

Hur enskilda yttranden blir stora politiska nyheter

En studie av nyhetsproduktion och politikens villkor i mediesamhället

MATS EKSTRÖM

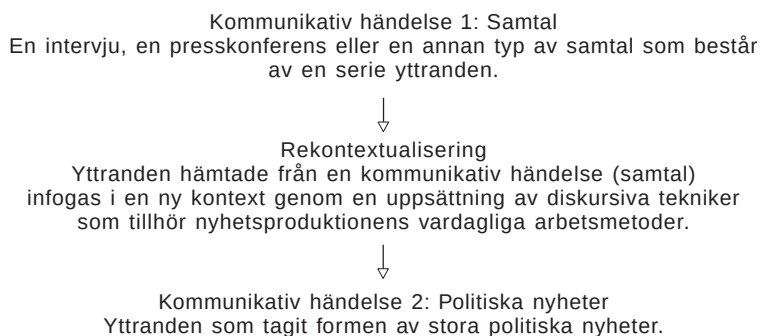
Det tillhör politikens villkor i mediesamhället att ett enda (misslyckat) yttrande framför journalisternas kameror kan bli till en större nyhet än vilka politiska beslut, handlingsprogram och reformer som helst. Det tillhör politikens särskilda sårbarhet att yttranden som inte är avsedda att bli viktiga politiska händelser, ändå kan bli det (jfr Thompson 1995). Vem minns inte näringsminister Björn Rosengrens yttrande ”Norr-männen är egentligen den sista sovjetstaten”?

Nyhetstexter byggs i stor utsträckning upp av yttranden som kommit till i intervjusituationer (Ekström 2001b). Med intervjuens hjälp samlar journalistiken in yttranden som i nästa steg används i berättelser om politiken. I vissa fall blir intervjusvar till huvudhändelsen i nyheter som utvecklas över flera dagar.

Journalistiken är en händelsefokuserad form av kunskapsproduktion (Ekström 2003). Nyheter kan handla om olyckor, förändrade börskurser eller politiska toppmöten. Men det som hänt kan också vara att någon (t ex en politiker) sagt något.

Syftet med denna artikel är att undersöka hur den nyhetsproduktion fungerar som bidrar till att enskilda yttranden kan utvecklas till stora politiska nyheter. Nyhetsproduktionen studeras ur ett diskursteoretiskt perspektiv. Studiens objekt är den process som schematiskt illustreras i figur 1.

Figur 1.



I artikeln studeras tre kommunikativa händelser: En partiledarintervju i TV med statsminister Göran Persson (10/9 1998); ett samtal mellan en journalist och näringsminister Björn Rosengren (23/9 1999); samt en presskonferens med finansminister Bo Ringholm (23/9 1999). Dessa händelser har följande gemensamt:

1. Händelserna inträffade ursprungligen *i, eller inför, medierna*.
2. Händelserna bestod i *yttranden, eller en serie av yttranden*, som politikerna formulerade i specifika samtalssituationer där journalister medverkade aktivt.
3. Yttrandena blev *stora politiska nyheter* genom att de drogs in i en omfattande nyhetsproduktion i press, radio och TV.

Undersökningens särskilda fokus kan tydliggöras med hjälp av två teoretiska begrepp – rekontextualisering och diskursiva tekniker. *Rekontextualisering* syftar här på förflyttningar av yttranden (t ex intervjusvar) från en kontext till en annan och de betydelseförskjutningar som denna förflyttning kan innebära (Linell 1998a). Alla berättelser och textkonstruktioner inbegriper någon form av rekontextualisering. Begreppet särskiljer så till vida inte vissa textkonstruktioner från andra. För att begreppet skall fungera metodologiskt krävs att det specificeras. I denna studie är det en viss typ av rekontextualiseringar som fokuseras, nämligen förflyttningar av politikernas yttranden från en ursprunglig (av medierna formad) samtalssituation (kommunikativ händelse 1), till nyheter där dessa yttranden görs till en huvudsak (kommunikativ händelse 2). Denna typ av förflyttningar utgör en viktig del av den journalistiska praktiken och den maktutövning som praktiken inbegriper (jfr Ekström 2001b). Den fråga jag ställer är: Vilka generella mönster präglar nyhetsjournalistikens rekontextualiseringar av politikers yttranden?

Begreppet *diskursiva tekniker* syftar på den uppsättning av olika metoder, praktiska tillvägagångssätt, som används i produktionen av (i detta fall) nyhetstexter. Det är tekniker som är grundläggande för nyhetsproduktion som en särskild praktik och genre. Den fråga jag ställer är: Vilka diskursiva tekniker tillämpas när enskilda yttranden används för att göra stora nyhetshändelser?

Det som studeras i denna artikel är ett exempel på det vi kan kalla *politikens dubbla medialisering*. Politikens medialisering är ett övergripande begrepp för de olika sätt på vilka politiken anpassas till, och inordnas i, mediernas sätt att fungera (Asp 1990, Asp & Esaiasson 1996). Politikens *dubbla* medialisering syftar på en process där denna anpassning sker i åtminstone två steg. (1) De politiska yttranden som undersöks i artikeln gjordes ursprungligen i en samtalssituation präglad av mediernas och journalistikens sätt att fungera (en presskonferens, en direktsänd partiledarintervju, en nyhetsintervju). (2) I nästa steg blev dessa yttranden föremål för en omfattande nyhetsrapportering. De infogades i nyhetsberättelser, anpassades till olika medieformat. Begreppet politikens dubbla medialisering riktar således uppmärksamheten mot det faktum att både kommunikativ händelse 1 och 2 (i figur 1 ovan) representerar *mediehändelser* påverkade av journalistikens arbetsformer och mediernas logik.

Metod och material

Studien är av explorativ karaktär. Ambitionen är att försöka identifiera några generella mönster och diskursiva tekniker som är av särskilt stor betydelse i produktionen av nyheter. Analysen har självklart inga ambitioner att vara uttömmande och det krävs studier av flera fall för att kunna säga något definitivt om generaliser-

barheten i de resultat som presenteras. Jag har dock valt en komparativ ansats som skall göra det möjligt att identifiera förhållanden som återkommer i olika fall och i olika texter/program. Studien bygger på analyser av följande tre fall.

1. Statsminister Perssons yttranden om subventionerad barnomsorg

I valrörelsen 1998 (10/9) intervjuades Göran Persson inom ramen för partiledarutfrågningarna i TV. Socialdemokraterna hade kommit med ett förslag om subventionerade dagisavgifter, den så kallade maxtaxan. I partiledarintervjun fick Persson en fråga om inte hemarbetande föräldrar borde få ett ekonomiskt stöd som motsvarade stödet till dem som lämnade sina barn på dagis. I sitt svar förklarade Persson varför han ansåg att de som har barnen hemma ej bör subventioneras. När journalisten i en av sina frågor ifrågasatte rättvisan i att de som har barnen på dagis får del av subventionerna men inte de som är hemma med sina barn, svarade Persson bland annat att de som har barn på dagis gör en insats i samhället, att de är med och utvecklar hela samhället. Detta kunde tolkas som att han samtidigt sa att de som är hemma med sina barn inte gör en insats för samhället. Perssons yttranden gav stora rubriker. Det blev en huvudnyhet i kvällstidningar och i nyhetssändningarna på TV. Samtliga undersökta medier uppmärksammade händelsen. Rapporteringen byggdes upp kring en kritik som riktades mot Persson för hans direkta och indirekta uttalande om de föräldrar som är hemma hos sina barn.

