller, Jørn (red.) *Folk – om et grundbegreb i demokrati og kultur. Århus: Klim*.
- Orgeret, Kristin Skare (2002) 'Med gutta på tur; Blikk på verden i TV2's reiseprogram', in Syvertsen, Trine; Enli, Gunn Sara; Østby Sæther, Susanne: (red.) *Et hjem for oss – et hjem for deg? Analyser av TV2 1992-2002*. Ij-forlaget AS.
- Osborne, Peter D. (2000) *Travelling Light: Photography, Travel and Visual Culture*. Manchester University Press.
- Poulsen, Henrik (1993) *It's Showtime – om quiz, tribune og sketch i dansk tv-underholdning*. Gyldendal.
- Ritzer, George (1999) *Enchanting a Disenchanted World. Revolutionizing the Means of Consumption*. London: Pine Forge Press.
- Rothenbuhler, Eric W. (1998) *Ritual Communication. From Everyday Conversation to Mediated Ceremony*. Sage.
- Rowe, David (1999) *Sport, Culture and the Media*. Open University Press.
- Scannell, Paddy (1996) *Radio, Television and Modern Life*. Oxford: Blackwell.
- Schulze, Gerhard (1992) *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*. Frankfurt: Campus.
- Schwind, Klaus (1988) *Satire in funktionalen Kontexten*. Tübingen: Gunter Narr Verlag.
- Sparre, Kirsten og Kabel, Lars (2001) *Den glade journalistik. Om mediernes dækning af de kendte* Århus: Ajour Danmarks Journalisthøjskole.
- Stigel, Jørgen (2001) 'The Aesthetics of Danish TV-spot-commercials. A Study of Danish TV Commercials in

- the 1990'ies', in Hansen, Flemming & L.Y. Hansen (eds.) *Advertising Research in the Nordic Countries*. København: Samfundslitteratur.
- Strange, Niki. (1998) 'Perform, Educate, Entertain: Ingredients of the Cookery Programme Genre, in Geraghty, Christine and Lusted, David (eds.) *The Television Studies Book*. New York.
- Strinati, Dominic and Stephen Wagg (1992) (red.) *Come on Down. Popular Media Culture in Post-War Britain*. London: Routledge.
- Sulkunen, P. et al. (eds.) (1997) *Constructing the New Consumer Society*, Houndsmills: Macmillan.
- Sæbø, Gunnar (2003) *Media, Ritual and the Cultivation of Collective Representation. A Theoretical-Historical Analysis and Critique of the Cultivation Paradigm in Media Studies*. Oslo: University of Oslo, Faculty of Arts (Ph.D dissertation).
- Sørensen, Anders (1999) *Travellers in the Periphery; Backpackers and other Independent Multiple Destinations*. Bornholm: Unit of Tourism Research.
- Urry, John (1990) *The Tourist Gaze – Leisure and travel in Contemporary Societies*, Routledge 1990, p: 1-15 (*The tourist gaze*).
- Waade, Anne Marit (2005) 'Rejseholdets Danmarksbilleder: Om stedets æstetik, kameraets kartografiske turistblik og rejsens forvandling', in: *Passepartout*, Aarhus Universitet
- Waade, Anne Marit (2002) *Teater i en teatraliseret samtidskultur, resepsjonskulturelle mønstre i aktuel scenekunst*, ph.d.-afhandling, Center for Tværfaglige Studier, Aarhus Universitet, (upubliceret).
- Waade, Anne Marit (2000) 'Zapping, Shopping and Sight-seeing: Contemporary Theatre and New Patterns of Reception', in: *International Journal of Cultural Policy Research*, Vol.7 No.2.
- Wagg, Stephen (1992) 'You've had it so silly: The Politics of British Satirical Comedy from *Beyond the Fringe* to *Spitting Image*' in Strinati, Dominic and Stephen Wagg (red.) *Come on Down. Popular Media Culture in Post-War Britain*. London: Routledge
- Wagg, Stephen (1998) (red.) *Because I tell a Joke or Two. Comedy, Politics and Social Difference*. London: Routledge.
- Wenner, Larence A. (1998) *MediaSport*. Routledge, London.
- Whannel, Garry: 'Reading the Sports Media Audience' In Wenner, L.A (ed.) *MediaSport*, Routledge.
- Zillmann, Dolf og Peter Vorderer (2000) (red.) *Media Entertainment. The Psychology of its Appeal*. London: Lawrence Erlbaum.
- Zillmann, Dolf (2000) 'Humor and Comedy' in Zillmann, Dolf og Peter Vorderer (red.) *Media Entertainment. The Psychology of its Appeal*. London: Lawrence Erlbaum.

Recension

Sonia Livingstone (ed.):

Audiences and Publics

When Cultural Engagement Matters for the Public Sphere

Bristol, UK, and Portland, OR: Intellect Books, 2005, 244 p.

ISBN: 978-1-84150-129-1

What is the relationship between audiences and publics? As Sonia Livingstone implies in her introduction to this volume, there has been a tendency to regard them as opposites. She argues, however, that in the wake of the development of media technology publics are becoming increasingly mediated and audiences increasingly diffuse and diverse, no longer contained in the private sphere. It is this observation that, according to her, has prompted the writers of the volume to scrutinize what is taking place at the audience-public interface. As to this theme, however, the contributions to the volume make up a motley collection, because only a few of them are concerned properly with the audience-public relationship. In this review, I concentrate on them.

Of the two terms under scrutiny, the public is particularly ambiguous. In its most inclusive sense, it denotes a whole population; in its most narrow sense, again, a body of people discussing or tackling publicly some problem or issue. In this narrow sense, the public is often defined normatively: in order to qualify as a public people ought to discuss or act rationally and without passions, concentrate on politically significant issues and so on. The view of the public adopted in the volume corresponds more or less to this characterisation.

In her opening article, Sonia Livingstone contrasts two views of audiences and publics – one which opposes them and another which conflates them. For her, both are beset with problems. The view opposing audiences and publics is incapable of taking into account such new phenomena – exemplified by talk shows, internet chats, etc. – that resist traditional categorization “as matters of either audience or public” (p. 19). The view conflating audiences and publics does not make things better, because after all the activities of audi-

ences and publics are different. The solution suggested by Livingstone is to look at the new phenomena as an intermediate realm between audience and public – a realm of “civic culture” as she calls it. For her, this solution prevents the normative concept of the public sphere from encompassing all kinds of “public discourse and participation”, while recognizing the importance of the new ambiguous phenomena as “the heated conversation in a talk show” or “the incipient new social movements mobilizing online” (p. 32).

But why should one cling to a normative concept of the public sphere or the public? As to publics, what is decisive is the form of collective behaviour, in which people engage and which makes them a public in the first place. This also provides a criterion for distinguishing publics from audiences: while publics are actors, engaged in public debate and action, audiences are spectators, observing public debate and action or other things. In all its banality this observation informs us not to think of publics and audiences as fixed groupings but as something people compose when stepping into this or that mode of behaviour. These modes of behaviour are options between which people can fluidly move. As an audience they can draw on the media resources they put into use when acting as publics through the media itself or otherwise.

Defined in this way, the public may appear a catch-all concept. This does not do any harm, however, because one can make within it necessary distinctions. For example, publics fulfilling certain normative criteria may be distinguished from publics not fulfilling them. But is this extended concept of the public applicable to the new phenomena pointed out by Livingstone? Well, that depends. One should note that besides those modes of behaviour that give

rise to audiences and publics there are other modes that give rise to other collectives, such as communities or crowds. In order to get a more pertinent view of the new phenomena, therefore, one ought to pay due attention to the forms of collective behaviour in each different case. This is complicated by the fact that theoretical concepts like the public, the community and so on are ideal-typical, pure constructs while empirical collectives tend to be impure, shifting mixtures of characteristics indicating different theoretical constructs. All this shows that the new phenomena brought together under the concept of “civic culture” by Livingstone need sorely further analysis and specification.

When the defining characteristic of the public is the engagement in public debates and actions, an additional problem is what kind of utterances and acts qualify as contributions to public or civic activity. Dominique Mehl’s article provides certain points of view concerning this problem. In her analysis of television programmes, which invite ordinary people to recount or exhibit their personal life, she concludes that such an elevation of the private into the public sphere is transforming that sphere into one of (private) exhibition. In her view, this “has enormous consequences for the way the public debate is conducted” (p. 92). In the programmes, people do not debate using intellectual arguments but express feelings and disclose private, often unusual experiences without putting these experiences into wider contexts.

Mehl’s description of the manner people are interacting in such programmes sounds pertinent. On the other hand, does this manner really change the way the public debate is carried on? Insofar as the discussion moves on a personal level without transgressing the participants’ own life circles, it is not public discourse about some issue having a wider scope, but simply private conversation in public. Its mode of conduct has no inherent power to transform that of a proper public debate. What it can do, however, is to push the actual public debates to the margins of the public sphere. On the other hand, even if the discussion in programmes like those analysed by Mehl would predominantly move on a personal level, the participants may occasionally take up in their utterances more wide reaching points of view. Through such utterances they would contribute to some public discourse and join temporarily the public conducting it.

Yet if the discussion remains predominantly on a personal level, such occasional contributions to public discourses do not transform the discussing body of people itself into a public. But if people carrying

on a discussion publicly on television do not constitute a public, what do they compose? This can be answered only by analysing the mode of collective behaviour manifested by their interaction. As this interaction is, for Mehl, a compound of expressions of feelings, personal confessions and disclosures of private experiences and fortunes, the discussing bodies of people come near to what has been called an expressive crowd. One must keep in mind, however, that empirical collectives are theoretically impure and hard to locate unambiguously.

While the relationship between audiences and publics is quite problematic for Livingstone and Mehl, for Daniel Dayan it is more straightforward. In his article, he sees audiences as aggregates of individual spectators having no social bonds between them. A public, in contrast, is “a coherent entity whose nature is collective; an *ensemble*, characterised by shared sociability, shared identity and a sense of that identity” (p. 46). Publics are quite often constituted in response to some problem, which they attempt to solve. Regardless of the clear difference that Dayan makes between audiences and publics, he does not see them as fixed entities but as options between which people move. Members of an established public make up an audience when they pay attention to what the media tell about things important to them. On the other hand, there are many times when publics begin to sprout among the audiences when spectators react to grievances disclosed by the media.

What makes Dayan’s contribution particularly valuable is that he notices the existence of other kinds of collectives besides publics and compares publics with them. Yet this does not prevent him regarding publics as too coherent bodies of people – in fact, he draws them near to communities. Contrary to what he implies, people contributing to a public discourse or action do not necessarily share a homogenous identity. What, indeed, would a shared identity be, if people composing a public are in disagreement with each other – if, for example, the state of affairs that has aroused the debate is defined as a problem by some but as a non-problem by others and if those regarding it as a problem advocate very different solutions to it? This is the case more often than not. Neither are publics such stable formations as Dayan implies them to be, but their composition is continually shifting, because most people do not stay in them but come and go. If a public begins to stabilize, it loses its nature as a public and is transformed into a movement, a community or something else.

Kirsten Drotner analyses the relationship between audiences and publics from the point of view of the mobile media. Her main argument is that these new

media “challenge our received notions of what constitutes audiences and publics” (p. 201). She is, of course, right if she means by that, for example, that it is not the same thing to receive public messages from the radio or television than to read a private text message on one’s own mobile phone. The basic setting, however, has not changed: in both cases, you are at the receiving end of the communication chain. That you can reply and do this immediately in the latter case is no novelty either. The only novelty seems to be that you can receive messages and reply to them when you are moving in public places or elsewhere. This is a change, indeed, but hardly a revolutionary one.

As to publics, Drotner pays specific attention to the fact that mobile media “have eased the rapid mobilization of large-scale protests” (p. 200). A protest is, of course, a visible and momentous utterance in the public debate that the protested state of affairs has brought forth. Yet the easing of mobilization does not change the basic parameters of protesting. Drotner notes further that mobile media affect the mode of the (possible) public discussions conducted with their aid: it becomes very hard, if not impossible, to support one’s views with nuanced argumentation or to practise systematic deliberation. This means that mobile media are not – or at least not for the time being – very qualified for public discussions in the proper sense of the word. In what kind of conditions, then, would such a discussion be carried on through such awkward means? In the end, Drotner is driven to concede “that mobile media do not undermine or

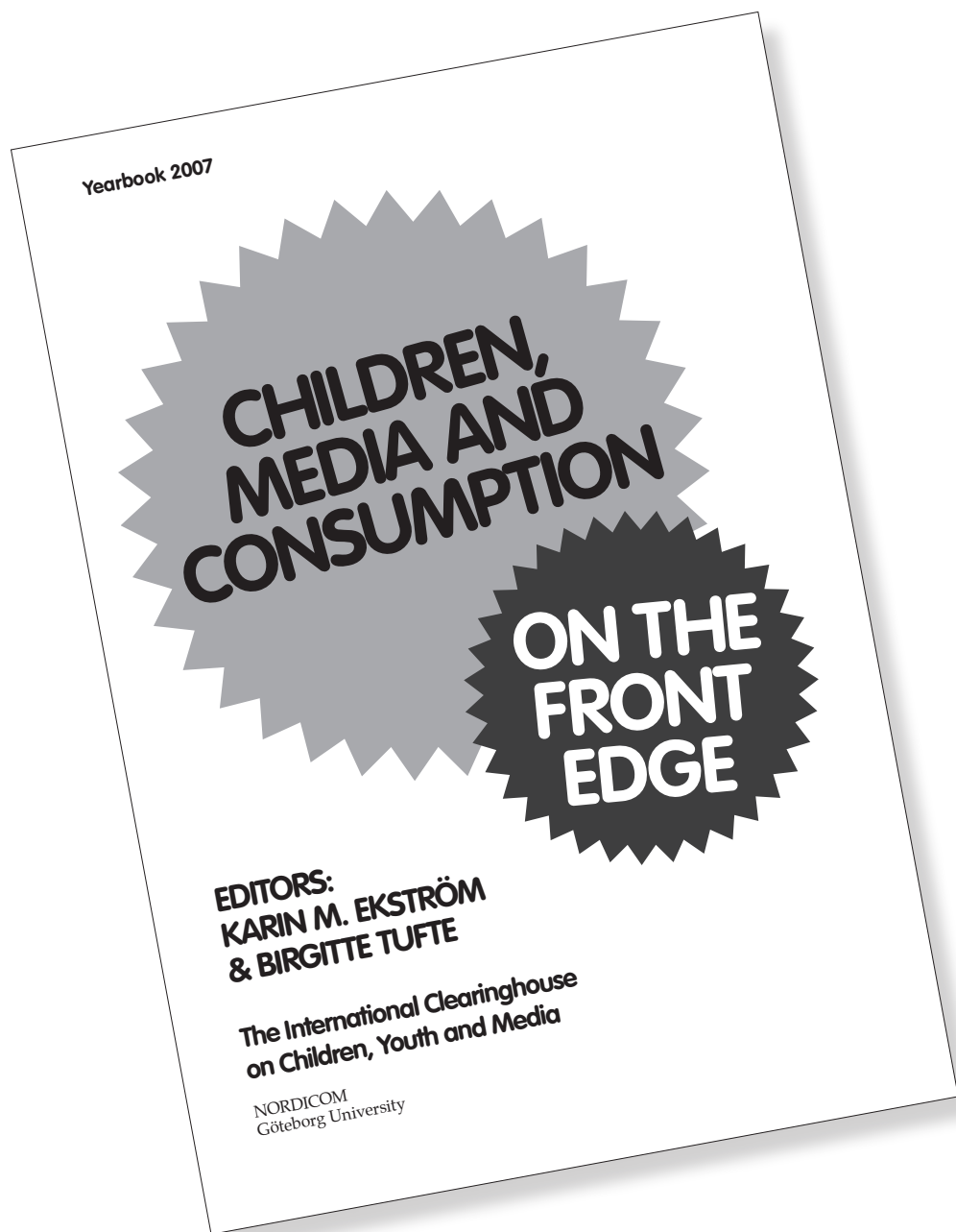
abandon the formation of audiences and publics as we know them; but they serve to make these processes more complex” (p. 202). That may be quite true.

Because the rest of the volume’s articles do not concern properly the relationship between audiences and public, I skip them. What is worth of noting in this context, however, is the appendix of the volume. It contains a sketch of ways in which selected European languages manage the semantic field that is mastered in English with the terms “audience” and “public”. These languages are German, Danish, Greek, Slovenian and French. It is an astonishing thing to note that none of these languages contain an exact counterpart to the English binary division between audiences and publics. Moreover, even if all languages have words to capture the semantic field in question, the languages are still somewhat dissimilar with one another in this respect. The Finnish language, too, has been short of a binary division applicable to this semantic field, but recently there has been an attempt to make things better by inventing a specific term for “public”, which hitherto has been captured with the same word as “audience”. It remains to be seen whether or not this attempt is successful.

Veikko Pietilä
Department of Journalism and
Mass Communication
University of Tampere

Aktuell litteratur

New Book from
The International Clearinghouse on Children, Youth and Media



For more information see:
www.nordicom.gu.se/clearinghouse

Danmark

Dokumentalist: Ditte Laursen

Børn, medier og marked. Om at være barn i et medie- og forbrugersamfund

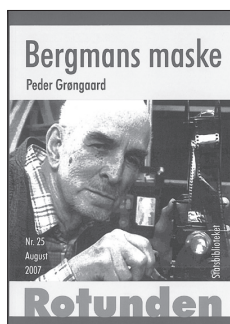
Birgitte Tufte, København, Forlaget Samfundslitteratur, 2007, 98 p.



Børn, medier og marked beskriver, hvordan børns medie- og forbrugersocialisering foregår i dag. Med afsæt i forskningsresultater peger bogen på den kendsgerning, at vi i dag er omgivet af kommercielle budskaber gennem et bredt spektrum af medier fra vi står op til vi går i seng, og at der eksisterer nogle generationsforskelle hvad angår medier og forbrug. Bogen diskuterer, hvordan denne situation skal tackles af dem, der ud fra forskellige vinkler og interesser beskæftiger sig med børn, medier og forbrug.

Bergmans maske

Peder Grøngaard, Aarhus, Statsbiblioteket, 2007, 184 p.



Bergmans maske er en analyse og gennemgang af Ingmar Bergmans kamerspil og deres originale og nyskabende brug af dialog og nærbilleder. Hovedvægten lægges på 'Persona' (1966) som Bergmans absolutte hovedværk, der har sikret ham en plads i filmhistorien som en af de betydeligste og mest indflydelsesrige filminstruktører, helt på linie med instruktører som Jean Renoir, Luis Bunuel, Carl Th. Dreyer, Orson Welles, Federico Fellini og Alfred Hitchcock. Desuden behandles 'Høstsonaten' (1978) og 'Saraband' (2003) – Bergmans sidste film. Bogen belyser endvidere de åbenlyst selvbiografiske træk ved film som 'Persona', 'Høstsonaten' og 'Saraband', dels i forbindelse med Bergmans skildring af kunstnerrollen i sine film, dels i forhold til de mere personlige og private forhold i hans eget liv.