2. Näringsminister Rosengrens yttrande om Norge och norrmännen

Den 23:e september 1999 presenterade Aktuellt ett yttrande som sedan skulle bli en stor mediehändelse i TV, radio och tidningar under flera dagar. Den stora nyheten var att den svenska näringsministern Björn Rosengren sagt följande om Norge och norrmännen: "Alltså norrmännen är ju egentligen en sista sovjetstat så det är ju så oerhört nationalistiskt allt är politik." Rosengren sa detta i samband med att han intervjuades av en Aktuelltreporter, detta med anledningen av den planerade sammanläggningen av Telia och Telenor. Det var inte i intervjun som Rosengren yttrade sig på detta sätt, men utanför intervjusituationen när han trodde att kameran var avstängd. Kameran var dock fortfarande på. Aktuellt bestämde sig för att publicera Rosengrens yttrande.

3. Finansminister Ringholms presskonferens under den så kallade Ahleniusaffären

Den 29:e september 1999 höll finansminister Ringholm en presskonferens som skulle få mycket stort genomslag i medierna. Presskonferensen var en del i den så kallade Ahleniusaffären. Ytterst handlade det om ifall Riksrevisionsverkets chef Ahlenius skulle få fortsatt förordnande när det befintliga löpte ut. Kritik riktades mot regeringens ansvarige, Ringholm, för att regeringen några månader före förordnandets utgång fortfarande inte lämnat besked. Presskonferensen var föranledd av en märklig händelse. Ahlenius hade gått ut i medierna och påstått att Ringholm ringt upp henne och på telefonsvararen föreslagit att de skulle gå ut i medierna och säga att de varit överens för länge sedan, fast så inte var fallet. Ringholm förnekade detta telefonsamtal. Ahlenius lät då offentliggöra det bandade meddelandet på telefonsvararen. Det visade sig då att rösten på telefonsvararen var en av Ahlenius vänner som velat skämta med henne. Den fråga som nu aktualiserades i medierna var om Ahlenius efter detta hade regeringens förtroende och om hon skulle kunna sitta kvar. På den aktuella presskonferensen presenterade Ringholm resultatet av sitt samtal med Ahlenius.

Inför presskonferensen hade Ringholm uppenbarligen bestämt sig för att läsa upp ett uttalande, vilket presenterades som en överenskommelse mellan honom och Ahlenius, och att inte säga något utöver detta. På samtliga frågor som journalisterna ställde svarade han genom att hänvisa till denna överenskommelse. Olika frågor besvarades med nästan samma formuleringar gång på gång. Trots att Ringholm talade om att han inte avsåg att säga något mer, eller svara på andra frågor, fortsatte journalisterna att ställa frågor och Ringholm fortsatte att upprepa ungefär samma svar. Presskonferensen blev en stor nyhet. I detta fall var det inte ett enskilt yttrande utan den kommunikativa händelsen som helhet (samtalet under presskonferensen) som rönt stor uppmärksamhet.

Jag har studerat hur politikernas yttranden rekontextualiserades i ett urval av nyhetsmedier: Aktuellt, Rapport, TV4 Nyheterna, Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Sydsvenska Dagbladet, Expressen och Aftonbladet. Materialet omfattar nyhetssändningarna i Aktuellt (21.00), Rapport (19.30) och Nyheterna (19.30), samt artiklar i ovan nämnda tidningar. I tid omfattar materialet en vecka efter den dag då respektive händelse inträffade.

TV är i stor utsträckning ett visuellt medium och även inom pressen har bilden en självklart central ställning. Medieforskare betonar ofta att den moderna mediekulturen är en visuell kultur (se t ex Thompson 1995). Politiker är beroende av att synas regelbundet i mediernas offentlighet. De synliggörs inom ramen för medieinstitutionernas visualiseringstekniker. Trots detta är det vanligt att bilderna utsluts, eller behandlas sparsamt, i studier av mediernas diskurser. Diskursanalysen har i stor utsträckning varit analyser av tal och skriven text. Min ambition i denna artikel är att ta med både text och bild i analyserna av nyhetsproduktionens rekontextualisering och diskursiva tekniker.

Disposition

Analyserna som presenteras i denna artikel har jag valt att organisera i fyra avsnitt. I ett *första avsnitt* ställer jag frågan varför just dessa yttranden utvecklades till stora politiska nyheter? Självklart finns en rad förhållanden som bidrog till detta. Jag skall lyfta några viktiga förklaringar.

Ett *andra avsnitt* handlar om hur yttrandena *extraherades*. Det var ett generellt mönster i nyhetsrapporteringen att politikernas ursprungliga yttranden extraherades, frigjordes från sin ursprungliga kontext. Jag syftar då inte på det självklara att de hämtades ur ett sammanhang och användes i ett annat, utan i det förhållande att yttrandena behandlades som självständiga uttalanden oberoende av den specifika samtalssituationen. Yttrandena levde sitt eget liv och fick i sig själva representera nyheten och politiken. Extrahering är en diskursiv teknik som i flera avseenden är grundläggande för nyhetsrapporteringen. Den ger citerade yttranden karaktären av principiellt viktiga händelser istället för tillfälliga (tämligen odramatisk) situationsbestämda handlingar. När yttranden extraherats och frigjorts från den ursprungliga samtalssituationen kan de i nästa steg användas på en mängd sätt, i olika grafiska former, i olika nyheter och berättelser om politiken.

Ett *tredje avsnitt* visar hur dessa extraherade yttranden användes och rekontextualiserades på fyra (till varandra relaterade) nivåer:

- (i) de formulerades om för att passa stil, format och genre (omformuleringarna är ett exempel på diskursiva tekniker)

- (ii) de placerades in i en ko-text (den direkt föregående och efterföljande språkliga kontexten) som väsentligt påverkade deras innebörd
- (iii) de användes som uttryck för handlingar och karaktärer i konstruktionen av nyheternas narrativa makrostruktur
- (iv) de integrerades i generella politiska, ideologiska diskurser

Ett genomgående mönster i nyheterna om de tre yttranden/samtalssituationerna var att journalistiken klandrade politikerna och politiken, ställde politikerna till svars, samtidigt som man legitimerade nyhetsinstitutionen. I det *fjärde avsnittet* uppmärksammas ett antal diskursiva tekniker som för journalistiken och nyhetsproduktionen fungerar självlegitimerande.