Brands som fortællinger – fortællinger om brands.

Om teenageres konstruktion og forbrug af mærkevarebetydninger

Sophie Esmann Andersen, Aarhus, Aarhus School of Business, 2007, ph.d.-afhandling, 237p.

Denne afhandling opdaterer den klassiske "brand som fortælling"-metafor. I stedet for at fokusere på brand management som strategisk storytelling, hvor et brand sættes lig en fortælling om værdier og identitet, konceptualiserer denne afhandling et brand som netværk af fortællinger, som forbrugeren er medfortæller af. Der sættes med andre ord fokus på, hvad der sker med "brand som fortælling"-metaforen, idet forbrugeren inddrages som medfortæller. Med udgangspunkt i blandt andet postmoderne litterære poetikker, skitseres en udvikling fra den moderne fortællings enhedssøgende forestillinger og alvidende fortællebegreb til den postmoderne, polyfone fortællings fragmenterede værdisæt.

Camera Movement in Narrative Cinema. Towards a Taxonomy of Functions

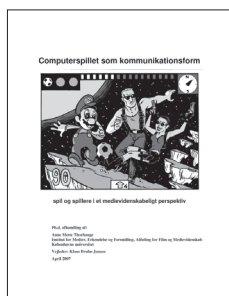
Jakob Isak Nielsen, Aarhus, Institut for informations- og medievidenskab, 2007, 321 p., ph.d.-afhandling.

The dissertation is a work of film research but it recalls an academic tradition that originated in art history and musicology. Just like art historians have focused on e.g. composition or lighting, this dissertation takes a single stylistic parameter as its object of study. Within film studies this localized avenue of middle-level research has become increasingly viable under the aegis of a perspective known as 'the poetics of cinema.' Two branches of research within this perspective are stylistics and historical poetics (stylistic history). Rather than discussing the relationship of cinema to theories of culture, language and psychology, stylistics and historical poetics engage with localized problems of film form. This dissertation takes as its object of study a single stylistic device: camera movement. The thesis takes on three questions in relation to camera movement: the literature on camera movement, the history of camera movement itself within narrative cinema, and a proposal for a functional taxonomy for camera movement in narrative cinema.

Computerspillet som kommunikationsform.

Spil og spillere i et medievidenskabeligt perspektiv

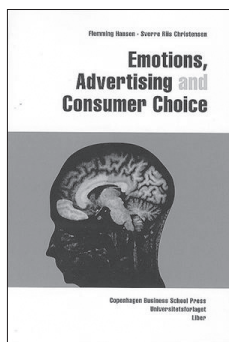
Anne Mette Thorhauge, København, Institut for medier, erkendelse og formidling, 2007, ph.d.-afhandling, 168p. Fuldtekst på <http://ncom.nordicom.gu.se/ncom/>



Computer games are a continuation of traditional games and they are a continuation of mediated fictions too. Thus, they combine the concept of playing with the concept of mediated communication and this turns them into an interesting subject for media-studies. The present thesis conducts two empirical case studies in order to discuss and define the communicational aspects of computer game playing on these grounds.

Emotions, Advertising and Consumer Choice

Flemming Hansen & Sverre Riis Christensen, København, CBS Press, 2007, 462 p.



Does the laundry detergent actually clean? Consumers no longer want to hear about how great the products are when they watch commercials. Today the story and soul of the individual brands are what makes the consumer place the product in the basket. The products are more and more alike and basically there is no real difference between the different brands of laundry detergent and tea. They have more or less the same properties and there are very few bad products on the market today. This is why the consumers' emotions toward the product are much more important than the actual ability of the product.

Interface. Digital kunst og kultur

Søren Pold & Lone Koefoed Hansen (eds.), Aarhus, Aarhus Universitetsforlag, 2007, 204 p.

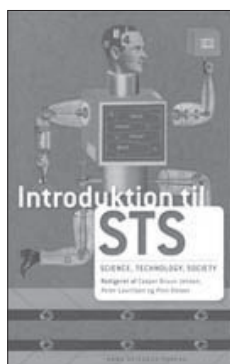


Det er længe siden, computeren var nørdens territorium. Men den er faktisk heller ikke bare et redskab, de fleste bruger som arbejdsredskab eller til opbevaring af familiens digitale billeder. Computeren er krøbet helt ind på livet af os: Den findes i tøj, indgår i kunstværker, telefoner, spilkonsoller og meget andet. Antologien "Interface" sætter spot på mødet mellem menneske og maskine og beskriver, hvordan computeren ikke kun gør livet lettere, men også ændrer os, vores kunst og kultur. Blade Runner og Matrix er blot nogle af de værker, der nævnes i bogens analyser af interfacekunst på tværs af musik, kunst, litteratur og film. Det er en bog for dem, som gerne vil dybere end salgstalen og brugsanvisningen og er interesserede i computerens kunstneriske og kulturelle konsekvenser. Indeholder følgende artikler: Christian Ulrik Andersen: *Interfacet som våben, værktøj og legetøj*

– SAGE, NLS, *Spacewar!* og 60'ernes digitale kultur; Morten Breinbjerg: *Musikkens interfaces*; Lone Koefoed Hansen og Søren Pold: *Introduktion: Det æstetiske interface*. Lone Koefoed Hansen og Jacob Wamberg: *Interface eller interlace?*; Henrik Kaare Nielsen og Søren Pold: *Kulturkamp.com: mellem åbne værker og intellektuel ejendomsret*; Bodil Marie Thomsen: *Real-time interface: om tidlig simultanitet, rumlig transmission og haptiske billeder*; Lars Kiel Bertelsen: *Vindue, Spejl, Skærm: Transparensmetaforik i de 'nye medier'*.

Introduktion til STS. Science, Technology, Society

Casper Bruun Jensen, Peter Lauritsen & Finn Olesen, København, Hans Reitzels Forlag, 2007, 240 p.



Science Technology Society-studier (STS) forsøger at afdække og beskrive de ofte meget brogede relationer mellem mennesker, ting, videnskab, teknologi og organisation. Der er tale om en forholdsvis ny videnskabelig strømning, der går på tværs af en række traditionelle skillelinjer. Fællesnævneren er, at der ikke sættes skarpe skel mellem videnskab, teknologi og samfund. STS-studier bliver således mere og mere aktuelle i en tid, hvor blandt andet it, bioteknologi og nye organisationsformer ændrer vores måde at opfatte verden på.

Journalistik med stil. Fra klassiske nyheder til fortælling

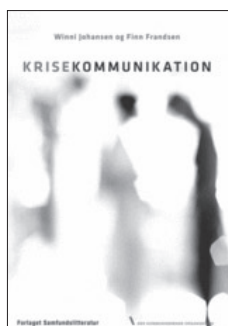
John Chr. Jørgensen, Aarhus, Ajour, 2007, 139 p.



Formålet med bogen er at kortlægge nogle karakteristiske stilmønstre i avis-sproget. Perspektivet er både historisk og aktuelt. Fra en stram akademisk stil til mere mundret sprog over reportagen til New Journalism og vor tids fortællende journalistik. Bogen er en journalistisk stilhistorie og en moderne værktøjskasse for skrivende mennesker.

Krisekommunikation

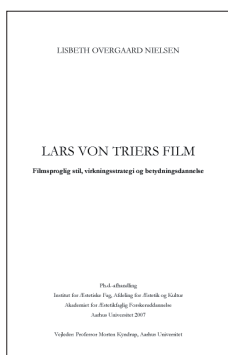
Winni Johansen & Finn Frandsen, København, Roskilde Universitetsforlag, 2007, 388 p.



Bogen bygger på en multidimensionel tilgang og angriber feltet ud fra fem forskellige dimensioner: En sociologisk dimension (risikosamfundet eller risikocivilisationen). En definitorisk og typologisk dimension (Hvad er en krise? Hvilke typer af kriser findes der?). En ledelsesmæssige dimension (strategisk, proaktiv og proces-orienteret kriseledelse). En kommunikativ dimension (krisekommunikation i tekst og kontekst). En (inter)kulturel dimension (Hvilken indflydelse har kulturen på udøvelsen af kriseledelse og krisekommunikation?). Omdrejningspunktet i bogen er en ny model for krisekommunikation kaldet den retoriske arena, der skal indfange den kompleksitet og dynamik, som kendetegner et kriseforløb, og de mange ”stemmer”, som kommunikerer til, med, imod eller forbi hinanden under en krise.

Lars von Triers film. Filmsproglig stil, virkningsstrategi og betydningsdannelse

Lisbeth Overgaard Nielsen, Aarhus, Institut for informations- og medievidenskab, 2007, 298 p., ph.d.-afhandling, fuldtekst på <http://ncom.nordicom.gu.se/ncom/>



One of the main theses of this thesis is that the curious and searching modus of the film language is a primary force in the works, a character trait that along with the experimental form is decisive for the films creation of meaning. The experiment and the searching form are in this context mutually related dimensions, which can be portrayed as being the reason of each other. The filmic experiment brings about a searching, a deliberate ‘experimental’ film language, but this search is at the same time catalyst for the experiment. And almost everything is experimented with in Trier’s cinematic universe, right from the conceptual level to the genres, the form and style to the technical level.

The Mongolian Media Landscape. Sector Analysis

Poul Erik Nielsen, Anke Redl & Dana Ziyasheva, Beijing, UNESCO, 2007, 120 p.

This media sector analysis is based on a mission to Mongolia in September 2006 and includes UNESCO project experiences and consultations with NGOs in Mongolia. The study team has collected and analysed relevant and available written documents and made semi-structured interviews with media-owners, editors, and journalists in central media outlets in Ulaanbaatar and media outlets in all aimags throughout the country, as well as conducting interviews with regulatory institutions, professional media associations, NGOs/civil society groups, and random interviews of citizens about their media use and communication needs.

Moving Media Studies. Remediation Revisited

Heidi Philipsen & Lars Qvortrup (eds.), Frederiksberg, Forlaget Samfundslitteratur, 2007, 213 p.



What is a 'medium'? What is 'communication' and how should it be observed? How should the ideal of 'immediacy' be interpreted? The background for raising these fundamental questions was the publication of the important book *Remediation – Understanding New Media* by Jay Bolter and Richard Grusin in 1999. However, the development within media technologies is moving very fast – often faster than media science is. Consequently, some of the challenging concepts from Bolter and Grusin – like hypermediacy, immediacy and remediation – are asking for revision – or, at least, reconsideration. Moreover, theoretical ideas need to be useful when meeting case studies. Therefore, the purpose of *Moving Media Studies* is to figure out what the outcome is if you try to include the ideas from Bolter and Grusin

in your analysis of different kinds of media. In nine articles – the last one written by Bolter himself – the writers deal with a wide range of different cases and media – from television to computer, film and mobile phone. You can read about films by von Trier and how genealogy is being remediated on the web or how the connection between the Real Madrid and Media is. Contains the following articles: Agerbæk, Lise; Jørgensen, Lotte: *Remediation, edited a look into a remediated production process: a new kind of immediacy?*; Harritz, Pia D.: *The Different Returned Gazes of Cinema: Getting closer to the real*; Kahr-Højland, Anne: *The Mobile Phone as a museum piece?: Mobiles boding for a paradigm shift required in the Learning Museum anno 2007*; Kampmann Walther, Bo: *Real Madrid Club de Fútbol: Reflections on the structural coupling of sports and media*; Marselis, Randi: *Genealogy Remediated: Family memories on the Web*; Philipsen, Heidi: *Remediation in Trier Triologies: An analysis of another kind of creating immediacy*; Philipsen, Heidi; Qvortrup, Lars: *Introduction to "Moving Media Studies – Remediation Revisited"*. Qvortrup, Lars: *Medium, Mediation, Remediation, Immediatication: How do we observe communication?*.

Nye anvendelser af interaktive teknologier i rumligt design.

Situated computing: afsæt i rum, sted & tid

Rune Nielsen, Aarhus, Institut for informations- og medievidenskab, 2007, 292 p., ph.d.-afhandling.

Afhandlingen beskæftiger sig med design af interaktive teknologier, som indgår i fysiske rum, eller som anvendes i udviklingen af rumlige forhold. Afhandlingen fokuserer på Situated Computing dvs. teknologier, som tager udgangspunkt i den verden, som de indgår i. Det er afhandlingens hovedtese at Situated Computing kan bidrage med en række operationelle egenskaber til rumligt design, herunder egenskaber mht. vurdering, indlevelse, tilgængelighed, plastiske egenskaber, eksperimenter, idégenererende aspekter, oplevelsesorienterede muligheder, samt håndtering af erfaringer og samarbejde.

Oplevelsesøkonomi. Vinkler på forbrug

Christian Jantzen & Tove Arendt Rasmussen (eds.), Aalborg, Aalborg Universitetsforlag, 2007, 284 p.



Bogen handler om nye vinkler på forbrug. Oplevelsesøkonomien udfordrer nemlig gængse forestillinger om forbrug ved at gøre nydelse, oplevelse, emotionalitet og engagement til et centralt salgsargument. Der mangler imidlertid teorier der kan forstå og forklare disse aspekter ved forbrug. Det vil bogen råde bod på ved at fokusere på forbrugers egen rolle i frembringelsen af relevante og interessante oplevelser. Indeholder følgende artikler: Andersen, Christian Ulrik: *Produktoplevelse og emotion: Reklamen som transformativ faktor*; Andersen, Christian Ulrik: *Produktoplevelse og emotion: Reklamen som transformativ faktor*; Hansen, Ole Ertløv: Arvidsson, Adam: *Kreativitet og Brand Management i oplevelsesøkonomien*; Hansen, Ole Ertløv: *Engagement, der skaber oplevelser: oplevelser der agerer*; Jantzen, Christian: *Mellem nydelse og skuffelse: Et neurofysiologisk perspektiv på oplevelser*; Jantzen, Christian; Arendt Rasmussen, Tove: *Er oplevelsesøkonomi gammel vin på nye flasker?*; Jantzen, Christian; Arendt Rasmussen, Tove: *Oplevelsesøkonomiens historiske og psykologiske forudsætninger*; Jantzen, Christian; Vetner, Mikael: *Design for en affektiv økonomi*; Jantzen, Christian; Vetner, Mikael: *Oplevelse: Et videnskabeligt glossar – del 2*; Jantzen, Christian; Østergaard, Per: *NYD DET! NYD DET!: Den moderne hedonisme og dens mentalitetshistoriske forudsætninger*; Stigel, Jørgen: *Oplevelse og æstetik*; Sørensen, Jeanne: *Emotioners rolle i forbrugeroplevelser*; Østergaard, Per: *Oplevelsesøkonomi som en del af marketingteoriens historie*.

Oplevelsesøkonomi. Produktion, forbrug, kultur

Jon Sundbo & Jørgen Ole Bærenholdt (eds.), København, Forlaget Samfundslitteratur, 2007, 345 p.



Oplevelsesøkonomi er betegnelsen for en udvikling hen i mod et samfund, hvor de kreative erhverv, kultur og oplevelser spiller en hovedrolle. Oplevelsesøkonomi – produktion, forbrug, kultur gør status over de aktuelle problemstillinger og den nyeste udvikling inden for det ekspanderende oplevelsesøkonomiske felt. Bogen fokuserer på sammenhængene mellem de forskellige dele af oplevelsesøkonomien og diskuterer både de kreative industrier og turisme. Bogen undersøger fænomenet oplevelse, hvordan oplevelser produceres og konsumeres, samt hvordan de indgår i vores hverdag og kultur. Indeholder følgende artikler: Arendt Rasmussen, Tove: *Oplevelsesøkonomien og dens grænser*; Arvidsson, Kjell: *Pladeselskaber i Sverige*:

forretning i forandring?; Bærenholdt m.fl., Jørgen Ole: *Transaktioner: medarbejdere og oplevelser i kulturøkonomien*; Cederholm, Erika Andersson: *At "bare være": ægthed, relationer og intimitet i oplevelsesindustrien*; Darmer, Per; Hansen, Lars Bo: *Ledelse af mennesker i oplevelsesvirksomheder*; Darmer m.fl., Per: *Turisters oplevelser: mellem mobil selvskabelse og campinglivets 'frihed fra oplevelser'*; Fuglsang, Lars: *Flow-miljøer i oplevelse: publikums position i nye innovationsdynamikker*; Hagedorn-Rasmussen, Peter; Sundbo, Jon: *Ledelsesroller i oplevelsesøkonomien: at være eller ikke at være teaterchef, det er spørgsmålet*; Hansen, Kenneth: *Design af oplevelser*; Jantzen, Christian; Vetner, Mikael: *Oplevelsens psykologiske struktur*; Lindkvist, Lars ; Duhlin, Olle: *Ledelsesroller i oplevelsesøkonomien: at være eller ikke at være teaterchef, det er spørgsmålet*; Mossberg, Lena: *At skabe oplevelser ved hjælp af storytelling*; Mykletun, Reidar J. ; Gyimóthy, Szilvia: *Adventure tourism: Den grænseoverskridende leg med risiko*; Stilling Blichfeldt m.fl., Bodil: *Turisters oplevelser: mellem mobil selvskabelse og campinglivets 'frihed fra oplevelser'*; Sundbo, Jon; Bærenholdt, Jørgen Ole: *Den mangfoldige oplevelsesøkonomi*.

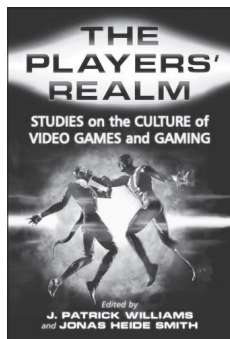
Plakatbevægelsen. En britisk designfront i mellemkrigsårene

Line Hjort Christensen, Aarhus, Institut for æstetiske fag, 251 p., 2007, ph.d.-afhandling.

Spørgsmålet om plakats betydningsdannelse og om kategoriseringen af mediet både som form- og funktionsmæssigt komplekst billede ligger til grund for ph.d.-projektet. Plakaten betragtes som en billedtype karakteriseret ved en grundlæggende forankring i omverdenen, samt ved imaginære egenskaber, visuel kompakthed og særprægede udtryk, hvormed den sætter visuelle normer på prøve og søger at bryde dem. Med fremkomsten af en ny reklameæstetik, der udvikles inden for perioden 1920-1940, og med konsolideringen af grafisk design som professionel disciplin, forstærkes på en gang plakats imaginære og kommercielle art. Det er tesen, at udviklingen frem imod en plakattype, der i stigende grad benytter symbolske og abstrakte træk og eksponerer mediets egen materialitet, både vanskeliggør og udfordrer bestemmelsen af plakaten i de urbane og museologiske sammenhænge, den er en del af.

The Players' Realm. Studies on the Culture of Video Games and Gaming

Jonas Heide Smith & J. Patrick Williams (eds.), Jefferson, N.C, McFarland & Co, 2007, 308 p.