Hur kommer det sig att vissa enskilda yttranden blir stora politiska nyheter?

Gemensamt för de tre yttranden/samtal jag valt ut var att de blev stora nyhetshändelser. De blev till förstasidesnyheter i pressen och huvudnyheter i de tre nyhetsprogrammen. I nyheterna gjordes intervjuer med personer som kommenterade politikernas yttranden. Yttrandena togs upp i ledare, nyhetsartiklar och krönikor. Inget av de undersökta medierna ställde sig utanför detta.

Ett grundläggande villkor för att yttranden skall bli stora politiska nyheter är just nyhetsproduktionens sätt att fungera. Yttrandena drogs in i en organiserad nyhetsproduktion som i sig innebar att händelserna eskalerade. De behandlades i tidningarnas olika delar (förstasidor, ledare, nyhetsartiklar, krönikor, insändare etc), de satte igång en inarbetad journalistisk aktivitet med insamling av kommentarer från politikerna själva, från oppositionen, från journalister, från den så kallade allmänheten. De utvecklades till en berättelse över tid med nya nyheter under flera dagar. Nyheter bygger ofta vidare på andra nyheter, journalister hämtar material från andra medier.

Men varför upphöjdes just dessa yttranden till stora nyheter? I en studie av presidentdebatter argumenterar Clayman (1995) för att journalistiken väljer ut vissa citat och tillskriver dessa stark symbolisk innebörd. Tre kriterier styr dessa urval: (i) citatens *narrativa relevans* (dvs om de passar någon av journalistikens etablerade berättarstrukturer), (ii) hur *anmärkningsvärda* de är (om de är spektakulära, ovanliga, sensationella), samt (iii) om de går att extrahera (dvs om de går att använda som fristående citat utan att man behöver presentera dem i sitt specifika sammanhang).

Dessa kriterier tycks stämma väl överens på de politiska yttranden som undersöks i denna studie. Yttrandena hade för det första hög narrativ relevans. De kunde lätt integreras i för journalisterna välbekanta berättelser om politiken (se nedan). Rosengrens yttrande kunde som exempel integreras i en berättelse om en pågående konflikt och träta mellan de inblandade i Telia Telenor affären. Rosengrens yttrande kunde samtidigt integreras i berättelser om Rosengrens återkommande inblandning i så kallade politiska skandaler. Yttrandena var för det andra anmärkningsvärda, sensationella. (Det sensationella förstärktes i medierna med hjälp av tillspetsningar och andra tekniker som används i produktionen av nyheter.) Yttrandena kunde för det tredje extraheras. Citaten från de tre ministrarna förekom i en rad olika former t ex som rubriker på förstasidor (se nedan). Att dessa yttranden fick sådant genomslag kan naturligtvis även förklaras i relation till andra teorier om nyhetsvärdering, för en genomgång (se t ex Eide 1991).

De tre ovan presenterade kriterierna hänger samtidigt ihop på ett sätt som är avgörande för nyheternas utveckling. Det är genom att yttranden kan extraheras som de i nästa steg kan användas relativt fritt och integreras i olika berättelser om politiken (narrativ relevans). Det är vidare delvis genom att yttranden extraheras som de kan framstå som särskilt anmärkningsvärda. Ett misslyckat (och inte särskilt konstigt) intervjuvar i en pressad intervjusituation kan, när det extraheras, framstå som ett principiellt väl genomtänkt (och därför anmärkningsvärt) uttalande. Ett yttrande som görs bortom offentlighetens scen, blir sensationellt när det lyfts ur sin kontext och görs offentligt. Under nästa rubrik undersöks detta närmare.

Yttranden extraheras

Gemensamt för de yttranden som jag valt att analysera är att de ursprungligen var resultat av specifika kommunikativa situationer. Yttranden är alltid ett resultat av, ett svar på, den specifika samtalssituationen (Linell 1998a). Här var det emellertid särskilt påtagligt. Låt oss titta lite närmare på två av händelserna.

Rosengren skulle inte ha sagt det han sa om han inte trodde att kameran var avstängd. Det han gjorde var inte ett officiellt uttalande. Vad det egentligen var för typ av talhandling kan vi inte riktigt veta, eftersom vi bara har mediernas bild av det hela. Kanske var det en sådan skämtsam kommentar som är typisk för vardagliga samtal i det att den delvis var avsedd för att upprätthålla en särskild social relation. Helt klart är att Rosengren i den aktuella situationen pratade med journalisten och inte med en tredje part av lyssnare/tittare så som är fallet i en nyhetsintervju. Både politiker och journalister (liksom alla andra yrkesgrupper) säger saker när de umgås med varandra "back stage", som skulle vara anmärkningsvärda yttranden om de presenterades som offentliga uttalanden. I nyheterna dagen efter hörde det till ovanligheterna att journalisterna avdramatiserade Rosengrens yttrande och beskrev det som en del av specifik samtalssituation. Tvärtom ställdes yttrandet i sig i fokus och integrerades i olika textkonstruktioner där det ursprungliga samtalet var mer eller mindre frånvarande.

Aftonbladets förstasida den 24/9 domineras av en stor bild på Rosengren (bild 1). Han står ute på gatan. I en pratbubbla citeras Rosengren "Normmännen är ju egentligen den sista Sovjetstaten". I bildtexten och rubriken omtalas yttrandet som ett "påhopp" på normmännen. "Påhopp" antyder att det skulle ha varit medvetet riktat till normmännen. Den ursprungliga samtalssituationen är helt frånvarande. På bilden med pratbubblan befinner sig Rosengren på en annan plats och i en annan situation. Yttrandet får karaktären av ett uttalande oberoende av den konkreta samtalssituationen.

I många artiklar anges att det var inför Aktuellt TV-kamera som Rosengren gjorde yttrandet. Genomgående är dock att yttrandet extraheras. Det används t ex i rubriker och betraktas som om den ursprungliga samtalssituationen saknar betydelse. Här är ett exempel på detta från Sydsvenska Dagbladet (bild 2).

Perssons yttrande, som extraherades, och blev en stor nyhet, gjordes i en speciell samtalssituation. I den direktsända partiledarintervjun utnyttjade journalisten frågestrategier som försatte Persson i en besvärlig situation. Jag tolkar Perssons svar som ett försök att försvara en reform i en situation där journalisten försökte ställa statsministern mot väggen. Jag återger här en transkribering av ett utdrag ur den direktsända partiledarintervjun eftersom jag i analysen nedan kommer att referera till denna.

Bild 1.



Bild 2.