This study sketches some of the various trajectories of digital games in modern Western societies, looking at the growth and persistence of the moral panic that continues to accompany massive public interest in digital games. The book continues with a new phase of games research exemplified by systematic examination of specific aspects of digital games and gaming. Contains the following articles: Heide Smith, Jonas: *Who Governs the Gamers?: Political Power in the Large Game Worlds*; Konzack, Lars: *The rhetorics of video and computer game research*.

Poul Martinsen: Besat af virkelighed.
Fortællinger om en tv-dokumentarist og hans værk

Peter Harms Larsen, København, DR Multimedie, 2007, 736 p.



Poul Martinsen – Besat af virkelighed viser, at Poul Martinsens samlede tv-produktion kan ses som et personligt og originalt ”tv-forfatterskab”. Bogen henvender sig til alle, der har en interesse for tv- og film-dokumentar, og som ønsker at stifte bekendtskab med en legendarisk tv-kunstner, hvis samlede produktion står som et pionerværk inden for tv-dokumentar-genren.

Quizzer og gameshows i tv

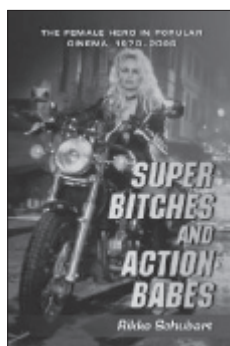
John Mortensen, København, Multivers, 2007, 284 p.



Dette er den første bog på et skandinavisk sprog om quizzer og gameshow. Den ser på genrens udvikling fra de første, der havde et opdragende sigte, frem til de nyeste, der hænger deltagerne ud. Bogen analyserer, hvordan gæsterne præsenteres, hvordan reglerne udtales, hvilke opgaver der stilles, og hvordan vinderne hylides, og tabernes ynkes. Endvidere placeres spil-genren i forhold til de to andre dominerende genrer, fiktion og fakta, og bogen beskriver den fascination, der fra tv's start har været knyttet til disse spil med ord og kroppe.

Super Bitches and Action Babes.
The Female Hero in Popular Cinema, 1970-2006

Rikke Schubart, Jefferson, N.C, McFarland & Co, 2007, 360 p.



With actress Pam Grier's breakthroughs in Coffy and Foxy Brown, women entered action, science fiction, war, westerns and martial arts films – genres that had previously been considered the domain of male protagonists. This ground-breaking cinema, however, was – and still is – viewed with ambivalence. While women were cast in new and exciting roles, they did not always arrive with their femininity intact, often functioning more as a pseudo-male rather than female character. This volume contains an in-depth critical analysis and study of the female hero in popular film from 1970 to 2005. It examines five female archetypes: the dominatrix, the Amazon, the daughter, the mother and the rapeavenger. The entrance of the female into films written by, produced by and made for men is viewed through the lens of feminism and post-feminism arguments. Analyzed works include

the "Alien" films, the Lara Croft franchise, "Charlie's Angels", and television productions such as "Xena: Warrior Princess" and "La Femme Nikita".

Television Format Adaption in a Trans-national Perspective. An Australian and Danish Case Study

Pia Majbritt Jensen, Aarhus, Institut for informations- og medievidenskab, 2007, 329 p., ph.d.-afhandling, fuldtekst på <http://ncom.nordicom.gu.se/ncom/>

Local adaptations of foreign program formats such as Ground Force, The Block, Idol, Dancing with the Stars and Who Wants to be a Millionaire take up an expanding part of Danish as well as international TV schedules. From a media scholarly perspective, these adaptations are interesting because, on the one hand, they are a result of the increasing globalisation of television whilst, on the other, they are often adapted in very different ways in different national markets making them appear extremely localised on the local television screens across the world. The thesis is a trans-national, comparative study of format adaptation in Australia and Denmark, which uncovers how local media systemic conditions have considerable influence on (1) various and significant differences in the extent of format adaptations in the schedules of the two countries and (2) equally important differences between the concrete Australian and Danish adaptations of the four formats Ground Force, The Block, Idol and Nerds FC. Additionally, the thesis explores the role of genre in local format adaptation processes and points to how and why genres such as reality and lifestyle are more common format genres than for example documentaries and drama. The results of the thesis show that media systemic conditions often have a stronger explanatory power when it comes to the differences between the two countries than 'vaguer' cultural concepts such as national mentalities and cultural taste.

Tryk ok for interaktivitet. Følgforskning af TV2/Nord-Digital. Et mediesociologisk brugerspektiv på digitalt interaktivt tv

Thomas Bjørner, Aalborg, Institut for kommunikation, 2007, 342 p., ph.d.-afhandling, fuldtekst på <http://ncom.nordicom.gu.se/ncom/>



Afhandlingen giver nogle indsigter i brugernes mediebrug i forhold til implementering af digitalt terrestrisk TV (DTT), og ser på hvilke fordele og ulemper brugerne mener og oplever de interaktive tjenester har via tv-mediet. Hvem skal f.eks. bestemme i forhold til hvad der skal ses af interaktivt indhold?, og vil digitaliseringen dermed fremme den stigende tendens til at vi ser mere tv hver for sig? Og ønsker seerne overhovedet at være interaktive med deres fjernsyn – og i givet fald om hvad og hvorfor? Baggrunden for afhandlingen er forsøgskanalen TV2/Nord-Digital, der sendte i perioden fra november 2002 til oktober 2004, og var første kanal som udsendte digitalt terrestrisk tv i Danmark. TV-mediet skulle med TV2/Nord-Digital

forsøget blive radikalt forandret, når alle eksisterende og nye medier smeltede sammen til et nyt supermedie, en konvergeret medieboks bestående af halvt PC og halvt TV, en forening af tekst, billeder, lyd, film og video, i en slags digital schweitzerkniv. Sådan gik det imidlertid ikke. Udover mere regionalt fjernsyn og bedre billede/ lyd kvalitet var det dels på grund af teknologiske vanskeligheder og dels manglende analyser af brugernes medieadfærd, primært en slags udvidet tekst-tv der kom til at fungere i TV2/Nord-Digital forsøget. Afhandlingen giver derfor også et svar på hvorfor det er komplekst at indføre ny teknologi i hjemmet, og hvorfor medieforbruget ikke bare lade sig forandre fra den ene dag til den anden.

Træk af avisdebatten om de arbejdsløse fra 1840'erne til 1940'erne. Debatten fra 1907 til 1940'erne

Bent Jensen, København, Rockwool Fondens Forskningsenhed, 2007, 293 p.

Bogen gennemgår den debat, der førtes om de arbejdsløse i de store danske aviser fra 1907, hvor loven om anerkendte arbejdsløshedskasser blev vedtaget i Rigsdagen, og til og med 1945. Endvidere omtaler forfatteren de mere teoretiske opfattelser af arbejdsløshedens væsen, der prægede tidens fortolkning af dette fænomen, der i stigende grad blev anerkendt som et samfundsskabt problem.

Åbne læringsressourcer. Mod en sociokulturel teori om læringsressourcer

Christian Dalsgaard, Aarhus, Institut for informations- og medievidenskab, 2007, 293 p., ph.d.-afhandling, fuldt tekst på <http://ncom.nordicom.gu.se/ncom/>

Afhandlingen behandler spørgsmålet om, hvordan it-baserede læringsressourcer udvikles med udgangspunkt i et læringsteoretisk grundlag. Læringsressourcer forstås som alle typer af ressourcer eller materialer, der anvendes til at understøtte læreprocesser. Formålet med afhandlingen er at opstille et teoretisk begrebsapparat, der kan anvendes til forståelse og udvikling af it-baserede læringsressourcer. Ud fra en sociokulturel teoriretning udvikler afhandlingen først en forståelse af læring og læringsressourcer. På baggrund heraf opstilles dernæst en model for udvikling og anvendelse af læringsressourcer, og endelig vurderes en række konkrete it-baserede værktøjer ud fra modellen med henblik på at afdække potentialer, der kan danne udgangspunkt for udvikling af it-baserede læringsressourcer. Afhandlingen argumenterer for udvikling af åbne læringsressourcer, der ikke definerer, hvad de studerende skal lære, eller hvordan de skal lære, men i stedet understøtter forskellige aktiviteter. Som konsekvens af denne forståelse foreslår afhandlingen et fokusskifte inden for udvikling af læringsressourcer. I stedet for at udvikle læringsressourcer, der strukturerer et bestemt fagligt indhold og fastlægger de studerendes læringsforløb, skal læringsressourcer understøtte, at studerende selvstændigt kan tage dem i brug i relation til forskellige problemstillinger. Konsekvensen er, at det ikke kan defineres i læringsressourcen, hvordan den studerende skal anvende den. Afhandlingen behandler den udfordring, der ligger i at udvikle læringsressourcer uden at vide, hvordan studerende tager dem i brug.

Annan ny litteratur

Laursen, Ditte: *Smash – information og rådgivning om hash til unge via sms*, Vestsjællands amts misbrugscenter og Frederiksbergs kommunes rådgivningscenter, 2007, 78 p.

Artikler

Agger, Gunhild: Den dobbelte referenceramme: kronprinsessan på dansk og svensk. *MedieKultur* (2007)42/43, pp. 15-24.

Bang, Jørgen: Short narrative advertising and cultural heritage: new options for cultural study research via digitalisation. *p.o.v* (2007)23, pp. 5-19.

Bang, Jørgen; Dalsgaard, Christian; Kjær, Arne: Beyond blended learning!: undiscovered potentials for e-learning in organizational learning. *E-learningpapers* (2007).

Christensen, Lars Thøger; Pynt Andersen, Lars; Marcussen, Maria: Being Montana: et signalement af vor tids virksomhedskommunikation. *MedieKultur* (2007)42/43, pp. 102-116.

From, Unni: Forbruger- og livsstilsjournalistik: en analyse af nytte og nydelse i journalistikken. *MedieKultur* (2007)42/43, pp. 35-45.

Jacobsen Turner, David: Haram, masala og brede fælge: en komparativ analyse af journalistiske fortællinger om minoriteters identitet. *Journalistica* (2007)4, pp. 93-109.

Johansen, Stine Liv; Graakjær, Nicolai Jørgensgaard: The sound of children's television: or why it makes sense to watch television facing away from the screen. *p.o.v* (2007)23, pp. 41-65.

Kau, Edvin: A media-industrial complex: dimensions of Danish commercials. *p.o.v* (2007)23, pp. 20-40.

- Kjær Larsen, Erik: Hvordan vil journalistikkens rolle ændre sig som følge af borgerjournalistikken?. *Journalistica* (2007)4, pp. 55-67.
- Klitgaard Povlsen, Karen: Smag, livsstil og madmagasiner. *MedieKultur* (2007)42/43, pp. 46-53.
- Larsen, Malene Charlotte: Buzzwords, trends og fremtidens e-læring. *Nyhedsbrev fra Netværket IKT og Læring* (2007)2, pp. 1-6.
- Laursen, Ditte: Næde han bussen?: sammenhængende kommunikationsforløb mellem unge via mobiltelefonen. *MedieKultur* (2007)42/43, pp. 54-63.
- Laustsen, Carsten Bagge: Med kameraet som våben: om billederne fra Abu Ghraib. *Politica* (2007)2, pp. 187-209.
- Løftager, Jørn: Demokratisk journalistik mellem politisk magt og afmagt. *Journalistica* (2007)4, pp. 33-54.
- Løvind, Simon: Maskinen uden egenskaber: forestillinger om forgængelighed i analoge og digitale medier. In: Brackman, Yvette (red.): *Digitale forbindelser: en antologi*. København, Det Kongelige Danske Kunstakademi, 2007, pp. 157-171.
- Michelsen, Anders: The fact of would-be worlds: comments on black shoals art project. In: Brackman, Yvette (red.): *Digitale forbindelser: en antologi*. København, Det Kongelige Danske Kunstakademi, 2007, pp. 173-185.
- Mogensen, Kirsten: How U.S. Journalists talk about objectivity in 9/11 coverage. In Pludowski, Tomasz (ed.): *How the world's news media reacted to 9/11*, Spokane, Washington, Marquette Books LLC, 2007, pp. 301-318.
- Nielsen, Martin: Die -tainment-Welle – unaufhalt-same Unterhaltung?: Aspekte des Advertainment in der Informationsgesellschaft. In: Pludowski, Tomasz (ed.): *Das Vergnügen in und an den Medien: Interdisziplinäre Perspektiven*. Frankfurt am Main, *Bonner Beiträge zur Medienwissenschaft*, no. 6, 2007, pp. 67-84.
- Nørgaard Kristensen, Nete; Ørsten, Mark: Danish media at war: the Danish media coverage of the invasion of Iraq 2003. *Journalism* 8(2007), pp. 323-343.
- Raskin, Richard: Kitchen counter: a case study of a recent Danish tv commercial. *p.o.v* (2007)23, pp. 91-108.
- Raskin, Richard: storytelling and promotional properties of the Audi ad, Tracks. *p.o.v* (2007)23, pp. 109-122.
- Ravn Olesen, Birgitte; Jensen, Mark; Blom, Tine; Andersen, Nina Skråk i forebyggelseskampagner: stærkt virkemiddel eller skråplan?. *MedieKultur* (2007)42/43, pp. 74-85.
- Waade, Anne Marit: Imagining paradise: image schemata and affective participation in commercials as exemplified by Barcardi and The Danish National Lottery. *p.o.v* (2007)23, pp. 66-90.
- Waade, Anne Marit: Kys dine vinger: street art som uofficiel kunst i byens rum. In: Hedegaard, Marianne (red.): *Graffiti som engagement*. Aarhus, Klim, 2007, pp. 117-131.
- Waade, Anne Marit; From, Unni: Smagfulde fremstillinger: oplevelsesmatricer i mad- og rejselivsjournalistik. *Journalistica* (2007)4, pp. 68-92.
- Ørsten, Mark: Journalistikkens rolle i netværkssamfundet. *Journalistica* (2007)4, pp. 5-21.

Finland

Dokumentalist: Eija Poteri

Välittämisen tilassa. Feminististä mediatutkimusta synnyttämässä [In the state of mediation: how feminist media research gained ground in Finland]

Irma Kaarina Halonen, Iris Ruoho, Tarja Savolainen & Henrika Zilliacus-Tikkanen, Jyväskylä, Minerva, 2007, 281 p. (SoPhi,104).

Authors, four Finnish feminist media researchers think back how feminist media research has gained the ground in Finland, it now has. The authors started their research careers in the 1970s and 1980s in Tampere and in Helsinki and they defended their doctoral theses in the 1990s and 2000s. Personal memories and theoretical discussion vary in the articles. All the authors have also chosen a couple of older articles into the anthology. In the end, Liisa Husu outlines the history of women studies in Finland in general.

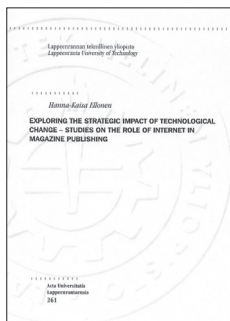


The articles are the following: Henrika Zilliacus-Tikkanen: *Nordiska influenser och en pragmatisk infallsvinkel; Kvinnor och män i nyheterna: en undersökning av Rundradions svenska nyhetsredaktioner Aktuellt och TV-Nytt; Möjligheter och hinder för en kvinnlig journalistik; Vem var redaktör för Om konsten att rätt behaga?*. Irma Kaarina Halonen (in Finnish): *Woman entered mass communication research; Women, publicity and journalism; Women and the public sphere: Western news standards and women as non-news; Mama, Mama: my hand is gone: the images of women in war news reporting*. Tarja Savolainen (in Finnish): *I wanted to defend women: as a radical feminist in academia and in women's movement; Woman is the second on television, too: on equality in television programmes; On the methodology of radio studies: how to approach muteness and the routines of radio journalism?; Women, news and feminisms*. Iris Ruoho (in Finnish): *Me as a feminist and as a researcher; The problems of women's standpoint; Feminist critique of soap operas: from the connection between womanhood and soaps to the politicization of difference; The oppression nostalgia of a media narcissist or the politicization of feminism?* Liisa Husu (in Finnish): *Neither victims nor heroes: feminist media researchers in the structures and practices of a research field*.

Woman entered mass communication research; Women, publicity and journalism; Women and the public sphere: Western news standards and women as non-news; Mama, Mama: my hand is gone: the images of women in war news reporting. Tarja Savolainen (in Finnish): *I wanted to defend women: as a radical feminist in academia and in women's movement; Woman is the second on television, too: on equality in television programmes; On the methodology of radio studies: how to approach muteness and the routines of radio journalism?; Women, news and feminisms*. Iris Ruoho (in Finnish): *Me as a feminist and as a researcher; The problems of women's standpoint; Feminist critique of soap operas: from the connection between womanhood and soaps to the politicization of difference; The oppression nostalgia of a media narcissist or the politicization of feminism?* Liisa Husu (in Finnish): *Neither victims nor heroes: feminist media researchers in the structures and practices of a research field*.

Exploring the Strategic Impact of Technological Change. Studies on the Role of Internet in Magazine Publishing

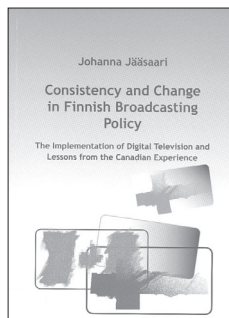
Hanna-Kaisa Ellonen, Lappeenranta, Lappeenranta University of Technology, 2007, 233 p., Doctoral thesis.



The study examines how the Internet impacts magazine publishing. The work presents a multilevel analysis on the role of impact of the Internet on magazine products, companies and industry. The study is founded on strategic management, technology management and media economics literature. The study consist of two parts: the first part introduces the research topic and discusses the results, the second part comprises five research articles.

Consistency and Change in Finnish Broadcasting Policy. The Implementation of Digital Television and Lessons from the Canadian Experience

Johanna Jääsaari, Åbo/Turku, Åbo Akademi University Press, 2007, 223 p., Doctoral thesis.



During the 1990s the Finnish television system transformed from a distinct and unique national system into one increasingly characterized by commercialization and foreign influence. The study seeks to understand this transformation in terms of marketization by analyzing it through a series of policy processes. In broad terms the study addresses the problem of institutional change in the context of globalization connected to technological and economic convergence. The main empirical research question is how the structural and regulative frameworks, values and assumptions governing Finnish broadcasting were transformed during the 1990s. A focus is on the digitalization of television. The Finnish case is also linked to the wider developments taking shape in the relationship between the state and its institutions of broadcasting in different countries. To accomplish this, Finnish broadcasting policy-making is contrasted to the solutions conceived in Canada, a country that has often been among the first to embrace technological change in the media and communication field.

Also available at the Internet: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-765-357-2>.

Innovation, Journalism and Future

Erkki Kauhanen & Elina Noppari, Helsinki, Tekes, 2007, 92 p. (Technology report, 200/2007).



The study is the final report of the research project Innovation journalism in Finland, 2005-2006, financed by Tekes and carried out in the Journalism Research and Development Centre at the University of Tampere. The state of innovation reporting in Finland was explored and the concept of innovation journalism was analysed and developed. The research data was gathered from several major newspapers and from magazines and from two television channels in 2006. A series of research interviews was conducted with journalists and innovation entrepreneurs and other people in young innovative companies. The data was subjected to quantitative and qualitative content analysis.

Also available at the Internet: http://www.tekes.fi/julkaisut/innovation_journalism_and_future.pdf.

Lapset, media ja symbolinen vuorovaikutus. Suomalaisten, englantilaisten ja saksalaisten lasten mediasuhteen tarkastelua [Children, media and symbolic interactionism: outlines of Finnish, British and German children's media relationships]

Raisa Koivusalo-Kuusivaara, 2007, Helsingin yliopisto, 2007, 269 p., (Viestinnän laitoksen julkaisu, 14). Doctoral thesis.

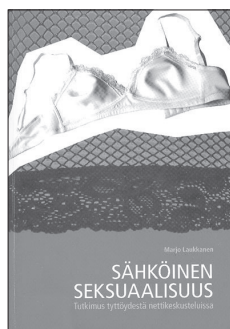
The research explains the interpretation of audiovisual media and the role of the media in the lives of Finnish, British and German children between four to six years of age. The aim of the research is to deepen the scientific knowledge on what kind of significance socially and culturally the media have in the lives of small children and how they interpret the media contents. In

the study, the relationship between children and the media has been observed as a tool, as a social, symbolic and cultural interpretation environment. Additionally, the possibilities what the Theory of Symbolic Interactionism can offer in the observance of children's media relationship. Based on the international material collected in Finland, UK and Germany, also the cultural differences connected to the media between the comparison groups are examined. In spite of the relatively similar media environments between the countries compared, the study suggests cultural differences in the media interpretations.

Also available at the Internet: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-10-3913-3>.

Sähköinen seksuaalisuus. Tutkimus tyttödestä nettikeskusteluissa [Electronic sexuality: a study on girls in web chatting groups]

Marjo Laukkanen, Rovaniemi, Lapland University Press, 2007, 272 p., (Acta Universitatis Lapponiensis, 114). Doctoral thesis.



The author explored how gender and sexuality have been constructed in girls' web chatting groups on the Internet. The data was collected in chatting groups called Demi and #closet. The both chatting groups are established for teenage girls and most users are girls. Demi is a Finnish commercial site related to a girls' magazine with the same name. #closet is established by a few Demi users for sexual minorities. The author observed chatting groups during two years. The theoretical basis of the study comes from feminist media studies, discourse analysis and ethnography. The author observed discussions in real time, she documented interaction as well participated in discussions. The data consists of discussions, group and individual interviews, home pages and pictures on web galleries.

African Carmen. Transnational Cinema as an Arena for Cultural Contradictions

Mari Maasilta, Tampere, Tampere University Press, 2007, 364 p., Doctoral thesis.



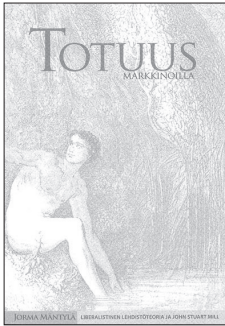
Joseph Gai Ramaka's film Karmen (Senegal/France/Canada, 2001) is the first African adaptation of Prosper Mérimée's short story Carmen (1845). The dissertation deals with the reception of the film in Senegal and abroad. How the film negotiated cultural and national identities both in Senegal and abroad? How was defined the genre, nationality and "home" audience of the film, created by a Senegalese director based in Paris and Dakar, using Canadian actors, shot in Senegal, based on a French author's short story set in Spain, and produced in France with multi-national funding? The research data consist of discussion in newspapers and on the Internet as well as film reviews from Senegal, France, the United States and Canada. The author also interviewed Senegalese journalist and filmmakers, included Ramaka.

The important methodological choice was that the focus of the study was not only on the analysis of the film and its reception, but the whole process, production included. In Senegal, the film was banned six weeks after its premiere because the threats of religious leaders.

Also available at the Internet: <http://acta.uta.fi/pdf/978-951-44-6972-5.pdf>.

Totuus markkinoilla. Liberalistinen lehdistöteoria ja John Stuart Mill **[Truth in the market-place. The liberal theory of the press and John Stuart Mill]**

Jorma Mäntylä, Tampere, Tampere University Press, 2007, 363 p., Doctoral thesis.



The research had three purposes. The first was to study John Stuart Mill's theory of publicity: where do originate the main ideas of the book *On Liberty*? The second question concerned the origins of the concepts of "market-place of ideas" and "self-righting truth"? The third question concerned the relation between Mill's famous theory of freedom of speech and the concept of the "liberal theory of the press" as described in many mass media textbooks. The main sources of the study were Mills Collected Works and studies about Mill in history, philosophy and media studies. An important part of the study was a content analysis of the *Westminster Review*, and especially those years (1836-1840) when Mill was the editor and publisher of the magazine.

Also available at the Internet: <http://acta.uta.fi/pdf/978-951-44-6963-3.pdf>.

Finnish Cultural Discourses about Mobile Phone Communication

Saila Poutiainen, Department of Communication, University of Massachusetts Amherst, 2007, 294 p. Doctoral thesis.

The study describes the cultural discourses in the communication and meta-communication among Finns about the mobile phone. The main task was to find out how mobile phone communication is described and discussed in speech and writing about mobile phoning. Talk about Finnishness when related to the mobile phone was an important research subject. The research objective was approached from the perspective of ethnography of communication, and from cultural discourse analysis in particular. The analysis included interview talk, newspaper, magazine and other media texts, official documents and reports.

Available on the Internet: <http://www.helsinki.fi/puhetieteeet/henkilokunta/poutiainen/dissertation.pdf>

Social Interaction in Online Multiplayer Communities

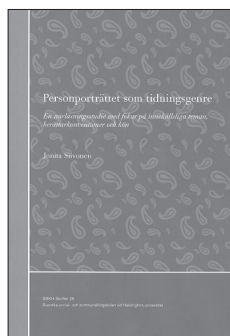
Marko Siitonen, Jyväskylä, University of Jyväskylä, 2007, 237 p., (Jyväskylä studies in humanities, 74). Doctoral thesis.

The purpose of the study is to describe and understand the dynamics of social interaction in online multiplayer computer game communities. The study was conducted qualitatively. The data was collected by a year-long participant observation in two different online multiplayer communities in the game *Anarchy Online*, and by interviewing members (n=15) of online multiplayer communities. The study concerns the concept of community in the context of computer-mediated communication. The various dynamics of social interaction were analyzed including motivation behind membership, the processes of establishing roles and rules, the emergence of identity, and the meaning of conflicts.

Available also on the Internet: <http://dissertations.jyu.fi/studhum/9789513929312.pdf>

Personporträttet som tidningsgenre. En närläsningssstudie med fokus på innehållsliga teman, berättarkonventioner och kön

Jonita Siivonen, Helsingfors, Svenska social- och kommunalhögskolan vid Helsingfors universitet, 2007, 486 p., Doctoral thesis.

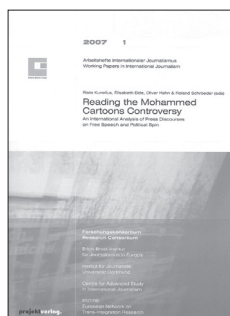


Doktorsavhandlingen definierar personporträttet som tidningsgenre och analyserar hur huvudpersonerna konstrueras i texterna. Basmaterialet omfattar 107 personporträtt ur morgontidningarna Dagens Nyheter (Stockholm) och Hufvudstadsbladet (Helsingfors) veckorna 46/1999 och 38/2002 samt ett tilläggsmaterial om 59 porträtt från fyra tidskrifter. Arbetet placerar sig inom traditionen för journalistisk genreforskning, forskning om kön och journalistik samt inom traditionen för kritisk textanalys. Metoderna omfattar både kvantitativ innehållsanalys och kvalitativ närläsning. Boken behandlar vilka egenskaper och meriter uppskattas i vårt samhälle och hur beskrivs kvinnor och män i personporträttsgenren. Boken definierar också olika typer av personporträtt och behandlar stilistiska grepp som är typiska för genren.

Also available at the Internet: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-10-3150-2>.

Reading the Mohammed Cartoons Controversy. An International Analysis of Press Discourses on Free Speech and Political Spin

Risto Kunelius, Elisabeth Eide, Oliver Hahn & Roland Schroeder (eds.), Bochum/Freiburg, ProjektVerlag, 2007, 218 p. (Working papers in international journalism, 2007,1).



The present publication represents the results of a worldwide cooperation of scholars analysing an incident and a debate in the international media that led to extremely controversial opinions, statements and fundamental views. The case of Mohammed cartoons led to discussions whether there should be caricatures on highly valued religious issues, and how and for what reasons they could be produced and distributed by newspapers. The countries involved in the research project were: Denmark (Peter Hervik & Clarissa Berg), Norway (Solveig Steien), France (Jérôme Berthaut, Carolina Boe, Choukri Hmed, Solenne Jouanneau & Sylvain Laurens), the United Kingdom (Angela Phillips & David Lee), Germany (Oliver Hahn, Désirée Gloede & Roland Schroeder), Canada (Amin Alhassan), Egypt (Ibrahim

Saleh), Pakistan (Elisabeth Eide), Israel (Hillel Nossek), Russia (Oleg Bakoulin), China (Hu Zhen-grong & Zheng Liang), the United States (Stephanie Craft & Tayo Oyedeki), Sweden (Katarina Wallentin & Jan Ekecrantz) and Finland (Risto Kunelius, Mari Maasilta & Jari Väliaverronen).

The table of contents of the report and the first chapter written by Risto Kunelius and Elisabeth Eide (The Mohammed cartoons, journalism, free speech and globalization) are on the Internet: http://www.hssaatio.fi/pdf/mohammed_20070514_FINAL_p1-231.pdf.

Annan ny litteratur

Borg, Sami; Ketola, Kimmo; Kääriäinen, Kimmo; Niemelä, Kati; Suhonen, Pertti, Tampere, *Uskonto, arvot ja instituutiot: suomalaiset World values - tutkimuksissa 1981-2005* [Religion, values and institutions: Finnish people in the surveys of World Values, 1981-2005] Yhteiskuntatieteellinen tietoar- kisto, 2007, 85 p.

Heinonen, Visa; Kortti, Jukka (eds.), *Vaikuttamista ja valintoja: monitieteisiä näkökulmia mainontaan ja kulutukseen*. [Influence and choices: interdisciplinary perspectives on advertising and consumption] Helsinki, Gaudeamus, 2007, 218 p.

Herkman, Juha: *Kriittinen mediakasvatus* [Critical media education]. Tampere, Vastapaino, 2007, 259 p.

Huhtala, Hannele; Hakala, Salli: *Kriisi ja viestintä: yhteiskunnallisten kriisien johtaminen julkisuudessa*. [Crisis and communication: how to deal with publi- city in crisis management]. Helsinki, Gaudeamus, 2007, 215 p.

Kujansivu, Heikki; Saarenmaa, Laura (eds.), *Tun- nustus ja todistus: näkökulmia kahteen elämän esittämisen tapaan*. [Confession and testimony: manifestations in popular media culture]. Helsinki, Gaudeamus, 2007, 299 p.

Luostarinen, Heikki; Eskonen, Hanna; Horsti, Karina; Nikunen, Kaarina; Pöyhtäri, Reeta: *Maa- hanmuutto ja media: eurooppalaista tutkimusta ja kotimaisia ennusteita*. [Immigration and media: European media research and Finnish prognoses]. Tampere, Tampereen yliopisto, Journalismin tut- kimusyksikkö, 2007, 126 p. (Tiedotusopin laitos, Julkaisu A, 41).

Raittila, Pentti (ed.), *Keskusteluja etnisyydestä me- diassa: suomalaisten, maahanmuuttajien ja tutki- joiden tulkintoja*. [Discussing ethnicity in media: interpretations of Finnish people, immigrants and researchers]. Tampere, Tampereen yliopisto, Journa- lismin tutkimusyksikkö, 2007, 142 p. (Tiedotusopin laitos, Julkaisu A, 102).

Rossi, Leena-Maija; Seppä, Anita (eds.), *Tarkemmin katsoen: visuaalisen kulttuurin lukukirja*. [A closer look: the reader of visual culture] 2007, Gaudeamus, 2007, 250 p.

Suojanen, Maria; Talponen, Jarno (eds.), *Valla- ton vaalikone*. [Powerless online voting tests on the Internet?]. Jyväskylä, Minerva, 2007, 164 p. (SoPhi, 103).

Syrjälä, Hanna: *Väkivalta lööppijulkisuudessa*. [Vio- lence in the contents bills of Finnish tabloids]. Tam- pere, Tampereen yliopisto, Journalismin tutkimusyk- sikkö, 2007, 70 p. (Tiedotusopin laitos, Julkaisu A, 101). Available also on the Internet: <http://www.uta.fi/jourttutkimus/Looppitutkimus.pdf>.

Wider Screen 2007:2. Special issue on Aki Kaurismäki's films. Includes the following English articles: Andrew Nestingen: *Aki Kaurismäki and na- tion: the contrarian cinema*, Paul Newland: *A place to go?: exploring liminal space in Aki Kaurismäki's I Hired a Contract Killer (1990)*, Pietari Kääpä: *The politics of national identity in Aki Kaurismäki's Le- ningrad Cowboys trilogy*, Sanna Peden: *Soup, soap and national reawakening: the national ambiguous role of the Salvation army in The Man without Past (2002)*

Available only on the Internet: <http://www.wider- screen.fi/2007/2/index.htm>

‘Mapping Communication and Media Research’ is a Communication Research Centre (CRC, University of Helsinki) project that examines the contents and trends of current communication and media research in seven countries: Finland, U.S.A., Germany, France, Japan, Estonia and Australia. The research project is funded by Helsingin Sanomat Foundation. The first phase of the project ended in 2007. The following reports are published both printed and on the Internet, <http://www.valt.helsinki.fi/blogs/crc/en/mapping.htm>

Tutkimusraportti 1/2007, Suomi [Finland], Juha Herkman; Miika Vähämaa, Helsinki, University of Helsinki, 2007, 104 p. Note: English summary, 8 p.

Research Report 2/2007, U.S.A: Minna Aslama; Kalle Siira; Ronald Rice; Pekka Aula; Philip Na- poli; Katy Pearce, Helsinki, University of Helsinki, 2007, 183 p.

Research Report 3/2007, Estonia: Inka Salovaara- Moring; Triin Kallas, Helsinki, University of Hel- sinki, 2007, 97 p.

Research Report 4/2007, Japan: Katja Valaskivi, Helsinki, University of Helsinki, 2007, 98 p.

Research Report 5/2007, France: Liina Puustinen, Helsinki, University of Helsinki, 2007, 101 p.

Research Report 6/2007, Germany: Juha Koivisto; Peter Thomas, Helsinki, University of Helsinki, 2007, 90 p.

Research Report 7/2007, Australia: Juho Rahkonen, Helsinki, University of Helsinki, 2007, 85 p.

Artiklar

Aslama, Minna; Pantti, Mervi: Flagging Finnishness. *Television & News Media* 8(2007)1, pp. 49-67.

Aslama Minna, Nordenstreng, Kaarle et al.: Mea- suring and assessing empirical media diversity: some European cases. In: Els de Bens (ed.): *Media between culture and commerce*. Bristol, Intellect, 2007. (Changing media, changing Europe, 4), pp. 55-98. Note: Countries included are: Finland, Bel-

gium, Germany, Netherlands, Hungary, Italy, and United Kingdom.

Aslama, Minna; Syvertsen, Trine: Public service broadcasting and new technologies: marginalisation or re-monopolisation. In: Els de Bens (ed.): *Media between culture and commerce*. Bristol, Intellect, 2007. (Changing media, changing Europe, 4), pp. 167-178.

Carlson, Tom; Strandberg, Kim: Finland: the European Parliament election in a candidate-centered electoral system. In: Randolph Kluwer et al. (ed.): *Internet and National elections: a comparative study of web campaigning*. London, Routledge, 2007, pp. 29-42.

Carlson Tom: It's a man's world: male and female election campaigning on the Internet. *Journal of political marketing* 6(2007)1, pp. 41-67.

Carlson, Tom, Kandidatbloggar i det finländska presidentvalet 2006: strategier och effekter. *Politiikka* 49(2007)2, pp. 61-75.

Hamelink; Cees J.; Nordenstreng, Kaarle: Towards democratic media governance. In: Els de Bens (ed.): *Media between culture and commerce*. Bristol, Intellect, 2007. (Changing media, changing Europe, 4), pp. 225-243.

Horsti Karina: Asylum seekers in the news: frames of illegality and control. *Observatorio (Obs*)* 1(2007)1., ISSN Electronical 1646-5954. Available on the Internet: <http://www.obercom.pt/ojs/index.php/obs/article/view/45/66>.

Juholin, Elisa: Työelämän muutos haastaa työyhteisöviestinnän ajatusmallit. [Working life changes: how about paradigms of workplace communication?] *Tiedotustutkimus* (2007)2, pp. 4-16.

Koikkalainen, Katja: Business media in Nordic countries and Russia. In: Elena Vartanova (ed.): *Media and change*, Moscow, MediaMir, Moscow State University, Faculty of Journalism, 2007, pp. 180-190.

Löfström, Erika; Nevgi, Anne: University teaching staff as learners of the pedagogical use of ICT. *seminar.net* 3(2007)1, ISSN Electronical 1504-4831.

Mansell; Robin; Nordenstreng, Kaarle: Great media and communication debates: WSIS and the MacBride report. *Information Technologies and International Development* 3(2006)4, pp. 15-36.

Nikunen, Kaarina: Kompuroivat perheet hajoilevissa taloissaan: eli tavallisuuden representaatiot hauskoissa kotivideoissa. [How ordinary: Finland's funniest home videos]. *Lähikuva* 20(2007)2, pp. 27-45.

Nordenstreng, Kaarle: Mapping out media models: Gorbachev's challenge. In: Elena Vartanova (ed.): *Media and change*, Moscow, MediaMir, Moscow State University, Faculty of Journalism, 2007, pp. 95-102.

Nordenstreng, Kaarle: Myths about press freedom. *Brazilian journalism research: journalism theory, research and criticism* 3(2007)1.

Nyyssönen, Pasi: Katsojapsykologia ja elokuvan epistemologinen funktio varhaisessa elokuvateoriassa. [Spectator psychology and cinema's epistemological function in early film theory (Hugo Münsterberg, Rudolf Arnheim)]. *Lähikuva* (2007)1, pp. 51-65.

Paasonen, Susanna: Tavikset tapetilla: elämäntyyli-muutosohjelmat ja omannäköisyyden paradoksi. [Lifestyle-makeover programming and the paradox of looking like oneself]. *Lähikuva* 20(2007)2, pp. 46-67.

Pennanen, Suvi: Lapset uutisten katsojina: 5-6 vuotiaiden käsityksiä ja kokemuksia uutisista. [5- to 6-year old children's impressions and experiences of TV news]. *Tiedotustutkimus* (2007)2, pp. 17-31.