Partiledarintervju med statsminister Göran Persson 10/9 1998

F = Fichtelius (intervjuande journalist)

P = Statsminister Göran Persson

1. F: det här är i alla fall en fråga som har engagerat många utav våra tittare och vi >>
2. P: [det förstår jag
3. F: >>har fått många internetfrågor om detta bland annat den här varför håller
4. socialdemokraterna så benhårt fast vid att dom som väljer att vårda sina egna
5. barn inte ska få nåt erkännande och ekonomiskt stöd för det
6. P: ja det är enkelt man kan vända på det och säga så här vi vet ju att vi behöver
7. många unga människor i arbetskraften män och kvinnor som samtidigt som dom
8. jobbar för att utveckla samhället har barn dom barnen som växer upp i såna
9. familjer ska också ha en trygg barndom och ha en god uppväxt vi har dagis för
10. dom dagis står också öppet för andra och ahh dagis har ju kommit för att stanna
- 11.F: men dom andra är ju ganska många det finns ett hundra femtiosex tusen barn
12. idag som är hemma med sina föräldrar å dom får ju inget stöd alls då medan barn
13. i kommunal barnomsorg får en väldigt stor subvention alltså vad är det för
14. rättvisa i det här
- 15.P: [ja rättvisan består ju faktiskt i att dom som har barnen på daghemmen
16. dom jobbar ju också gör en insats
- 17.F: [men rättvisan för dom andra
- 18.P: joo visst men dom gör en insats i samhället dom utvecklar ju hela samhället
19. det är ju inte
- 20.F: [dom betalar ju också skatt
- 21.P: jaa visst och när dom jobbar så betalar dom skatt dom bidrar till att samhället
22. utvecklas och vi behöver dom ju>>
- 23.F: [med dom får ingen betald barnomsorg
- 24.P: >> vi behöver dessa unga människor
- 25.F: jo men jag frågar rättvisan för dom här hundra femtiosex tusen vars föräldrar
26. betalar skatt å dom får ingen
- 27.P: [jo jag förstår vad du säger men vad jag pekar på är ju faktiskt att vi har ju bett
28. många unga människor att faktiskt också jobba i vården finns dom dom finns i
29. skolan och dom finns i industrin å dessa föräldrar som ställer upp å jobbar å

30. samtidigt har barn dom barnen i dom familjerna ska väl ha en rimlig trygg
 31. uppväxt det finns dagis dagis står öppet för alla och dom som väljer en annan
 32. livsstil att vara hemma med barnen det ska vi rimligen inte subventionera med
 33. att bygga ut>>
 34.F: [varför inte det
 35.P: >> skattesystemet ja helt enkelt därför att det är ett eget fritt val och vi har >>
 36.F: [men om vi tar
 37.P: >>ju vid barnafödandet föräldrarförsäkringen och sen har du barnbidraget

I den direktsända tv-intervjun presenterade journalisten information som skulle tala mot det rimliga i den aktuella reformen (rad 11 och 25), han besvarade statsministerns svar med motfrågor (rad 11, 17, 20, 34), han ställde följdfrågor som visade att han inte accepterade svaret (rad 25) och han avbröt vid flera tillfällen den svarande (rad 17, 20, 23, 34). Detta är typiska uttryck för en kritisk utfrågning (Clayman och Heritage 2000). Intervjun var planerad och upplagd i flera sekvenser på ett sådant sätt att den svarande hamnade i en mycket svårhanterad situation.

I efterhand förklarade Persson i pressen att han formulerade sig på ett olyckligt sätt. Det han sa kunde tolkas som att han ansåg att föräldrar som är hemma med sina barn inte gör någon nytta i samhället. Han bad om ursäkt för sin misslyckade formulering. Trots detta upphöjde nyhetsjournalistiken yttrandet till ett uttalande av principiell betydelse.

I flera nyhetstexter beskrevs Perssons yttrande förvisso som en "fadäs", en "groda", en olycklig formulering som kunde missförstås. Men detta fick inte redaktionerna att avdramatisera och lägga mindre vikt vid det enskilda yttrandet. I tv och tidningar fick oppositionen, upprörda föräldrar, och politiska reportrar kommentera vad som beskrevs som Perssons "uttalande" om barnfamiljerna. Perssons yttrande citerades i en mängd olika sammanhang frigjort från både den föregående frågan och den övriga samtalssituationen.

Låt mig betona att jag här inte tar ställning till om det är rimligt att återge yttrandet på detta sätt. Jag nöjer mig med att konstatera att extraheringen är en grundläggande diskursiv teknik när yttranden utvecklas till stora mediehändelser. Extraheringen innebär att stor uppmärksamhet riktas på det enskilda yttrandet och det blir lätt för läsarna/tittarna att identifiera nyhetshändelsen, och även politikern, med det aktuella yttrandet.

Omformuleringar och rekontextualiseringar på fyra nivåer

Yttranden, ofta hämtade från intervjusituationer, planerade och iscensatta av journalister, tillhör som redan framhållits det viktigaste materialet i konstruktionen av nyheter. När dessa yttranden citeras sker detta genom olika former av rekontextualiseringar. Vi kan urskilja åtminstone fyra till varandra nära relaterade nivåer i detta (jfr Linell 1998a, 1998b, Kroon 2001). Vi kan kalla dessa för (1) omformuleringar; (2) Konstruktionen av yttrandenas mest näraliggande kontext (ko-text); (3) Konstruktionen av textens (narrativa) makrostruktur; (4) Relatering till generella ideologier.

Nivå 1: Yttranden formuleras om och visualiseras för att passa en viss stil, ett format och en genre

Ett yttrande kan t ex formuleras om för att passa rubrikens form. I Dagens Nyheter (30/9) citeras Ringholm i rubriken till en artikel som täcker mer än en halv sida:

”Vi har kommit överens”

Ringholm formulerade sig aldrig på detta sätt. Citatet är en komprimerad variant av en längre formulering. Omformuleringen anpassar citatet till rubrikens form. Genom att lyfta upp yttrandet i rubriken förstärks samtidigt yttrandets karaktär av nyhets-händelse. Bild 2 ovan visar en motsvarande omformulering av Rosengrens yttrande som är gjord för att passa rubrikens form.

Samma dag (den 30/9) har Expressen en artikel som upptar ett helt uppslag, med rubriken: **Han pratade – hon åkte hem**. Artikelns ingress är som följer:

Bosse Ringholm satte sig ned, rynkade pannan och drog upp skruven i ryggen. Och ut kom:

... framgår av överenskommelsen... har uttryckt intresse för ett annat uppdrag... undersöka möjligheten att tillgodose hennes önskemål.

Om och om igen. Oavsett fråga.

Artikeln domineras av en stor bild på Ringholm. I bilden har Expressen klippt in 18 numrerade pratbubblor med samma text (bild 3).

Bilden ger en kritisk och förlöjligande bild av Ringholms agerande på presskonferensen. Citeringen är anpassad för att förstärka detta budskap. Ringholms yttranden har både *formulerats om* i betydelsen *standardiserats*, och samtidigt infogats i ett nytt sammanhang, i ett kollage med numrerade pratbubblor. Konstruktionen av detta bildkollage är ett exempel på rekontextualisering som är möjlig i tabloidgenren men knappast i de etablerade morgontidningarna.