Reunanen, Esa: Kohdistajat ja kohteet sanomalehdessä: menetelmiä vuorovaikutuksen määrän ja laadun mittaamiseksi. [How to measure interaction and dialogicity in newspaper stories?] *Tiedotustutkimus* (2007)2.

Soronen, Anne: Sisustusohjelmien kodit parannellun tavallisuuden näyttämöinä. [Home decoration television shows as stages of improved ordinariness]. *Lähikuva* 20(2007)2, pp. 8-26.

Suhonen, Pertti: Suomalaisten eriytyvät ja muuttuvat arvot. [Finnish people's divergent and changing values]. In: *Uskonto, arvot ja instituutiot: suomalaiset World Values -tutkimuksissa 1981-2005*. Tampere, Finnish Social Science Data Archive, 2007, pp. 26-26.

Sumiala-Seppänen, Johanna; Stocchetti, Matteo: Father of the nation or arch-terrorist?: media rituals and images of the death of Yasser Arafat. (A Commentary). *Media, Culture and Society* 29(2007)2, pp. 336-343.

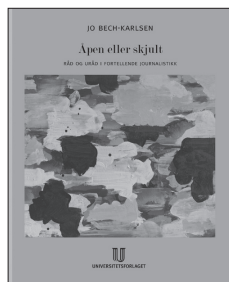
Wahl-Jorgensen, Karin; Pantti, Mervi: On the political possibilities of therapy news: media responsibility and the limits of objectivity in disaster coverage. *Estudos em Comunicação* 1(2007)1, pp. 3-25., ISSN Electronical 1646-4974. Available at the Internet: <http://www.labcom.ubi.pt/ec/index.html>.

Norge

Dokumentalist: Håvard Legreid

Åpen eller skjult. Råd og uråd i fortellende journalistikk

Jo Bech-Karlsen, Oslo, Universitetsforlaget AS, 2007, 262p.



Fortellende journalistikk er et hett tema i avisredaksjonene. Journalister som kan fortelle en god historie på en spennende måte, verdsettes høyt. "Narrative journalism" er navnet på en amerikansk bølge som skyller inn over nordisk journalistikk. Denne bølgen skaper i henhold til forfatteren skikkelig god, engasjerende journalistikk, men roter også til kategoriene: Når går journalistikken over til å bli fiksjon?

Den nordiske tradisjonen skiller seg fra den nye amerikanske bølgen på en avgjørende måte: De fortellende journalistene står åpent fram i teksten. I den nye amerikanske journalistikken, i det som kalles *new new journalism*, er fortelleren ofte skjult, slik at det er uklart hva som kan dokumenteres og

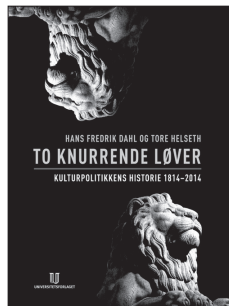
hva som er oppdiktet.

Jo Bech-Karlsen har skrevet en bok som tar for seg disse grenseoppgangene og dagens ulike former for fortellende journalistikk. Boka forteller også historien om den fortellende journalistikken i Norden, der blant annet August Strindberg, Herman Bang, A.O. Vinje, Lise Lindbæk, Stig Dagerman og Frode Grytten er viktige navn.

Note: For mer informasjon, se <http://www.universitetsforlaget.no>

To knurrende løver. Kulturpolitikens historie 1814-2014

Hans Fredrik Dahl & Tore Helseth, Oslo, Universitetsforlaget AS, 2007, 271 p.



Det er nærmest opplest og vedtatt i Norge at den statlige kulturpolitikken har vært knipen, for ikke å si gjerrig, i lange perioder av nasjonens historie, og at det er først i de siste tiår at vi har fått en egentlig kulturpolitikk i Norge.

Denne boka gir innsikt og kunnskap om en viktig del av norsk historie fra 1814 og fram til våre dager. To knurrende løver er den første brede framstillingen av norsk kulturpolitikks historie og en viktig bakgrunn for dagens kulturpolitiske debatter.

Note: For mer informasjon, se <http://www.universitetsforlaget.no>

The Participatory Turn in Broadcast Television, Institutional, Editorial and Textual Challenges and Strategies

Gunn Sara Enli, Oslo, Unipub AS, 2007, 222 p., Ph.D. thesis.

The television industry faces new challenges in the digital age, as a result of forces such as deregulation, digitalisation, and convergence. The thesis investigates how increased focus on audience participation is a strategy to meet challenges, and to expand the TV-companies activities to digital platforms such as the Internet and the mobile phone. The aim of the thesis is to analyze the research questions: (1) Why do the broadcasters enable new forms of audience participation, (2) how do the institutions construct alliances with their audiences, and (3) what characterizes the institutional, editorial and textual challenges related to the new participatory formats?

The first part of the thesis discusses institutional strategies for audience participation, and points to ratings, revenue and legitimacy as the key rationales for enabling viewer involvement in programming. The thesis demonstrates that new forms of audience participation adopt and intensify basic features of popular journalism.

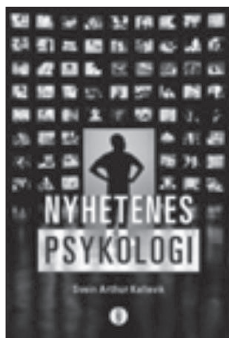
The second part examines audience participation in the realm of popular journalism, and editorial challenges related to combining journalism and audience-produced material. The analysis finds that the new challenges were handled through traditional 'gatekeeping' methods for selection and edition of incoming material.

The third part analyzes textual techniques for generating viewer response in broadcast television productions. The analysis demonstrate how participation is enabled in the realm of the popular, and how central characteristics of popular journalism are expanded in order to achieve audience response.

The thesis identifies six key methods for textual implementation of audience participation: personalization, liveness, therapy, storytelling, provocation, and morality. Towards the end, the thesis discusses further societal implications of the increased focus on audience participation in broadcast media, with emphasis on media literacy and new competence requirements, media-centrism and the media's role in the public sphere, and audience-produced material in the context of participatory journalism.

Nyhетенes psykologi

Svein Arthur Kallevik, Kristiansand, IJ-forlaget, 2007, 142 p.



I nyhetsredaksjonene planlegger journalistene hvilke saker som skal lages og hva som skal dekkes av hendelsesnyheter, kjendisstoff og politisk utspill. Boken omhandler de bevisste og ubevisste psykologiske faktorene som spiller inn på journalistenes valg og begrunnelser i nyhetsproduksjon. Det er en bok om de prosesser som handler om påvirkning, makt, gruppepress, mentale snarveier, propaganda, tillit og en rekke psykologiske forhold vi ikke er herre over. Spørsmål som belyses er: Hvorfor er det slik at to øyenvitner som har vært på samme sted, forteller to ulike historier? Hva er det som skjer når "blodtåka" siger inn over redaksjonene og alle følger samme spor? Hvorfor stoler vi på nyhetsoppleserne på tv?

Dette er en bok for journalister, folk som jobber i tilknytting til mediebransjen og alle andre som leser, ser og hører nyheter.

Note: For mer informasjon, se <http://www.hoyskoleforlaget.no>

The Aesthetics of the Spectacular

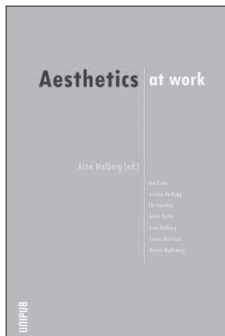
Jan Richard Kjelstrup, Oslo, Unipub AS, 2007, 229 p., Ph.D. thesis.

In the past several decades, special episodes of US television series have become a minor but very visible and frequent part of a show's run. This dissertation investigates special episodes of long-running series to see how – and to what extent – they deviate aesthetically from conventions, formats, and genres. More specifically, the main research questions ask which aesthetic practices can be found in special episodes and how special episodes are different from ordinary aesthetic practices in television series.

This study focuses on three particular categories of specials: musical episodes, crossovers, and live episodes. The textual analysis approach is supplemented by interviews with some of the writer-producers behind several of the episodes examined in this study. Crucially, the interviews provide insights into the production and the decision-making processes behind the making of special episodes.

Aesthetics at Work

Arne Melberg (ed.), Oslo, Unipub AS, 2007, 176 p.



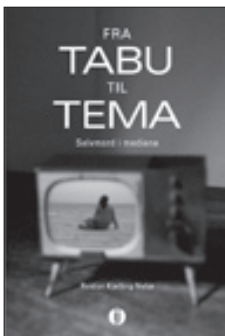
This book is an anthology on aesthetic tendencies in our time. The articles describe different changes in art and how the aesthetic is included in everyday life. Themes from media, in expressions of economic and technological development, new aesthetic forms and activities and the interaction of different art forms are discussed. The contributors are: Arnfinn Bø-Rygg, Liv Hausken, Ina Blom, Synne Skjulstad, Tellef Kvifte, Marius Wulfsberg og Arne Melberg.

The book is a product of the cross disciplinary research project Aesthetics at work at The University of Oslo.

Note: For mer informasjon, se <http://www.akademika.no>

Fra tabu til tema. Selvmord i mediene

Reidun Kjelling Nybø, Kristiansand, IJ-forlaget, 2007, 135 p.



Boken tar opp presseetiske aspekter rundt selvmord. Forfatteren diskuterer en ny åpenhet rundt selvmord i journalistikken slik det også viser seg i Vær Varsom-plakatens nye paragraf 4.9 fra 2006. Sentrale spørsmål dreier seg om hvor grensene for omtale i media går og graden av detaljering. Forfatteren gir flere eksempler på overtramp og positiv omtale. Både pårørende, journalister, redaktører og fagfolk fra psykiatrien kommer til orde.

Note: For mer informasjon, se <http://www.hoyskoleforlaget.no>

Skulen og den digitale læringsrevolusjonen

Rune J. Krumsvik, Oslo, Universitetsforlaget AS, 2007, 276 p.



I den nye skulereforma ”Kunnskapsløftet” har digital kompetanse fått status som den 5. basiskompetansen, på lik linje med lesing, skriving, rekning og munnleg framstilling. Gjennom 10 artiklar i denne boka rettar forfattarane merksemd mot kva for implikasjonar dette vil få for både skulen, læraren og eleven. Forfattarane hentar fram forskingsfunn, og røynslar frå skule og lærarutdanning.

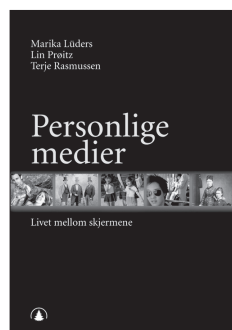
Noreg har særskild god teknologitettleik, digitalt sjølvsikre elevar og eit stadig meir brukarstyrt Internett (Web 2.0). Dette gir den norske skulen eit godt utgangspunkt for å ta i bruk IKT både innanfor og utanfor skulen sine veggjar. Ein ser dermed konturane av ein ”døgnopen skule” der læringsplattformer og nye kommunikasjonsmønster bryt ned skotta mellom skule, fritid og heimen. Dette gir rom for både fysiske og digitale klasserom der både lærarrolla og elevrolla er i endring. Ein peikepinn på omfanget av dette er at når dagens gjennomsnittlege screenager når 21-årsalderen, har han/ho brukt 15 000 timar til formell utdanning, 20 000 timar framfor TV-en og 50 000 timar framfor PC-skjermen.

Rune Krumsvik og tre medforfattarar tek for seg dei moglegheiter, dilemma og utfordringar som veks fram i dette nye, digitale pedagogiske terrenget.

Note: For mer informasjon, se <http://www.universitetsforlaget.no>

Personlige medier. Livet mellom skjermene

Marika Lüders, Lin Prøitz & Terje Rasmussen, Oslo, Gyldendal Norsk Forlag, 2007, 274 p.



Hva kjennetegner personlige medier? På hvilke måter har de forandret livet vårt? Hva skjer med samspillet mellom individ og samfunn når skillet mellom det private og offentlige blir mer utvisket? Dette er noen av spørsmålene som tas opp i *Personlige medier – Livet mellom skjermene*.

Utbredelsen av kommunikasjonsformer som mobilsamtaler, SMS/MMS, e-post, lynmeldingstjenester (f.eks. MSN Messenger), filutveksling, blogger, pratefora og andre nettverkstjenester innebærer at vi må forholde oss til omverdenen på nye måter. I tillegg forskyves personlige, sosiale og etiske grenser. Det er nettopp ulike sider ved disse endringene som oppmerksomheten er rettet mot i boken, som har bidrag fra Jo Helle-Valle, Beathe Due, Kristin Ørjasæter, Lin Prøitz, Knut Ove-Eliassen/Yngve Sandhei Jacobsen,

Susanne Nordbakke/ Randi Hjorthol/ Mona Hovland/ Rich Ling, David Brake, Anders Fagerjord, Gunnar Sæbø, Rich Ling, Marika Lüders og Terje Rasmussen.

Note: For mer informasjon, se <http://www.gyldendal.no>

Vittige kameleoner. Litterære tekster i norske adresseaviser 1763-1769

Aina Nøding, Oslo, Unipub AS, 2007, 347 p., Ph.D. thesis

Litteratur publisert i aviser har i liten grad vært gjenstand for studier innen norsk presse- og litteraturforskning. Denne avhandlingen forsøker å bote på det ved å undersøke litteraturen publisert i de tre norske adresseavisene som utgjorde Norges første trykte presse i 1760-årene: *Norske Intel-*

lizenz-Seddeler (fra 1763), *Efterretninger fra Adresse-Contoirtet i Bergen i Norge* (fra 1765) og *Tronhiems Adresse-Contoirts Efterretninger* (fra 1767).

Adresseavisene har i tidligere studier blitt behandlet som annonseorganer med interesse primært for handel. Mengden og betydningen av de litterære tekstene har ikke blitt berørt. Avhandlingen viser at tre fjerdedeler av alle avisnumre i perioden trykte én eller flere litterære tekster. Til sammen utgjør det i alt 707 tekster. Disse er listet opi et register trykt som vedlegg i avhandlingen, og publisert som søkbar database på internett (www.folk.uio.no/ainano/).

Tekstene spenner over et vidt spekter av sjangere fra fabler, essays og dikt, til romanutdrag, fortellinger og én komedie. Tekstene analyseres både i forhold til sin funksjon i avisen og i forhold til avisen som distribusjonskanal for litteratur på det norske markedet. Avhandlingen viser at avisene sto sentralt i å skape en litterær offentlighet i Norge i 1760-årene ved å publisere dansk-norsk, ikke minst lokal, og utenlandsk litteratur og skape debatt rundt tekster og normer. Avisen var i mange tilfeller det stedet hvor tekstene ble trykt for første gang, enten det var lokale tekster eller oversettelser.

Kampen om Internett

Terje Rasmussen, Oslo, Pax Forlag, 2007, 228 p.



Kampen om Internett forteller om Internettets historie og utfordringer i et globalt informasjonssamfunn. Siden starten i 1970-årene har Internett vært kanal for ideer om frihet, åpen kommunikasjon og livskraftig demokrati. Nettet er blitt et uovertruffent rom for åpen samtale, åpen innovasjon, åpen programvare og åpent marked. Men åpenheten har også gjort nettet sårbart for kommersiell og byråkratisk makt. Det har dannet seg barrierer i form av offentlige reguleringer, mer restriktive patent- og opphavsrettigheter, offentlige byråkratier og kommersielle nesten-monopoler. Nettet er flettet inn i en verden av økonomi, politikk, jus, religion og kultur, med voksende makt, forventninger og trusler rettet mot det. Denne boken er en sosiologisk

og historisk beretning om dette.

Note: For mer informasjon, se <http://www.pax.no>

Media og det menneskelige.

Moralfilosofiske utgangspunkt for journalistisk etikk

Lars Arve Røssland, Oslo, Det Norske Samlaget, 2007, 183 p.



Boka skisserer eit utgangspunkt for ein ny presseetikk kor journalistisk praksis må forankrast i noko anna enn magekjensla eller den siste PFU-avgjerda. Forfattaren drøter korleis moralfilosofien kan vera eit utgangspunkt for presseetikken. Boka gir ei innføring i klassiske filosofiske definisjonar av etikk og moral og koplar desse teoriane til moderne massekommunikasjon. Eit sentralt spørsmål er: kva er etisk kommunikasjon? Boka munnar ut i 9 ”tesar” om grunnlaget for ein ny medieetikk.

Note: For mer informasjon, se <http://www.samlaget.no>

Mediating Business. The Expansion of Business Journalism

Tore Saatta & Peter Kjær (eds.), Copenhagen Business School Press, Copenhagen, 306 p.



Mediating Business is a study of the expansion of business journalism. Building on evidence from Denmark, Finland, Norway and Sweden, Mediating Business is a comparative and multidisciplinary study of one of the major transformations of the mass media and the realm of business – nationally and globally.

The book explores the history of key innovations and innovators in the business press. It analyzes changes in the discourse of business journalism associated with the growth in business news and the development of new ways of framing business, business issues and events.

Finally, it examines the organizational implications of the increased media visibility of business and, in particular, the development of corporate governance and media relations.

Nødvendige nyheter. En studie i journalistikkens globalisering

Oddgeir Tveiten, Kristiansand, IJ-forlaget, 2006, 257 p.



Den 11. september 2002 hadde løssalgsavisene VG og Dagbladet følgende oppslag: VG hadde et førstesideoppslag der en rekke kjendiser – fra Gro Harlem Brundtland til ”Høggern” og Oddvar Brå – fortalte hvor de hadde vært den samme dagen året før, da World Trade Center i New York raste sammen etter at to fly styrtet inn i tvillingtårnene. Dagbladet vinklet sitt oppslag med følgende forside tekst: ”Her dør Annes mann”. På et grovkornet forsidefoto var Annes mann uthevet med en rød sirkel rundt hodet idet han lente seg ut av et vindu høyt over verdensmetropolens gateplan.

Oppslagene illustrerer at nyhetsjournalistikk er kunnskapsproduksjon og ikke bare refleksjon av hendelser i verden. Ved sin måte å fortelle på blir journalistikken en aktør i hendelsen som formidles. Spørsmålet om hva

som har hendt for lesere, lyttere og seere før hendelsene har fått sitt språk, sine metaforer og sin form, antar stadig mer global relevans, fordi eierstruktur, informasjonsteknologi, fortellemåter og innhold i nyhetsmediene globaliseres. Boka tar opp slike emner, med utgangspunkt i ulike perspektiv på globalisering og ulike syn på journalistikkens rolle som pådriver og katalysator i globaliseringsprosesser.

Note: For mer informasjon, se <http://www.hoyskoleforlaget.no>

Generasjon.com. Mediekultur bland barn och unge

Elise Seip Tønnessen, Oslo, Universitetsforlaget AS, 2007, 186 p.