Såväl Rosengrens som Ringholms yttranden citeras således i pratbubblor. Yttrandena rekontextualiseras i en form som är intimt förknippad med serietidningen som genre. Detta skapar speciella konnotationer. Politiken trivialiseras eller t o m förlöjligas. Samtidigt demonstrerar tabloidjournalistiken sin makt att hantera landets ledande politiker på ett skämtsamt och respektlöst sätt.

Politikernas ursprungliga yttranden formulerades om och citerades på olika sätt i olika artiklar, tidningar och nyhetsinslag. Men citaten återgavs också på olika sätt i samma artikel. Orsaken kan vara att citaten skall anpassas till de konventioner som styr rubrik, ingress och brödtext. Ett exempel: I Sydsvenska Dagbladet (24/9 1999) citeras Björn Rosengren på följande sätt:

Rubrik på förstasidan: ”Norge den sista sovjetstaten”

Rubrik på artikel i tidningen: ”Norge är den sista sovjetstaten”

Ingress i artikeln: ”-Norge är egentligen den sista Sovjetstaten och det är så oerhört nationalistiskt. Så sammanfattade näringsminister ...”

Som material i konstruktionen av nyheter fyller citat samtidigt två helt olika funktioner. För det första bidrar de till att markera journalistikens formellt neutrala position (Heritage och Greatbatch 1991). Journalister talar inte med egen röst utan förmedlar vad andra har sagt. (Att positionen i första hand är *formellt* neutral framkommer om vi närmare analyserar hur citaten används.) För det andra kan citat användas för att göra nyheterna sensationella och attraherande. Ett särskilt tydligt uttryck för detta är när tabloiderna slår upp citat med stora bokstäver på löpsedlar och förstasidor.

En skriven text är alltid en form av visualisering. Med skrift kan tal representeras visuellt (jfr Mitchell 1994). Inom journalistiken används olika tekniker för att visualisera yttranden. Kvällstidningarnas löpsedlar, med stora svarta bokstäver, är det mest uppenbara exemplet på detta. Visualiseringen kan bidra till att göra yttranden

Bild 3.



till sensationella nyheter, men de kan också användas för att förstärka olika budskap (se bild 1 och 3 ovan och bild 4 nedan).

Journalistikens frihet att citera på ett sätt som passar syftet kommer också till uttryck i de olika sätt att markera citat som förekommer i nyhetstexterna. Gränserna mellan citat och referat är inte alltid tydliga. I nyhetstexterna förekommer citat (eller referat?) i åtminstone fem former.

- (1) Rubriker och annan text inom citationstecken.
- (2) Rubriker och annan text utan citationstecken men med pratminus.
- (3) Rubriker och ingresser utan vare sig citationstecken eller pratminus, men som genom sin grammatiska form antyder att det är ett citat.
Exempel: **Persson: Jag är ledsn** (förstasidan i Aftonbladet 11/9 1998).
- (4) Formuleringar med eller utan pratminus vars karaktär av citat (eller referat) markeras genom dels den grammatiska formen (t ex att någon talar i jagform), dels att de inleds eller följs av formuleringar av typen:
Björn Rosengren bad ikväll om ursäkt...
Så sammanfattade näringsminister ...
- (5) Formuleringar vars karaktär av citat markeras med visuella grepp (formuleringar som placeras i pratbubblor).

Nivå 2: Yttranden och deras språkliga omgivning

En gemensam utgångspunkt för mycket diskurs- och samtalsforskning är att innebörden i ord och yttranden (åtminstone delvis) bestäms av den situation där de förekommer. Perssons yttrande var ett svar i en specifik intervjusituation. Ringholms upprepade yttranden var svar på journalisternas upprepade frågor. Rosengrens yttrande var gjort i en situation där journalisten signalerat att intervjun var avslutad.

I nyhetstexterna förekommer yttrandena i nya sammanhang. Genom att laborera med den mest näraliggande språkliga kontexten (ko-text) kan journalisterna (som andra författare) påverka innebörden i politikernas citerade yttranden. Det finns mönster i nyheternas sätt att återge politikernas yttranden. Ett genomgående mönster är att frågorna som föregick yttrandena tagits bort när de återges i text (Ekström 2001b). Yttrandena föregås nu av något annat. Jag skall inte fördjupa mig i detta utan nöjer mig med ett exempel.

När SvD citerar Ringholm i en nyhetsartikel den 30/9 har man lyft ut en del av ett yttrande som Ringholm gjorde, tagit bort frågan som föregick detta och ersatt frågan med en text som talar om för läsaren hur yttrandet (handlingen) skall förstås:

... På höstens mest enfaldiga och enstaviga presskonferens upprepade en blek Bosse Ringholm mekaniskt samma inrepeterade fras:
– Hon har uttryckt intresse för ett annat uppdrag.
Flera partiledare vägrar dock tro Bosse Ringholms version.

Den ko-text som föregår och följer efter citatet exemplifierar här något mycket vanligt förekommande i nyhetstexterna. Ko-texten talar om *vad politikern gör*, och *vad han är*, när han yttrar sig. Ko-texten bidrar till att bygga upp karaktärer som har funktioner i de berättelser som berättas (jfr Berger 1997). Detta leder oss över till nästa nivå.

Nivå 3: Yttranden blir handlingar och karaktärer i berättelser om politiken: texternas makrostruktur

Vi skall nu förskjuta uppmärksamheten från den näraliggande ko-texten till nyhetsartiklarna som helhet, deras makrostruktur (jfr van Dijk 1991). De studerade nyhetstexterna uttrycker oftast ett tydligt narrativ. Texterna integrerar politikernas yttranden i koherenta berättelser om politiken. Huvudtemat i dessa berättelser uttrycks i rubrik och ingress. Både bild och text bidrar till berättelsen. Citat från politikerna och

andra aktörer används som uttryck för de handlingar, karaktärer, roller och relationer som utgör berättelsens byggstenar (Berger 1997, Ekström 2000).

Nyheterarna berättar inte i första hand om vad som hände i den ursprungliga samtalssituationen där politikern gjorde det omtalade yttrandet, utan om något större och viktigare. Här följer ett exempel. Denna nyhet byggdes upp av yttranden från tre olika situationer: Perssons yttrande i partiledarintervjun, Perssons svar i en

Bild 4.



intervju dagen efter, samt yttranden från barnfamiljer. Från dessa situationer väljs yttrande ut som passar berättelsen. Från intervjun med Persson hämtas citatet: "Jag ångrar ingenting".

Redan i rubriken på förstasidan återges berättelsens tre viktiga moment och den kausala kedjan. Händelseutvecklingen kan beskrivas på följande sätt. Först gör Persson ett påhopp på barnfamiljerna, detta leder till starka reaktioner från barnfamiljerna, men Persson ångrar ändå ingenting. Relationen mellan politiker och allmänhet står i fokus.

Artikeln inne i tidningen är uppbyggd utifrån denna grundstruktur. Å ena sidan markerar journalisten, med olika för genren typiska tekniker, att texten bygger på citat hämtade från olika håll. Å andra sidan rekontextualiseras dessa citat så att de skall passa berättelsen. I artikelns ingress återkommer grundstrukturen från rubriken här i någon annan form.