Elise Seip Tønnessen oppsummerer 11 års forskning på en ungdomsgenerasjon der en gruppe barn er fulgt fra 4 til 15 år: Her trekkes linjene gjennom en barnegenerasjons samliv med mediene, fra de så på Sesam stasjon i førskolealder til de turnerte tv, Internett og mobiltelefoner med største selvfølgelighet i tenårene. Elise Seip Tønnessen henter det meste av sitt materiale fra datainnsamlinger hun selv har gjort over tid: mediedagbøker, fokusgruppeintervjuer, observasjoner, spørreskjema og tekstanalyser.

I denne boken analyseres samspillet mellom barns og unges medietekster i lys av aktuelle tema som lesing, sammensatte tekster, utvikling av tekstkompetanse og kjønnsroller. Forfatteren trekker inn emosjonelle, kognitive, sosiale og kulturelle aspekter ved barn og unges tekstfortolkning og mediebruk. Barns og unges møter med mediene er alltid konkrete og spesifikke, samtidig som de er forankret i store kulturelle sirkler med globale implikasjoner. De som har vokst opp rundt årtusenskiftet, har opplevd en hel liten medierevolusjon bare i sin levetid.

Dette er en bok for alle som ønsker økt forståelse i barns og unges mediekultur og fortolkning av tekster. Den er skrevet spesielt med tanke på studenter i mediefag og i lærerutdanningene.

Note: For mer informasjon, se <http://www.universitetsforlaget.no>

Mediedanning og mediepedagogikk.

Fra digital begeistring til kritisk dømmekraft

Soilikki Vettenranta (ed.), Oslo, Gyldendal Norsk Forlag, 2007, 224 p.



Spørsmål om etikk, moral og verdier i mediesamfunnet er kommet i skyggen av begeistringen for nyvinninger i den nye kommunikasjonsteknologien og grensesprengende sjangere innen fjernsynet. Den offentlige diskusjonen om chattekanaler på Internett og reality-TV er ofte preget av defensiv, moralistisk forargelse grunnet manglende teoretisk innsikt og grunnleggende begrep.

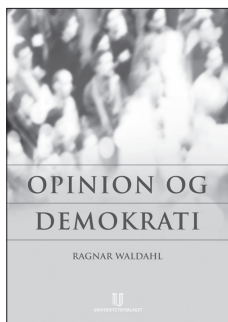
Denne boken introduserer teoretiske begrep som bidrar til kritisk innsikt om mediekompetanse, både når gjelder nyheter om katastrofer i fjernsynet eller vandring i den virtuelle verden. Forfatterne retter kritikk mot den instrumentelle tenkningen som har preget skolens medieundervisning og argumenterer for at mediepedagogikken bør utvikle forståelse for det moderne samfunnets mediekultur som helhet. Boken er tenkt som en lærebok

for høyskole- og universitetsstudenter og lærere i pedagogikk og mediefag.

Note: For mer informasjon, se <http://www.gyldendal.no>

Opinion og demokrati

Ragnar Waldahl, Oslo, Universitetsforlaget AS, 2007, 258 p.



Opinionen er en maktfaktor i dagens samfunn. Ingen med ambisjoner om innflytelse kan ignorere ”folkets røst”. De som evner å påvirke borgernes oppfatninger, holdninger og preferanser, har et avgjørende fortrinn fremfor de som ikke gjør det.

Opinionen er samtidig et komplekst fenomen: Den både påvirker og blir påvirket av så vel samfunnsdebatten, som av politikernes prioriteringer og beslutninger. Hvordan oppstår opinionen, på hvilke måter virker den, og hvordan påvirker den samfunnsutviklingen? Og hvilken rolle spiller mediene, politikerne og opinionsmålingene for borgernes meninger om saker som angår fellesskapet?

Opinion og demokrati tar for seg opinionen som sosialt og politisk fenomen. Boken presenterer sentrale teorier om hvilke kognitive, kollektive og politiske prosesser som er virksomme når opinionen dannes, utvikles og endres. Den setter også søkelyset på opinionens politiske betydning – fra antikkens Hellas til dagens mediasamfunn. Opinion og demokrati retter seg særlig mot statsvitenskap, sosiologi, medievitenskap og informasjon & samfunnskontakt.

Note: For mer informasjon, se <http://www.universitetsforlaget.no>

Den medialiserte politikken

Toril Aalberg & Anders Todal Jenssen, Oslo, Universitetsforlaget AS, 2007, 286 p.



Boka, *Den medialiserte politikken*, gir en innføring i perspektiver på ”medialiseringen” av politikken, med aktuelle eksempler. Boka har tre deler. Del 1 ser på valgkamp som beslutningsgrunnlag, og spør blant annet: hvilken informasjonsverdi har dekningen av politisk stoff i media. Del 2 har et retorisk perspektiv, hvor et sentralt spørsmål er om mediene spiller på fornuft eller følelser i dekningen av politisk stoff. Del 3 ser på det disharmoniske samspillet mellom politikk og media. Stikkord her er selektiv dekning, nyhetskriterier, spissing og ”den nye” debattlederrollen. Boka har et gjennomgående kritisk perspektiv: den diskuterer hvorfor dagens medialiserte valgkamp ikke fungerer optimalt.

Note: For mer informasjon, se <http://www.universitetsforlaget.no>

Annan ny litteratur

Indahl, Nils G.: *Nettjournalisten*. Kristiansand, IJ-forlaget, 2007, 151 p.

Kunelius, Risto; Eide, Elisabeth; Hahn, Oliver; Schroeder, Roland: *Reading the Mohammed cartoons controversy: an international analysis of press discourses on free speech and political spin*. Bochum/Freiburg, ProjektVerlag, 2007, 218 p.

Rasmussen, Terje: *Nettmedier: journalistikk og medier på internett*. Bergen, Fagbokforlaget, 2006, 214 p. 2. utgave.

Østbye, Helge; Helland, Knut; Knapskog, Karl; Larsen, Leif Ove: *Metodebok for mediefag*. Bergen, Fagbokforlaget, 2007, 316 p. 3. utgave.

Østbye, Helge; Schwebs, Ture: *Media i samfunnet*. Oslo, Det Norske Samlaget, 2007, 312 p. 5. utgave.

Artiklar

Elvestad, Eiri: Ressurs eller flukt?: unge norsk-vietnameseres bruk av ”hjemlandsmedier”. *Norsk medietidsskrift* (2007)1, pp. 4-26.

- Enli, Gunn Sara; Sundet, Vilde Schanke: Strategies in times of regulatory change: a Norwegian case study on the battle for a commercial radio licence. *Media, Culture & Society* 29(2007)5, pp. 707-725, ISSN Electronical 1460-3675.
- Gentikow, Barbara: Kringkasting: en kulturteknikk i endring. *Norsk Medietidsskrift* 14(2007)1, pp. 49-70.
- Mortensen, Torill: Mutual Fantasy online: playing with people. In: Williams, Patrick J.; Smith, Jonas Heide (eds.) *The players' realm: studies on the culture of video games and gaming*. McFarland & Co., 2007.
- Maasø, Arnt; Sundet, Vilde Schanke; Syvertsen, Trine: "Fordi de fortjener det": publikumsdeltagelse som strategisk utviklingsområde i mediebransjen. *Norsk Medietidsskrift* 14(2007)2, pp. 126-154, ISSN Electronical 0805-9535.
- Skaar, Håvard: Digitalized story-making in the classroom: a social semiotic perspective on gender, multimodality and learning. *seminar.net* 3(2007)1, ISSN Electronical 1504-4831.
- Storsul, Tanja; Syvertsen, Trine: The impact of convergence on European television policy: pres-sure for change – forces of stability. *Convergence: the International Journal of Research into New Media Technologies* 13(2007)3, pp. 275-291, ISSN Electronical 1748-7382.
- Støyva, Line Hauge: Stumfilm på italiensk: den glemte Pinocchio. *Norsk Medietidsskrift* 14(2007)2, pp. 155-177, ISSN Electronical 0805-9535.
- Vaage, Margrethe Bruun: Levende bilder: hvorfor empati er viktig for vellykket innlevelse i fiksjons-film. *Norsk medietidsskrift* (2007)1, pp. 27-48.
- Ytre-Arne, Brita; Helland, Knut: Fotballavtalen, journalistikk og presseetikk: en analyse av TV2 og fotballproduktet. *Norsk Medietidsskrift* 14(2007)2, pp. 106-125, ISSN Electronical 0805-9535.
- Ytreberg, Espen: Plattformkombinering som en utfordring for beslutningstakere i norsk medieindustri. In: Bechmann Pedersen, Anja; Rasmussen, Steen K.: *På tværs af medie*. Aarhus, AJOUR forlag, 2007, pp. 62-83.
- Ytreberg, Espen: Premeditations of performance in recent live television: a scripting approach to media production studies. *European Journal of Cultural Studies* 9(2006)4, pp. 421-440, ISSN Electronical 1460-3551.

Sverige Dokumentalist: Roger Palmqvist

Det självpåtagna uppdraget. En undersökning av medborgarprojektet kring tidningen Östgötha Correspondenten 1840-1870

Hans Abenius, Göteborgs universitet, Historiska institutionen, 2007, (Avhandlingar från Historiska institutionen i Göteborg; 50), 357p. Note: Dr. diss.

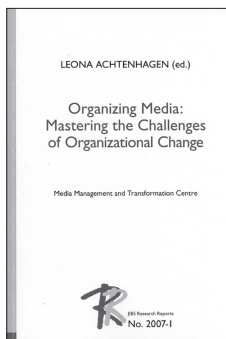
Östgötha Correspondenten startade liksom ett stort antal landsortstidningar samtidigt med Aftonbladet under första hälften av 1800-talet. Ett flertal av dessa tidningar finns kvar än idag. Tillsammans med de föreningar och sällskap som grundades vid den här tiden och som byggde på frivillighet och inte på stånd eller korporationer, kom dessa tidningar att bli en viktig motor i den pågående diskussionen om samhällets framtida organisation. Författaren tar i sin avhandling ett samlat grepp på den framväxande landsortspressen som i sin tur banade väg för de kommande folkrörelserna.

I avhandlingen studeras ett antal initiativ som under perioden 1840-1870 togs av en grupp personer – ett nätverk – som möttes i skärningspunkten mellan den liberala Linköpingstidningen Östgötha Correspondenten och fem Linköpingsbaserade associationer. Dessa föreningar och sällskap hade på sin agenda så till synes vitt skilda saker som frågan om utvidgad manlig rösträtt, viljan att förse hantverksarbetare med passande kunskaper, ambitionen att återanpassa straffade fångar till ett liv i samhället, att utrusta befolkningen med vapenkunskaper samt att grunda en bank som kunde tillhandahålla krediter till rimliga villkor.

Dessa strävanden studeras i ett medborgarskapsperspektiv. Gemensamt för de initiativ som togs var att de alla syftade till att såväl stärka som fostra enskilda individer i civilt, politiskt och socialt hänseende. Mot slutet av det radikala 1840-talet var huvudprincipen att alla män över 21 år kunde få rösträtt. Undantagen var dock många; till exempel kunde de män som stod i annans tjänst, understöddes av fattigvården, tillhörde de värvade trupperna eller dömts för grova brott förvägras rösträtt.

Organizing Media. Mastering the Challenges of Organizational Change

Leona Achtenhagen (ed.), Jönköping International Business School, Media Management and Transformation Centre/MMT Centre, 2007, 162 p., ISBN 91-89164-73-3, (JIBS Report Series; 2007-1), ISSN 1403-0462.



How companies are organized to carry out their activities is influenced by the types of products and services they produce, the nature of their value chains, and their relations with suppliers, distributors, and customers. These factors, perceptions of the firm and its markets, internal processes, personalities of leaders, and company history combine to create company cultures that influence how business is conducted, how threats and opportunities are viewed, and the how firms respond to market changes. This publication explores the issues of organizing from institutional theory, structuration theory, duality management, and sensemaking perspectives. It focuses on the reorganization of organizational fields, cultural issues in managing organizational change, and the effects of restructuring. Interest in organizational structures has been driven by difficulties media organizations have

had in integrating additional types of media activities, gaining benefits from cross-media, cross-divisional, cross-business unit activities, and changing attitudes and behavior to accommodate new

market conditions. This book explores the roots of those challenges, offers understanding about how and why they occur, and shows the needs for managerial competence in address them. This book, developed out of the MMTC workshop “Organizing Media” held in Gothenburg, Sweden, in October 2006, introduces contemporary theories and approaches to organizational analysis and design and shows their application to entertainment and news media.

The report includes following chapters: Introduction: *Organizing (in) media companies* (Leona Achtenhagen), *Reorganizing a field: the case of music* (Paola Dubini & Elena Raviola), *Convergence on the inside: organizational change in music firms* (Patrik Wikström), *Firestorm in the newsroom: Cultural issues in altering media organizations* (Frank E Fee Jr), *Framing change: Who’s in charge in the newsroom* (George Sylvie & Soo Jung Moon), *Organizing internal tension: Duality management of media companies* (Leona Achtenhagen & Elena Raviola), and *Organizing entertainment acquisition and production in the TV business: Flowing networks between markets and hierarchy* (Klaus-Dieter Altmeyden, Katja Lantzsich & Andreas Will).

Den svenska journalistkåren

Kent Asp (ed.), Göteborgs universitet, Institutionen för journalistik och masskommunikation/JMG, 2007, (Göteborgsstudier i journalistik och masskommunikation; 48), 271 p.



Antologin beskriver en yrkesgrupp som genom sitt arbete spelar en central roll i vårt samhälle såväl i människors vardagsliv som för hur demokratin fungerar. Beskrivningen görs utifrån två perspektiv – ett förändringsperspektiv och ett samhällsperspektiv. Ser journalistkåren likadan ut som för 15-20 år sedan? Har kåren påverkats av framväxten av kommersiell radio och tv, internet och nya medier? Och hur förhåller sig journalistkåren till det samhälle de lever i? Hur representativa är journalisterna? Har de andra åsikter och värderingar än vanligt folk? Antologin innehåller 21 kapitel där forskare och doktorander vid institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG) beskriver och analyserar vilka de svenska journalisterna är, hur de ser på samhället, sig själva och sin yrkesutövning.

Forskningsresultaten bygger på fem frågeundersökningar – den första gjordes 1989 och den senaste 2005. Det praktiska arbetet har genomförts i samarbete med svenska Journalistförbundet.

Följande artiklar ingår: *Svenska journalister* (Kent Asp), *Journalisternas sociala bakgrund* (Monika Djerf-Pierre), *Livsvillkor och livsstilar* (Bengt Johansson), *Journalistiken – ett könsmärkt fält?* (Monica Löfgren Nilsson), *Journalisters arbete och utbildning – omstrukturerings pågår* (Maria Edström), *Redaktionell förändring och arbetsmiljön* (Monica Löfgren Nilsson), *Granskningsidealet* (Jenny Wiik), *Namnpublicering – en fråga om offentligt och privat* (Britt Börjesson), *Vad bestämmer nyhetsvärdet?* (Marina Ghersesti), *Journalisters publikkännedom* (Ulrika Andersson), *Journalisternas syn på sig själva* (Jenny Wiik), *Journalistkåren och kommersialiseringen* (Ingela Wadbring), *Olika bud om mediernas uppgifter* (Tomas Andersson Odén), *Mediemakten* (Kent Asp och Bengt Johansson), *Makten över journalistiken* (Kent Asp och Bengt Johansson), *Journalisters samhällsförtroende* (Lennart Weibull), *Journalister och religion* (Lennart Weibull), *Demokratin* (Kent Asp), *Åsikter och ideologier* (Kent Asp), *Partisimpatier* (Kent Asp) och *En profession på gott och ont* (Kent Asp).

Mediernas vardagsrum. Om medieanvändning och moral i vardagslivet

Stina Bengtsson, Göteborgs universitet, Institutionen för journalistik och masskommunikation / JMG, 2007, (Göteborgsstudier i journalistik och masskommunikation; 47), 272 p. Note: Dr. diss. English summary 6 p.



Modern media have a severe impact on almost all parts of our everyday lives in the Western world. Even so, many people have ambivalent feelings towards some parts of their media use. They might feel guilty spending time in front of the television, or try to keep their children from the computer games. This book deals with the moral dimensions of media use in a variable everyday context.

The aim of this study is to understand media use in everyday life, primarily its moral dimensions. Three particular aspects of media use in everyday life are analysed. The first step is to identify dominant places of everyday media use and to analyse what kind of impact the media has on our experiences of these places. The second goal is to examine the role of the media in cultural transformations of everyday spaces. Finally follows an analysis

of values, strategies and moral discourses to handle media use in everyday life.

Three kinds of materials are analysed qualitatively. First, fifty individual interviews. Second, a reception analysis of 12 focus group interviews and third, an analysis of the material dimensions of the media in everyday life; organization of the media in the home, and how we relate to the media as artefacts, contents and texts.

Medborgarnas röster. Studier av Internet som politisk offentlighet

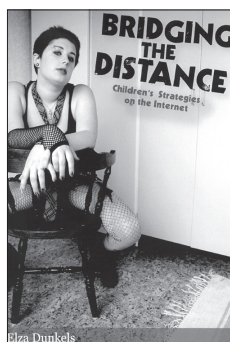
Ulf Buskvist, Örebro universitet, Department of Humanities, 2007, (Örebro studies in media and communication; 6), 242 p. Note: Dr. diss.

This study investigates the conditions for and forms of citizen participation in the websites' communicative practices. A mainpoint is to compare websites located within separate institutional contexts, in terms of how they are designed and how they are used. Three types of websites are studied: media corporations, political parties and social movements, in connection with the Swedish parliamentary election 2002 and the election to the European parliament 2004. The dissertation involves case studies that take into account three different links of the communicative chain: production, content and interaction.

The production dimension was studied with the help of qualitative interviews and observation. The content dimension – the design of websites, discourses and communicative invitations – was studied with critical multimodal discourse analysis (see e.g. Kress & van Leeuwen 2001). Finally, the interaction dimension was studied with inspiration from the theoretical and methodological perspectives of discourse and conversation analysis (see e.g. Hutchby 2001, van Dijk 1998, and Fairclough 1995).

Bridging the Distance. Children's Strategies on the Internet

Elza Dunkels, Umeå universitet, Fakultet för lärarutbildning, Interaktiva medier och lärande, 2007, 57 p., (Doktorsavhandlingar i pedagogiskt arbete; 18), ISSN 1650-8858. Note: Dr. diss. Also available on the Internet: urn_nbn_se_umu_diva-1340-2__fulltext.pdf



This thesis deals with the following questions: What do children find negative on the Internet? What counter strategies do they use? How have they developed these strategies? The method used is one-to-one online interviews and the analyses are qualitative in nature. The sample is children in grade 6 of the Swedish compulsory school, aged between 11 and 13. 104 children, 52 girls and 52 boys, from different parts of Sweden were interviewed.

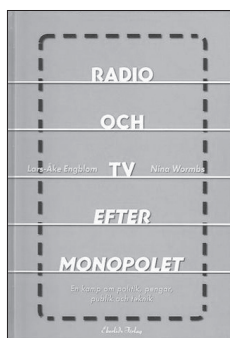
The media debate seems to display consensus regarding what threats the Internet poses to young people. The conclusion of this thesis is, however, that children's views of the Internet in many ways differ from the media related adult view. The children of this study do not express a great

deal of anxiety about the negative sides of the Internet. They are aware of, and can describe many downsides but these are not present in their everyday use of the Internet. Digging deeper it turns out that many children have in fact well-developed counter strategies. However, these strategies are not conscious in the sense that the children discuss them. Instead, they seem integrated in their online environment. The counter strategies have been developed by the children alone or together with peers. In some, but remarkably few, cases adults have been giving tips or teaching the children strategies. Nevertheless, the study does not paint a picture of naïve children, unable to see actual threats, but of responsible young citizens who are aware of the threats that exist in their online setting – sometimes from personal experience – and have developed methods to avoid such threats.

Radio och TV efter monopolet.

En kamp om politik, pengar, publik och teknik

Lars-Åke Engblom & Nina Wormbs, Stockholm, Ekerlids förlag, 2007, 319 p.

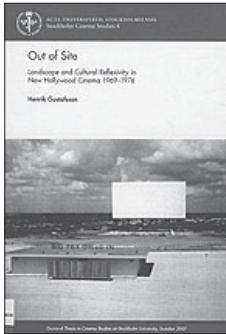


TV- och radiomarknaden har förändrats dramatiskt under de senaste decennierna. Hundratals nya kanaler har tillkommit och många nya aktörer har gett sig in i den explosivt växande branschen.

Boken är en samtidshistorisk skildring och analys av utvecklingen på etermedieområdet och konkurrensen om sändningstillstånden, om det politiska kriget om reklamradion, om hur tv gjorde sporten till en miljardindustri och hur det gick till när Sverige fick marksänd digital-tv. I fokus står kampen mellan public service och de kommersiellt finansierade kanalerna.

Out of Site. Landscape and Cultural Reflexivity in New Hollywood Cinema 1969-1974

Henrik Gustafsson, Stockholms universitet, Filmvetenskapliga institutionen, 2007, (Stockholm cinema studies; 6)228 p. Note: Dr. diss. For fulltext see <http://www.diva-portal.org/su/abstract.xsql?dbid=6790>



This dissertation examines landscape as a concept for analysis and interpretation in film studies by considering the New Hollywood cinema in the late 1960s and early 1970s. Contextualized within the contested notion of nationhood at the time as well as the concern among filmmakers to probe the properties, practices and traditions of American cinema, this was also a period when landscape underwent widespread redefinition as a field of artistic and academic practice. From the outset an aesthetic and pictorial concept, landscape is understood as consisting of a number of interacting ideas and systems of representation which are addressed in terms of inter-medial relations. Not something to be encountered or discovered and fixed on canvas or film, landscape involves an ongoing process of construction,

appropriation and transformation.

Departing from a discussion of the historical role landscape has played in cultural practices of self-representation and self-definition, this study is concerned with how it can be turned against itself and used as a point of departure for adversary and antagonistic views of national myths and media. The organization is roughly chronological, based around a series of reconsiderations of key films, mainly focusing on road movies and genre-revisionist work of the period. Rather than a repository of stable identities and values, each chapter shows how landscape can be advanced in a process of reflecting on attempts to impose meaning, order and linearity.

Media Business Venturing. A Study on the Choice of Organizational Mode

Min Hang, Högskolan i Jönköping, Internationella Handelshögskolan, JIBS, Media Management and Transformation Centre, 2007, (JIBS Dissertation Series ; 44), 229 p. Note: Dr. diss. Fulltext: urn_nbn_se_hj_diva-1003-1__fulltext.pdf

In a dynamic environment characterized by constant technological advancement, new business opportunities appear in a variety of forms in the media industries. While venturing for these emerging opportunities, media firms are confronted with challenges such how to organize venturing and why to choose a certain organizational mode for the development of new business.

Both the IO and RBV give valuable implications to the choice of venturing organizational mode. However, in some circumstances, explanations derived from these two theories may conflict with each other rather than harmonizing. Therefore, how to understand the different interpretations given by the two theories and what is the relationship between the traditional economics theories and the more recent resource-based theories in the specific context of new media business venturing are the central issues in this research.

To answer such questions, a case study strategy was adopted, and eight new media venturing cases were investigated within six media companies.

Picturing Dissolving Views. August Strindberg and the Visual Media of His Age

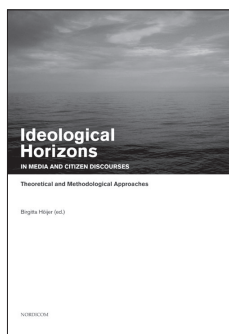
Vreni Hockenjos, Stockholm, Acta Universitatis Stockholmiensis, Almqvist & Wiksell International, 2007, (Stockholm cinema studies; 7), 250 p. Note: Dr. diss.

The subject of this study is August Strindberg's interaction with the visual media of his day. Its dual aim is to examine Strindberg's work in the light of media history and to allow Strindberg's work in turn to illuminate the media history of the fin de siècle. Taking its cue from the commonplace scholarly observation that Strindberg's drama, particularly that of his later phase, is strikingly "cinematic", it asks: What do such comparisons really tell us about Strindberg's art and what, if anything, do they tell us about cinema?

The thesis of this study is that the putatively "cinematic" style of Strindberg's writings can only be understood against the backdrop of a mass culture, oriented towards the visual sense, which was undergoing rapid expansion at the turn of the last century. In devising his "dream play techniques", it argues, Strindberg both drew on and reacted against various image-based modes of representation that had become extremely widespread in the late nineteenth century. The loss of reality that is so prominent a feature of works such as *To Damascus* (1898) or *A Dream Play* (1901) should in this sense be regarded as marked by an experience of mediatization, that is, the steady incorporation of all aspects of daily life by mass media technologies. Shifting the spotlight away from cinema, a critical encounter with Strindberg's work can cast light on largely overlooked media practices such as magic lantern or Sciopticon exhibition, panoramic entertainments, instantaneous photography, and the introduction of the halftone process in printing. At the same time as it unsettles received notions of Strindberg's drama as "cinematic", the study seeks to show how the writings of this revolutionary artist can provide fresh material for a reassessment of life in a media-saturated age.

Ideological Horizons in Media and Citizen Discourses. Theoretical and methodological approaches

Birgitta Höijer (ed.), Göteborgs universitet, Nordicom, 2007, 165 p., (Research Anthologies and Monographs).



In which ways does the media discursively make sense of contemporary society? In which ways does the public, through the media, deal with and negotiate ongoing changes in society? How can we study this?

Such questions are addressed in this volume. The authors consider societal changes not only as structural, material processes, but also as deeply ideological. They further consider ideologies to be observable in various discursive practices. A new concept, ideological horizon, is introduced, and its theoretical and methodological fruitfulness is developed. The analytical richness of the concept is demonstrated and different methods are suggested for empirically studying ideological horizons in the media and among citizens. Areas of current interests, such as "the global war on terrorism",

drug trafficking, crises events, mental illness and violence, health and healthism, and contemporary working life, are analysed.

Following articles are included: *Ideological Horizons. Outline of a Theory on Hegemony in News Discourse* (Stig A. Nohrstedt), *A Socio-Cognitive Perspective on Ideological Horizons in Meaning-Making* (Birgitta Höijer), *The Ideological Horizons of Citizenship. National Media as Discursive Bridge* (Ulrika Olausson), *Border Journalism and the Articulation of National Horizons* (Johan Östman), *Ideological Horizons in the Media. Mental Illness and Violent Crime* (Joel Rasmussen), *Mediatization of Health and "Citizenship-Consumership" (Con)Fusion* (Tanja Kamin),

The Making of an Employable Individual (Marinette Fogde), and *For a Transnational Mode of Journalistic Writing* (Peter Berglez).

Bio för barnens bästa? Svensk barnfilm som fostran och fritidsnöje under 60 år

Malena Janson, Stockholm, Acta Universitatis Stockholmiensis, Almqvist & Wiksell International, 2007, (Stockholm cinema studies; 8), 176 p. Note: Dr. diss.

The main aim of this dissertation is to examine the different childhood discourses permeating Swedish children's cinema. This is done through close readings of three films that, each in their own way, play an important role in the history of this tradition: *The Children of Frosted Mountain* (Rolf Husberg, 1945), *The Children of Bullerby Village* (Olle Hellbom, 1960) and *Elvis! Elvis!* (Kay Pollak, 1977). Other subjects analysed are media debates about children's film from the periods in which the films were produced, as well as official reports on the same subject. Taken as a whole, these elements form a significant body of material, describing the notions of children and childhood, as well as ideas around children's film as medium, that predominated in Swedish society at three given moments in the 20th century. The study shows, that the most striking characteristic is that ever since 1945, when the first film specifically made for children was produced in Sweden, such films have been created with the intention of 'benefiting' the young audience. This 'cinema of best intentions', in turn, contains a number of attributes that are not always as unequivocally positive as they might initially seem.

One of the main starting points for this exploration comes from modern childhood studies, according to which every given time and culture has its own complex of ideas, understandings and representations of children and childhood. Another central theoretical source is Michel Foucault. His ideas of power and knowledge, discipline and oppression, as well as his methodology, permeate this study. From this point of view, there is an aspect of 'best intentions' children's cinema that can be seen as imposing 'the oppression of benevolence.'

Filmkultur och nöjesliv i Örebro 1897-1908

Åsa Jernudd, Stockholms universitet, Filmvetenskapliga institutionen, 2007, (Stockholm cinema studies; 5), 204 p. Note: Dr. diss. For fulltext see http://www.diva-portal.org/diva/getDocument?urn_nbn_se_su_diva-6693-2__fulltext.pdf

This dissertation is a historical study of film exhibition in the context of emerging popular entertainment in Örebro, a medium-sized town in Sweden, 1897 to 1908. It argues that since 80% of the population resided in towns and rural areas around 1900, studying the impact of film culture in a town setting is essential for an understanding of early film culture in Sweden. The local press is used as primary source of marketing schemes, venues and programming policies as well as of cultural debate and conflict.

Across Europe, theatres and fairgrounds were the preferred venues of traveling exhibitors of film shows. In Örebro, however, film exhibition preferably took place in the "respectable" halls of voluntary organizations. Of special importance to local film culture were two working class societies: the liberal Arbetareföreningen (AF) and the labor-based Arbetarekommun (AK) – albeit in different ways. AF, which embraced reformist ideals, owned the most popular venue for film exhibition and transformed their hall into a movie theater in 1907. AK encouraged the working class population to spend leisure time (and money) on popular forms of cheap entertainment by opening an amusement park in town and by frequently organizing bazaars, funfairs and variety shows. Socio-cultural conflict was concentrated to the fairground around the turn of the century and later turned to AK's

bazaars and funfairs. The emerging film culture influenced opinion in the big cities of Sweden, yet in Örebro it only received sporadic public attention.

In stark contrast to the situation in the big cities, the transformation of itinerant film exhibition to permanent forms was a gradual and relatively inconspicuous process in Örebro that took place in the shadow of AK's more obtrusive culture of cheap amusements. Three movie theatres opened in 1907 and were accepted by the town's public with relative ease.

TV-journalistik i konkurrensens tid. Nyhets- och samhällsprogram i svensk TV 1990-2004

Anna Maria Jönsson & Jesper Strömbäck, Stockholm, Ekerlids Förlag, 2007, 328 p.



Under de senaste 15 åren har det svenska medielandskapet förändrats radikalt. Den tid då det endast fanns två public service-kanaler att välja mellan för svenska TV-tittare känns avlägsen. Sedan avskaffandet av TV-monopolet i slutet av 1980-talet har antalet TV-kanaler och deras utbud ökat dramatiskt. Etermediesystemet har också kommersialiserats, eftersom de nya aktörerna är kommersiella medieföretag.

TV är för de flesta en av de viktigaste källorna till nyheter och information om politik och samhälle. Några av de frågor som behandlas i boken är: Hur har nyhets- och samhällsprogram i svensk TV förändrats sedan avskaffandet av TV-monopolet? Har konkurrensen lett till fördjupning, större bredd och mångfald? Har nyhets- och samhällsprogrammen i svensk TV

kommersialiserats? Vilken betydelse har förändringarna för den svenska demokratin?

Medier & politik. Om arbetarrörelsens mediestrategier under 1900-talet

Mats Jönsson & Pelle Snickars (ed.), Stockholm, Statens ljud- och bildarkiv, 362 p. + 2 DVD-skivor, (Mediehistorisk Arkiv; 3).



Kring 1900 är den svenska arbetarrörelsen fientligt inställd mot modernitetens massmedier trots att merparten av rörelsens företrädare är mediearbetare. Alla av förgrundsgestalterna är ju tidningsredaktörer August Palm och Axel Danielsson, Hjalmar Branting och Per Albin Hansson. Mer än sextio år senare har Olof Palme på ett normativt sätt förändrat hur svenska politiker bör förhålla sig till media och ytterligare ett kvartsekel senare dansar Göran Persson i Bolibompa.

I antologin behandlar historiker, filmvetare och mediehistoriker frågan vad som hände när svenska arbetarrörelsen reformerade sitt förhållningssätt till audiovisuella massmedier.

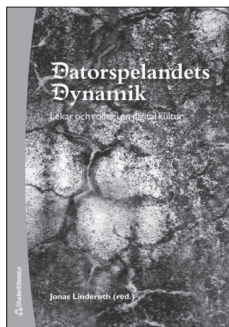
Bokens åtta kronologiskt upplagda artiklar diskuterar de senaste hundra årens politiska mediebruk i Sverige från storstrejken 1909 till valbloggar 2006 med fokus på arbetarrörelsen i allmänhet och socialdemokratin i synnerhet. Dels anlägger boken mediala perspektiv på arbetarrörelsens historia, dels uppmärksammar den arbetarrörelsens eget mediebruk. Ett flertal av de filmer som diskuteras i boken återfinns på två medföljande DVD-skivor. De innehåller mer än sex timmar rörligt bildmaterial producerat för den svenska arbetarrörelsen.

Följande artiklar ingår: *Storstrejken 1909 – en mediehistoria* (Pelle Snickars), *Filmeländet – att utarbeta en filmpolitik* (Eva Blomberg), *Regionfilmen och konstruktionen av folkhemmet* (Bengt Bengtsson), *"Den kungliga skölden"* – Per Albin Hansson, *Gustaf V och medierna 1940* (Mats

Jönsson), *Den svenska modellen – arbetarrörelsen, staten och filmen* (Per Vesterlund), *Bilder av det "goda" arbetet* (Mats Hyvönen), *Från PR-minister till massmediernas Segovia: Olof Palme och televisionen* (Gunnela Björk) och *Politikens multimedialisering* (Lars Ilshammar).

Datorspelandets dynamik. Lekar och roller i en digital kultur

Jonas Linderöth (ed.), Lund, Studentlitteratur, 2007, 256 p.



Datorspel är en snabbt växande kulturform som har blivit ett självklart inslag i vår medievardag. Miljoner människor tillbringar mer tid i virtuella världar än vad de gör framför teven och datorspelsindustrin har sedan länge passerat filmindustrin i omsättning. Detta förändrade medielandskap för med sig nya socialisationsprocesser och nya estetiska möjligheter. Grundläggande mänskliga företeelser som lek och berättande anpassas till datorspelets format. Datorspelande blir en ny social praktik som är självklar för den växande generationen. Här diskuteras frågor som: Hur ska vi förstå dessa spelvärldar? Vad är datorspelande för typ av aktivitet? Bidragen i antologin är författade av skandinaviska forskare inom sociologi, data- och litteraturvetenskap.

Följande artiklar ingår: *Det dynamiska datorspelandet* (Jonas Linderöth), *Man kan beställa ett hembiträde: Om pojkars interaktion i The Sims* (Louise Peterson och Anna Munters), *Att lära sig ABC i datorspelande: Utveckling genom anpassning* (Ulrika Bennerstedt), *Besjälade spelpjäser: Avatarer som roll, redskap och rekvisita* (Jonas Linderöth), *Spel, familjeliv och virtuella rum* (Pål Aarsand & Karin Aronsson), *Berättelse blir spel: Om ludiseringen av JK Rowlings Harry Potter and the Philosopher's Stone* (Anna Gunder), *Datorspel som lekplats och skådeplats: Rummets roll i lek och narration* (Ulf Wilhelmsson), *"Nästan som ett spel": Barns roller och perspektiv vid datorprogrammering* (Jakob Tholander & Ylva Fernaeus), *Att skapa ljuv musik: Det pedagogiska användandet av datorspel* (Simon Egenfeldt-Nielsen), *Forskning på spel: Metodologiska ansatser till spelanalys* (Espen Aarseth) och *Spelforskningens spelplan: En möjlig kärna för ett nytt kunskapsfält* (Staffan Björk).

***La commission européenne et ses pratiques communicatives. Études des dimensions linguistiques et des enjeux politiques des communiqués de presse* [Europeiska kommissionens kommunikativa praktiker: En studie av pressmeddelandenas språkliga och politiska dimensioner]**

Maria Lindholm, Linköpings universitet, Institutionen för kultur och kommunikation, 2007, (Linköping Studies in Arts and Science; 401), (Studies in language and culture; 10), 399 p. + app. 31 p. Note: Dr. diss. For fulltext see <http://www.ep.liu.se/abstract.xsql?dbid=9818>

The thesis investigates the European Commission's communicative practices in the light of the press releases that are distributed daily to the world's largest press corps in Brussels and on the Internet to other journalists and the general public.

The overall aim of the thesis is to describe the text production of one of the largest text producers in the world and to highlight the linguistic dimensions of the Commission's communicative practices, which until now have received little scholarly attention. The study adopts a dialogical perspective on communication, where communication is understood as a dynamic process in which people interact in a given context. This means that the press releases are seen as parts of the production and distribution context in which they are embedded, both on a local level and on a more general institutional level.

The empirical data on which the study is based comprise field studies at the European Commission and text analyses of press releases issued by the Commission and French and Swedish ministries. The press releases are analysed on different linguistic levels, text pattern and the use of tense, on the one hand, and composition processes on the other. As an example, the production of two press releases is studied in detail, in view of the authors' comments to and motivations for changes to the texts. With its unique insight into how a press release is drafted step by step and by the different parties involved this part of the thesis is an important contribution to research on press releases, which only recently has become more oriented towards the production process.

Den medierade konsten. Scenen, samtalet, samhället

Anna Orrghen, Hedemora, Gidlund, 2007, 248 p., ISBN 978-91-7844-736-7, (JMK:s avhandlingsserie, Medie- och kommunikationsvetenskap), ISSN 1102-3015. Note: Dr. diss. English summary 8 p.



This dissertation takes its starting point in three Swedish art exhibitions which contain so called new media: *Avatar* (1998), *Bäst före* (1999) and *Electrohype* (2000-2006). These exhibitions take place in a time which according to media scholars is significant; media society, media age, media landscape, image culture, media culture and media space is a handful of concepts being used to characterize this particular time. These exhibitions contain new media, thematically or as an apparatus, and are to be considered as expressions of the contemporary media society.