Göran Perssons klavertramp i TV:s partiledarutfrågning retade upp barnfamiljer i hela Sverige:

För att göra en insats för samhället ska man jobba och ha barnen på dagis.

Sent igår kväll tvingades han be väljarna om ursäkt.

Men samtidigt sa han till Expressen: –Jag ångrar ingenting.

Yttrandet "Jag ångrar ingenting" är centralt för hela nyheten. Det förekommer fyra gånger: på förstasidan, som rubrik på artikeln inne i tidningen, i ingressen till artikeln, samt i artikelns brödtext. Genom det sätt på vilket Expressen lyfter fram detta yttrande framställs Persson som närmast nonchalant. Nyheten blir en variant på en berättelse om politiken som vi känner igen. Den kan i korthet sammanfattas på följande sätt: Allmänheten är upprörd över politikernas agerande. Journalisterna låter den upprörda allmänheten komma till tals. Politikerna nonchalerar kritiken.

En och samma händelse kan återberättas på olika sätt. Liksom alla andra berättare väljer nyhetsjournalistiken vilken berättelse som skall berättas. Utifrån detta väljer man att citera vissa yttranden på ett visst sätt. En jämförelse mellan Expressens och Aftonbladets förstasida den 11/9 visar ett närmast lustigt exempel på denna valfrihet. Av Expressens rubrik fick vi veta att Persson inte ångrade någonting (se bild 4 ovan). Aftonbladets rubrik på förstasidan samma dag sa tvärtom att Persson ångrade sig (bild 5).

Budskapen var motsatta men den journalistiska textkonstruktionen var i grunden densamma. I båda fallen var rubrikerna på förstasidan konstruerade som citat. I båda fallen konstruerades artikeln och berättelsen om Persson och medborgarna med hjälp av yttranden hämtat från en intervju som en av tidningens journalister gjort. I båda fallen citerades ett och samma yttrande i rubriken på förstasidan, i rubriken till artikeln inne i tidningen, i ingressen till artikeln samt i brödtexten. Skillnaden är att Persson i Expressen inte ångrade någonting, medan han i Aftonbladet var ledsen och ångrade det han sa.

I nyheternas narrativa rekontextualiseringar av yttranden har bilder stor betydelse. Med bilder kan journalistiken visa vad personer gör. Bilder visar kroppsliga uttryck som i samspel med text kan användas för att bygga upp karaktärer och handlingar.

Expressen och Aftonbladet har valt olika bilder på Persson på tidningarnas förstasidor (se bild 4 och 5). I Aftonbladet ser vi Persson med sänkt huvud (på både förstasidan och inne i tidningen). Det sänkta huvudet förstärker bilden av att han är ledsen och ångerfull.

På Expressens förstasida berättas inte om en ångerfull Persson. Inne i tidningen finns dock en bild på Persson även här med sänkt huvud. Av bildtexten kan vi dock

Bild 5.



förstå att statsministern har sänkt huvud inte för att han är ångerfull utan för att han är pressad (bild 6).

Att statsministern var pressad kan illustreras på olika sätt. Olika bilder kan ha samma funktion i det narrativa betydelsskapandet. Expressen valde bilden på statsministern med sänkt huvud. Svenska Dagbladet valde en bild där statsministern står i en folkmassa. Bilden kan associera till att statsministern var pressad kanske t o m

Bild 6.



jagad av allmänheten. I bildtexten kan vi läsa att han hade "hett om öronen". I bildtexten slår man också fast att orsaken till folkmassan var det Persson sagt i TV om hemmavarande föräldrar. Om det är just därför folket på bilden samlats på denna plats vet vi inte (bild 7).

Rosengrens yttrande gjordes i det som Goffman (1988) kallat "back stage". Det är en sociologisk självklarhet att människor alltid spontant anpassar sina handlingar

Bild 7.



med hänsyn till om de sker på offentlighetens scen eller bakom densamma. Det faller utanför syftet med denna studie att avgöra i vilken utsträckning Rosengren menade vad han sa om norrmännen. Utan tvekan var det dock ett yttrande starkt präglad av den aktuella samtalssituationen. I nyheterna fick yttrandet representera olika handlingar av stor politisk betydelse.

Jag tar Aktuellts nyhetssändning 23/9 som ett exempel. Här följer en transkribering av nyhetsankarets påannonser, samt två utdrag från reporterrösten.

Påannons (Nyhetsankaret)

Gokväll ja århundradets största nordiska affär blev klar idag. Svenska Telia och norska Telenor går samman men bakom kulisserna gnisslar det fortfarande. Den svenske näringsministern hade just kommenterat dagens uppgörelse då han till Aktuellt reporter sa citat att normmännen är egentligen den sista sovjetstaten och oerhört nationalistiska slut citat. Ytterligare ett *exempel på det ordkrig som präglat affären.* (min kurs.)

Reporterröst

/.../ för det har varit en resa fylld av nationell prestige. Normmännens försök att undvika varje risk att viktiga affärsområden hamnar i Sverige ja det har skapat kraftig irritation hos den svenska motparten å i ett samtal med Aktuellt kan näringsminister Björn Rosengren inte låta bli att *säga vad han verkligen tycker.* (min kurs.)

(här följde ett klipp som visar när Rosengren gör det omdiskuterade yttrandet)

Reporterröst

Norge är den sista sovjetstaten det är så oerhört nationalistiskt säger den svenske näringsministern å *det är slutsummeringen* av en färd som kantats av politisk munhuggning för öppen ridå. (min kurs.)

Yttrandet beskrivs här som ett "exempel på det ordkrig som präglat affären", ett uttryck för vad Rosengren "verkligen tycker" och som en "slutsummering" av den politiska affären. På ett självklart sätt talas det om vad Rosengren "säger". Liknande sätt att rekontextualisera yttrandet förekommer i en rad andra medier. På förstasidan i Sydsvenska Dagbladet (24/9) kunde man bl a läsa "Norge är egentligen den sista sovjetstaten och det är så oerhört nationalistiskt. Så sammanfattar näringsminister Björn Rosengren den största affären någonsin i Norden". I ett flertal nyheter beskrevs också Rosengrens yttrande som ett "uttalande".

Rosengrens yttranden rekontextualiserades och infogades i berättelser om de konflikter som kantat denna affär. I nyheterna presenteras inte tolkningarna av Rosengrens yttrande som just tolkningar. Journalistiken talar om för tittaren och läsaren hur det är, vad Rosengren faktiskt gjorde när han yttrade sig.

Gemensamt för de tre händelser som jag valt att analysera är att de ursprungliga yttrandena blev starten på berättelser som löpte över flera dagar. I samtliga tre fall finns här en gemensam grundstruktur som förenklat kan sammanfattas på följande sätt: (1) Nyheter om själva händelsen (yttrandet), (2) reaktioner från bl a oppositionen och allmänheten, (3) politikerna svarar på kritiken, ångrar sig och/eller ber om ursäkt. Denna grundstruktur tillämpas generellt oberoende av om det är press eller tv, morgontidningar eller tabloider.