With the starting point in how printed media, radio, television and internet discuss *Avatar*, *Bäst före* and *Electrohype* the aim of this dissertation is to examine how the contemporary media society is thematized in the mediated discourse of art and new media in Sweden, formwise as well as thematically, during the turn of the century 2000. The overall intention is to shed light upon the pattern of tensions that are brought to the fore when new media emerge in the society.

The societal context of the exhibitions is defined as a media society. The research object of the dissertation are mediation processes related to *Avatar*, *Bäst före* and *Electrohype*. The role of the exhibitions in the study are as discourse producing events. The material consists of written, auditive and visual texts from the mass media that relates to the three art exhibitions. By using textual analysis this dissertation puts to the fore spatial dimension of the synaesthetical practices of looking, the embodied vision, the compression of time and space, the importance of learning oneself how to see phenomena related to new media. This describes the contemporary media society as ephemeral and changeable, at the same time as it proves to have a continuity. It is vital to stress the importance of not understanding this characterization in terms of binary oppositions. On the contrary, it is their parallel existence that contribute to the elasticity significant of the contemporary media society.

Medieetik i Europa

Olof Petersson & Claude-Jean Bertrand (eds.), Stockholm, SNS Förlag, 2007, 241 p.



Enbart demokratin kan trygga mänsklighetens överlevnad. Demokratin kräver välinformerade och upplysta medborgare. Nyhetsmedier med kvalitet har därför en avgörande betydelse. Medierna behöver vägledande regelsystem.

Boken återger i översättning ett antal medieetiska spelregler från olika länder i Europa. Detta internationella perspektiv visar att det också i andra demokratier finns delade meningar om hur medierna bör hantera sitt etiska ansvar.

Boken inleds med en sammanfattande analys av professor Claude-Jean Bertrand, som under många år undervisat och forskat om medieetik. Han presenterar en utförlig samling exempel på hur medieetiska ansvarssystem kan utformas praktiskt.

Medieetik under debatt

Olof Petersson (ed.), Stockholm, SNS Förlag, 2007, 305 p.



Muhammets bilderna och Expressens löpsedel om Mikael Persbrandt har aktualiserat frågan om yttrandefrihetens gränser. Svenska medier har länge velat undvika statlig inblandning genom ett system av etisk självsanering.

Dagens medier står inför stora etiska utmaningar. Inläggen i antologin diskuterar hur dagens etiska regelsystem fungerar i praktiken. Frågan är om systemet borde reformeras och i så fall hur. Boken inleds med en aktuell översikt över vilka regler som gäller för vilka medier i dagens alltmer uppdelade medielandskap.

Bland bokens författare finns journalister, redaktionsledare, mediechefer, organisationsföreträdare, nuvarande och tidigare pressombudsman och andra med uppgifter inom självregleringssystemet samt jurister och forskare. Följande artiklar ingår: *Skrivfriheten och ansvaret* (Olof Petersson), *Journalistens fördomar* (Katarina Wennstam), *Mörklagt maktlandskap*

(Göran Greider), *Självbedrägeriet* (Johan Ehrenberg), *Allmänheten behöver en Medieombudsman* (Janne Andersson), *Det journalistiska uppdraget* (Kerstin Brunnberg), *En gemensam etiknämnd för press och etermedier* (Göran Ellung), *Journalistiken, etiken och juridiken* (Nils Funcke), *Från Machiavelli till Mas* (Torbjörn von Krogh), *Publicistklubbens roll* (Stig Fredriksson), *Självsanering* (Agneta Lindblom Hulthén), *Den förebyggande vården är viktigast* (Barbro Fischerström), *Ett nytt medieråd* (Östen Johansson), *Kravet på opartiskhet i etermedierna* (Johan Munck), *En klanderlista är ej alltid vad den synes vara* (Olle Stenholm), *Tänk om vi fick börja om* (Pär-Arne Jigenius), *Tredje statsmaktens framtid* (Hans-Gunnar Axberger), *En advokats reflektioner* (Peter Danowsky), *Avsändare och egenåtgärder* (Anders Ericson), *Ge upp eller reformera* (Britt Börjesson), *Vad är ett allmänintresse?* (Christian Munthe), *Makt att ta moraliskt ansvar* (Susanne Wigorts Yngveson), *Internets utmaningar* (Helle Nissen Kruuse), *Finland: högsång för självreglering* (Kaarle Nordenstreng och Ari Heinonen) och "... too idiosyncratic" (Odd Raam).

Demokratirådets rapport 2007. Medierna och yttrandefriheten

Olof Petersson, Anker Brink Lund, Eivind Smith & Lennart Weibull, Stockholm, SNS Förlag, 2007, 188 p.



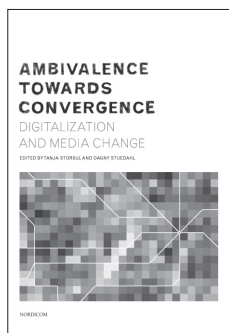
Sverige har en lång tradition av tryckfrihet och offentlighet, men yttrandefriheten befinner sig i dag under press. Det fria ordet är av fundamental betydelse för demokratin. I dagens samhälle bestäms yttrandefrihetens villkor framförallt av staten och medierna.

Mot bakgrund av medielagstiftningens utveckling analyserar Demokratirådet 2007 yttrandefrihetens rättsliga grunder och gränser och diskuterar mediernas redigerandemakt och självreglerande ansvar. Diskussionen rör aktuella frågor som till exempel: Vad får en tidning skriva om en känd skådespelare? Hur långt får tidningstecknare gå i satirer om olika religioner? Var går gränsen för vad en predikant får säga om homosexuella?

Medierna spelar en avgörande roll för att förverkliga yttrandefrihetens idé. Men vilka gränser finns i dag för vad medierna får publicera?

Ambivalence Towards Convergence. Digitalization and Media Change

Tanja Storsul & Dagny Stuedahl (eds.), Göteborgs universitet, Nordicom, 2007, 252 p.



Concepts of convergence and converging processes have triggered considerable attention and activities in media research during recent years. This has been an inspiring context for the discussions and analyses presented in this book.

The book elucidates a variety of understandings related to the concept of convergence, and at the same time reflects on the analytical advantage of the concept. The contributions discuss the impact of media digitalization and the degree to which the prospects of convergence have been realized. The studies range from investigations of institutional and regulatory change within media and cultural institutions, to analyses of communicative genres and social practices related to digital media.

Manga! Japanska serier och skaparglädje

Fredrik Strömberg, Stockholm, Seriefrämjandet, 2007, (Skrifter utgivna av Svenska barnboksintitutet; 95), 220 p. Note: Se också <http://dspace.mah.se/handle/2043/4186>



This is a study of why Japanese comics, so-called manga, in such a high degree make Swedish readers eager to write and draw comics themselves, and what didactic implications this might have for teachers working in Sweden. To answer this, the author has put together a focus group of Swedish artists influenced by manga, and also used a questionnaire at two Swedish art schools, where young artists are taught how to draw in a manga style. The results show that it is the compelling storytelling and the focus on the characters that enthrall readers about Japanese comics, but that it is the seemingly simple style that makes the readers think they themselves can

master it. The fact that the interest in both reading and creating manga, almost completely overlap with the so-called *period of oppression* (between the ages of and) when most students lose interest in creating art, is something that could and should be used in the Swedish educational system.

Cyberfeminism in Northern Lights.

Digital Media and Gender in a Nordic Context

Malin Sveningsson Elm & Jenny Sundén (eds.), Newcastle-upon-Tyne, Cambridge Scholars, 2007, 282 p. Note: For further information, see <http://www.c-s-p.org/Flyers/9781847180896-sample.pdf>

What does it mean to study supposedly global media phenomena from a Nordic perspective? In which ways could a Nordic feminist perspective on digital media make a difference in relation to dominant research traditions? What would be particular and unique about Nordic cyberfeminism – compared to the “unmarked” version of cyberfeminism dominating the field today? These are some of the questions that this book sets out to answer.

Cyberfeminism in Northern Lights: Digital Media and Gender in a Nordic Context pushes the boundaries of contemporary cyberfeminism significantly. Against the background of an expanding body of research in the field of digital media and gender – which to this date has primarily been carried out from an Anglo-American perspective – the book argues that feminist studies of digital media need to become more inclusive and aware of their own geographical and cultural biases and limits.

The book takes as its point of departure the knowledge and experiences from the Nordic countries: Norway, Sweden, Finland, Iceland and Denmark. Although often grouped together under the assumed homogeneity of Scandinavia, there are important differences between the countries – but also certain qualities and aspects that run across national borders, which make for an intriguing foundation of this book.

Includes following articles: *Introduction: Cyberfeminism in Northern Lights* (Jenny Sundén & Malin Sveningsson Elm), *On Cyberfeminist Intersectionality* (Jenny Sundén), *Online Pornography, Normativity and the Nordic Context* (Susanna Paasonen), *Nordic Feminism in a Cyberlight?* (Janne C.H. Bromseth), *Doing and Undoing Gender in a Swedish Internet Community* (Malin Sveningsson Elm), *Performing and Positioning PowerBabes* (Charlotte Kroløkke), *Digital Performances of Gendered Pasts* (Cecilia Åsberg and Bodil Axelsson), *Differences and Similarities in Girls' and Boys' Internet Use* (AnnBritt Enochsson), *Cultural Appropriation of Computers in Norway 1980-2000* (Hilde Corneliussen), *Surveillance Technology, Work and Gender* (Gudbjörg Linda Rafnsdóttir and Lára Rún Sigurvinsdóttir), *The Absence of Hackerettes in the Culture of Programming* (Fatima Jonsson), and *Digital Media and Cyberculture: A Feminist and Nordic Approach* (Anne Scott Sørensen).

Från norra ståplats till cyberspace. En beskrivning av en diskussion på Internet om ishockey utifrån ett offentlighetsperspektiv

Anders Svensson, Göteborgs universitet, Institutionen för journalistik och masskommunikation, 2007, (Göteborgska studier i journalistik och masskommunikation; 46), 277 p. Note: Dr. diss. English summary 8 p.



Internet involves possibilities for public debate and civic participation in democratic life. Space is provided on the World Wide Web for new communities and public discussions, both with and without explicit political intentions. The starting point of this study is that online discussions in everyday life, political or not, contribute to the reproduction of democratic and civic culture.

The aim of the study is to analyze whether an un-political discussion forum in everyday life can be described as a public sphere and the discussion on hockey as communicative, democratic and deliberative.

The data consists of contributions to the discussion from three seasons, 1999–2002, of the Swedish National Hockey League. The final sample, 3993 contributions posted during totally 149 days, have been undergone a content analysis.

Annan ny litteratur

Andersson, Ulrika: *Fokus på unga vuxna: sociala förändringar och växande medieutbud skapar nya medievanor bland unga*. Göteborgs universitet, Institutionen för journalistik och masskommunikation/JMG, 2007, (Arbetsrapport; 46), 70 p.

Mångfald och kvalitet. Public service-TV 1998–2006 – en utvärdering. Haninge, 2007, 71 p. (Granskningsnämndens rapportserie; 22). Note: En undersökning på uppdrag av Granskningsnämnden för radio och TV, genomförd av professor Kent Asp, Institutionen för journalistik och masskommunikation/JMG, Göteborgs universitet. För mer information se <http://www.grn.se/>

Bjerling, Johannes: *Partiledarutfrågningarna i SVT 2006*. Göteborgs universitet, Institutionen för Journalistik och Masskommunikation/JMG, 2007, (Arbetsrapport; 45), 28 p.

Carlsson, Ulla: *Awareness and empowerment: the need for media literacy in the digital age*. Göteborgs universitet, NORDICOM, The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, 2007, 11 p., (The First International Conference on Media Education, 1, 4-7 March 2007, Riyad). Note: Presented at Round Table: Media, Children and Young People. Awareness and Empowerment.

Granskning av grundutbildning i medie- och kommunikationsvetenskap vid Luleå tekniska universitet. Stockholm, Högskoleverket, 2007, (Högskoleverkets rapportserie; 2007:5 R), 16 p. Note: För mer information se <http://www.hsv.se/download/18.44aba2dc11030072f75800081990/0705R.pdf>

Lindhoff, Håkan & Rydholm, Lena (eds.): *Media cultures and globalization in China*. Stockholms universitet, Avdelningen för kinesiska och Institutionen för journalistik, medier och kommunikation/JMK, (Stockholm media studies; 2007:1), 166 p.

Schöld, Judith: *Utan vägtullar på information highway [Elektronisk resurs]: vetenskaplig publicering i Open Access-tidskrifter: en intervjuundersökning med musikforskare*. Högskolan i Borås, Bibliotekshögskolan/Biblioteks- och informationsvetenskap, 2007, (Magisteruppsats i biblioteks- och informationsvetenskap vid Bibliotekshögskolan/Biblioteks- och informationsvetenskap; 2007:108) 47 p.

Uppföljande utvärdering av utbildning i journalistik vid universitet och högskolor i Sverige. Stockholm, Högskoleverket, 2007, (Högskoleverkets rapportserie; 2007:4 R), 88 p., Note: För mer information se <http://www.hsv.se/download/18.44aba2dc11030072f75800055700/0704R.pdf>

Utvärdering av ämnena film-, konst-, musik- och teatervetenskap vid svenska universitet och högskolor. Stockholm, Högskoleverket, 2007, (Högskoleverkets rapportserie 2007:19 R), 170 p. Note: För mer information se <http://www.hsv.se/download/18.5b73fe55111705b51fd80002261/0719R.pdf>

Utvärdering av grundutbildning inom ämnesområdet interaktiva medier/design vid svenska universitet och högskolor. Stockholm, Högskoleverket, 2007, (Högskoleverkets rapportserie; 2007:14 R), 58 p. Note: För mer information se <http://www.hsv.se/download/18.44aba2dc11030072f75800085738/0714R.pdf>

Artiklar

Andersson, Ulrika: Lokala nyheter morgontidningarnas starka kort. In Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (ed.): *Det nya Sverige: trettiosju kapitel om politik, medier och samhälle: SOM-undersökningen 2006*. Göteborgs universitet, SOM-institutet, 2007, (SOM-rapport; 41), pp. 335-344.

Antoni, Rudolf: Morgondagens publik. In Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (ed.): *Det nya Sverige: trettiosju kapitel om politik, medier och samhälle: SOM-undersökningen 2006*. Göteborgs universitet, SOM-institutet, 2007, (SOM-rapport; 41), pp. 367-378.

Bergström, Annika: Medborgarna online. In Nilsson, Lennart (ed.): *Det våras för regionen. Västsverige 1998-2005*. Göteborgs universitet, SOM-institutet, 2007, (SOM-rapport; 40), pp. 89-100.

Bergström, Annika: Internetval 2006 – för de redan frälsta. In Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (ed.): *Det nya Sverige: trettiosju kapitel om politik, medier och samhälle: SOM-undersökningen 2006*. Göteborgs universitet, SOM-institutet, 2007, (SOM-rapport; 41), pp. 395-404.

Bolin, Göran: Mobiltelefonen som interpersonellt medium och multimedialt sökverktyg. In Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (ed.): *Det nya Sverige: trettiosju kapitel om politik, medier och samhälle: SOM-undersökningen 2006*. Göteborgs universitet, SOM-institutet, 2007, (SOM-rapport; 41), pp. 405-414.

Carlsson, Ulla: Empowerment through media. In: Breines, Ingeborg & d'Orville, Hans (eds.): *60 women contributing to the 60 years of UNESCO: constructing the foundation of peace*. Paris, UNESCO, 2006, pp. 54-61. Note: Fulltextlänk: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001475/147530E.pdf>

Dahlgren, Peter; Olsson, Tobias: From public sphere to civic culture: Young citizen's Internet use. In: Butsch, Richard (ed.): *Media and public spheres*. Houndmills, Palgrave Macmillan, 2007, pp. 198-209.

Engblom, Lars-Åke: Den globala medieutvecklingen i ett nordiskt perspektiv. *Nordisk Tidskrift* 1(2007)83.

Höglund, Lars & Wahlström, Eva: Bibliotek, läsning och förtroende. In Nilsson, Lennart (ed.): *Det våras för regionen. Västsverige 1998-2005*. Göteborgs universitet, SOM-institutet, 2007, (SOM-rapport; 40), pp. 111-121.

Johansson, Sofia: 'They just make sense': Tabloid newspapers as an alternative public sphere. In: But-

sch, Richard (ed.): *Media and public spheres*. Houndmills, Palgrave Macmillan, 2007, pp. 83-95.

Nord, Lars W: Investigative journalism in Sweden: A not so noticeable noble art. *Journalism* 5(2007)8, pp. 517-521. PDF-version: <http://jou.sagepub.com/cgi/reprint/8/5/517>

Strid, Jan: Radion 2006. In Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (ed.): *Det nya Sverige: trettiosju kapitel om politik, medier och samhälle: SOM-undersökningen 2006*. Göteborgs universitet, SOM-institutet, 2007, (SOM-rapport; 41), pp. 357-366.

Wadbring, Ingela: Konsekvenser av tidningskrig – exemplet Stockholm. In Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (ed.): *Det nya Sverige: trettiosju kapitel om politik, medier och samhälle: SOM-undersökningen 2006*. Göteborgs universitet, SOM-institutet, 2007, (SOM-rapport; 41), pp. 345-356.

Weibull, Lennart: Den medierade verkligheten. In Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (ed.): *Det nya Sverige: trettiosju kapitel om politik, medier och samhälle: SOM-undersökningen 2006*. Göteborgs universitet, SOM-institutet, 2007, (SOM-rapport; 41), pp. 49-58.

Weibull, Lennart: Medieförtroende och medieanvändning. In Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (ed.): *Det nya Sverige: trettiosju kapitel om politik, medier och samhälle: SOM-undersökningen 2006*. Göteborgs universitet, SOM-institutet, 2007, (SOM-rapport; 41), pp. 379-391.

Westlund, Oscar: Nyheter bland unga vuxna i Göteborg. In Nilsson, Lennart (ed.): *Det våras för regionen. Västsverige 1998-2005*. Göteborgs universitet, SOM-institutet, 2007, (SOM-rapport; 40), pp. 101-110.

Westlund, Oscar: Svenskarnas dagstidningsläsning ur ett förändringsperspektiv. In Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (ed.): *Det nya Sverige: trettiosju kapitel om politik, medier och samhälle: SOM-undersökningen 2006*. Göteborgs universitet, SOM-institutet, 2007, (SOM-rapport; 41), pp. 319-333.

Westlund, Oscar: Mobiltelefonen – Ett nyhetsmedium för de särskilt nyhetsintresserade?. In Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (ed.): *Det nya Sverige: trettiosju kapitel om politik, medier och samhälle: SOM-undersökningen 2006*. Göteborgs universitet, SOM-institutet, 2007, (SOM-rapport; 41), pp. 415-424.

Örnebring, Henrik: A necessary profession for the modern age? Nineteenth century news, journalism and the public sphere. In: Butsch, Richard (ed.): *Media and public spheres*. Houndmills, Palgrave Macmillan, 2007, pp. 71-82.