Nivå 4: Yttranden rekontextualiseras inom ramen för generella politiska, ideologiska diskurser

Politikernas yttranden citeras inte bara som delar av konkreta berättelser avgränsade i tid och rum. I nyheterna blir yttrandena samtidigt symboliska handlingar inom ramen för mer generella, permanenta, diskurser eller ideologier (jfr Kroon 2001, 249).

Jag ger två exempel på sådana mer permanenta diskurser som förekom i det aktuella materialet.

Politiken som ett strategiskt spel om opinioner

Den första händelsen, som hade sitt ursprung i statsminister Perssons yttrande under partiledarintervjun, gav upphov till en serie av nyheter där politiken betraktades som ett strategiskt spel om opinioner. Tidigare studier har visat hur dominerande

denna diskurs kan vara i mediernas rapportering från valrörelser (Ekström och Andersson 1999).

I det nyhetsinslag som Aktuellt gjorde dagen efter partiledarintervjun (11/9 1998) klippte man ihop yttranden från den politiska oppositionen som kritiserade Persson. Dessa introducerades på följande sätt: "Oppositionen missade inte chansen att utnyttja blottan som statsministern lämnat". När händelsen tas upp i Sydsvenska Dagbladet (den 12/9) sker det bl a i en stor artikel med rubriken: "Poäng att plocka på Perssons "fadäs". Artikeln beskriver händelsen som den chans som de borgerliga partierna väntat på. Genom Perssons fadäs har de fått den valfråga som de väntat på, där de kan vinna stora poäng. Två dagar senare (14/9) presenteras aktuella opinionssiffror och tidningen skriver att Perssons "fadäs" kan ha kostat en hel del sympatier. I Aftonbladet (11/9) konstateras att Perssons "klavertramp" kommer olyckligt för partiet som har svaga opinionssiffror.

Den missnöjda allmänheten

Allmänhetens misstro mot politiker är ett gemensamt tema i nyheterna om de tre händelserna. Slående är den homogena bild som förmedlas i de studerade medierna. Ingenstans förmedlas röster från allmänheten som bryter av mot den kompakta kritiken och misstron. Ingenstans problematiserar (eller nyanserar) journalisterna allmänhetens misstro. Tvärtom framställs misstron som helt logisk i relation till vad politikerna gjort. Denna diskurs kännetecknas av en särskild form av journalistisk populism.

Misstron kommer till starkast uttryck i nyheterna om Ringholms agerande under presskonferensen. Här övergår misstron i flera fall i vad som närmast är att betrakta som förakt. Efter presskonferensen sägs i TV-nyheterna att "det svenska folket öser sin vrede över finansministern". Det talas om "en storm av kritik" mot Ringholm. Inte bara kvällstidningarna utan även t ex Dagens Nyheter förmedlar röster som häcklar finansministern. En röst beskriver Ringholm som "den största idiot jag någonsin sett". I medierna varvas enskilda röster med generella beskrivningar av hur utskäld Ringholm har blivit av den svenska allmänheten. Ingenstans (eller möjligen på någon undanskymd plats) ifrågasätts det rimliga i den massiva kritik, och det förakt, som förmedlas. Istället bekräftas allmänhetens misstro genom att de experttyckare som får uttala sig förmedlar samma bild. I Sydsvenska Dagbladet (1/10 1999) utnämner redaktionen Ringholm till "århundradets papegoja" och Göran Hägg beskriver Ringholm som "retoriskt invalid".

Hur journalistiken legitimerar sig själv

Journalistikens makt och möjlighet att *legitimera sig själv* saknar motstycke. När andra institutioner, t ex myndigheter och organisationer, vill avvärja kritik eller allmänt bättra på sin 'image' är de beroende av medierna ... Medierna själva är däremot knappast beroende av någon annan ideologisk apparat. Debatten om massmedierna sker därför nästan alltid på mediernas egna villkor ... (Ekecrantz och Olsson 1994, s. 23).

Nyhetsrapporteringen kring de tre studerade händelserna bekräftar det Ekecrantz och Olsson framhåller: att journalistiken har en osedvanligt stor makt att legitimera sig själv. De tre händelserna hade ursprungligen formen av samtal där politiker och journalister deltog som huvudaktörer. Politikerna klandras genomgående för sitt agerande. Men journalistiken klandras aldrig. Den fråga jag ställer här är följande:

Hur går det till när journalistiken legitimerar sig själv? Eller mer specifikt: Genom vilka diskursiva tekniker sker detta i de vardagliga textkonstruktionerna?

Under sju olika punkter skall jag kort illustrera ett antal diskursiva tekniker som kan fungera som självlegitimerande mekanismer. Även i detta sammanhang har de visuella representationerna en avgörande betydelse.

1. Den specifika interaktion som journalisterna var en del av osynliggörs

Jag har för denna studie medvetet valt att studera samtalssituationer där journalisterna var aktiva aktörer. Yttranden i ett samtal är alltid responser på föregående turer, och på andra delar av den sociala interaktionen (Linell 1998a). I de här aktuella fallen var t ex Perssons svar delvis ett resultat av journalistens frågestrategier, Rosengrens yttrande var en respons på en samtalssituation där han fick signaler på att den offentliga intervjun var avslutad, Ringholms yttranden provocerades delvis fram av journalisternas återkommande frågor. I nyhetsrapporteringen läggs dock fokus närmast uteslutande på politikernas yttranden. Journalisternas medverkan i skandalen av de aktuella samtalssituationerna osynliggörs. Här följer två exempel.

I ett flertal nyheter omtalades Rosengrens yttrande som ett "uttalande" från näringsministern. I Rapport 24:e september formuleras t ex påannonsen på följande sätt: "Näringsminister Björn Rosengren i blåsväder igen. Norrmännen rasar. I ett uttalande i går kväll i Aktuellt liknade Rosengren Norge vid en sovjetstat ...". Här liksom i många andra nyheter sägs det på ett självklart sätt att det var ett uttalande som gjordes i *Aktuellt* (se t ex *Aktuellt* 24/9 1999). Frågan är var och i vilken situation yttrandet egentligen gjordes?

I nyheterna som följde efter presskonferensen med Ringholm återkom gång på gång ett och samma grepp. Ringholms yttranden redigerades ihop på ett sätt som förstärkte intrycket av att han sa samma sak gång på gång. I ett tv-inslag hade redaktionen även lagt in ett räkneverk i bild som räknade för varje gång som tittaren i det ihopklippta reportaget fick höra Ringholms yttrande (jfr bild 3 ovan). Ingen nyhetssändning valde att på motsvarande sätt förstärka bilden av journalisterna som fortsatte att fråga samma sak trots att Ringholm sagt att han inte tänkte svara på den typen av frågor.

Gemensamt för visualiseringen av de tre politiska händelserna är att politikerna hela tiden står i centrum. Detta kan uppfattas som självklart. Det handlade ju om vad politikerna sagt och gjort. Men det är just detta självklara och naturliga som är värt att uppmärksamma. Visualiseringen bidrar till att skapa en diskurs som riktar fokus på politikernas handlingar, och vare sig samtalssituationen eller journalisternas agerande (se t ex bild 1 ovan).

2. Journalistiken osynliggör sig själv som aktör genom strategiska ordval (grammatiska konstruktioner)

Kännetecknande för nyhetsjournalistiken (som institution) är anspråken på neutralitet. En formellt neutral position upprätthålls genom en rad språkliga (institutionaliserade) tekniker. I rollen som intervjuare ställer journalister frågor utan att explicit värdera svaren (Heritage 1985, 2000, Nylund 2000). I textkonstruktionerna används ordval och grammatiska konstruktioner som har det gemensamt att de undertrycker information om journalistiken som aktör. Nyhetsjournalistiken undviker att tala i jag-form, inte bara genom att hänvisa till andra röster, utan också genom att aktören utelämnas, genom att använda passivform och substantiveringar (detta är något som förövrigt även kännetecknar vetenskapens diskurs) (Potter 1996, Clayman 1992,

Heritage och Greatbatch 1991). Här följer två exempel som har det gemensamt att de undertrycker information om aktören i fall där journalistiken (som aktör) rimligen haft en avgörande roll.

Exempel 1:

Ingress i artikel i Sydsvenska Dagbladet (13/9 1998) om kritiken mot Göran Persson:

Göran Perssons uttalande om barnfamiljerna har *fastnat som ett tuggummi* under statsministerns skor. (min kurs)

I artikeln som följer redovisas kritik från de borgerliga partierna men inget sägs om journalistikens roll för att göra yttrandet till ett tuggummi under skorna.

Exempel 2:

I en analys av Rosengrens yttrande i Svenska Dagbladet (25/9 1999):

Istället för fokus på fusionen *hamnade* allt ljus på den pratglade näringsministern själv och hans obetänksamhet. (min kurs)

I artikeln analyseras Rosengrens agerande men inget sägs om journalisternas bidrag till att ljuset hamnade på ett visst ställe.

3. Journalistikens selektiva presentation av sitt eget agerande

Det är inte alls så att journalisterna som aktörer är helt frånvarande i nyhetsbevakningen. Däremot beskriver journalisterna sig själva (och varandra) genomgående i roller som legitimerar institutionens anspråk. De ställer berättigade frågor, granskar och dokumenterar. Detta kommer dels till uttryck i nyheternas övergripande berättarstrukturer, dels i de specifika ordval som används när journalisternas agerande beskrivs. I nyheterna om Ringholms presskonferens framställs det som att journalisterna ägnade sig åt att ställa berättigade frågor för att utröna olika saker av allmänt intresse (se t ex Expressen 30/9 1999). Ingenstans i det studerade materialet antyds att journalisterna skulle kunna ha haft mindre hedervärda och mindre altruistiska motiv till sitt agerande under presskonferensen.

När Aktuellt valde att publicera Rosengrens uttalande gjorde de något som mycket väl kan uppfattas som ett brott mot god journalistisk etik och i varje fall ett brott mot normer som är vägledande i vardagslivets sociala interaktion. Det finns en norm som säger att det vi får höra i förtroende, det människor säger och gör bakom offentlighetens scen, är något som vi inte bör offentliggöra. Om vi skall filma någon för att visa filmen offentligt tillhör det god sed att fråga först och göra personen uppmärksam på att han/hon blir filmad i detta syfte. I "Spelregler för press, radio och TV", svenska journalisters kodifierade yrkesregler, finns en paragraf som säger att intervjuade personer i förväg bör få reda på var och hur deras uttalanden skall återges och en paragraf som säger att man bör upplysa en intervjuad om huruvida samtalet skall publiceras eller ej. Bakgrunden till detta är att vi alla vet att vi alltid anpassar våra framträdanden, våra yttranden, till den specifika situationen (om den t ex är offentlig eller ej). Aktuellredaktionen utmanande dessa normer och kodifierade yrkesregler. Ingenstans i det nyhetsmaterial som jag studerat beskrivs dock journalisternas agerande som klandervärt. När Aktuellredaktionen själv beskrev sitt agerande var det inte ett etiskt tvivelaktigt agerande utan tvärtom en fråga om att *dokumentera*:

... Rosengren själv ångrar det han sa då vår fotograf Paulo Rodrigues *dokumenterade* hans uttalande i samband med intervjun om Telia Telenor affären igår. (Aktuellt 24/9 1999, min kurs)

I visualiseringen av de aktuella händelserna osynliggörs i stor utsträckning journalistiken som aktör. Men detta är inte genomgående. På vissa bilder förekommer även journalister i handling. Vad gör journalisterna på dessa bilder? Hur representerar journalistiken sina egna representationsaktiviteter?

Som exempel har jag här valt ut tre bilder från ett nyhetsinslag i Aktuellt (24/9 1999). I inslaget intervjuas Rosengren dagen efter han gjorde det omtalade yttrandet om normmännen. Bilderna är ganska typiska. Liknande visualiseringar av journalistiken förekommer även i samband med de två andra mediehändelserna.

Vad gör journalisterna i bild och i vilka situationer får vi se dem? Samtliga bilder visar journalister som dokumenterar politikernas agerande. De är enbart hämtade



Bild 8.

Bild 9.



Bild 10.

från de situationer där den händelse utspelar sig som nyheten avser att skildra. Det finns inga bilder på andra delar av den journalistiska produktionsprocessen (t ex redigeringen). Det handlar om politiken och inte om journalistiken. Bild 10 avviker från de övriga så till vida att det är fotografierna och inte politikern som fokuseras. Men via fotografiernas riktade kameror riktas uppmärksamheten indirekt mot politikern. I reportaget är detta ett kort klipp. Klippet är en del i reportagets sätt att skildra händelsen. Det bidrar till intrycket av att det är en stor händelse värd att uppmärksamma. Fotografierna är en del av händelsens inramning. I journalistikens visuella representationer är journalisterna sysselsatta med att dokumentera, ställa frågor, granska och bevaka politiken. Politikerna är objekt för denna granskning.

Bilder som refererar till bilder och bildskapande, som används för att visa vad bilder och bildskapande är, kallar Mitchell (1994) för metabilder. Metabilder fungerar som representationer av representationsaktiviteter. Mitchell argumenterar för att sådana metabilder kan ha som mål att t ex undervisa åskådaren och/eller aktivera ett reflexivt kritiskt tänkande. Journalistikens sätt att visualisera sina egna aktiviteter, inom ramen för nyhetsgenren, syftar knappast till att skapa ett kritiskt reflexivt förhållningssätt till nyhetsbilden, eller journalistiken i allmänhet. De visuella representationerna legitimerar snarare en ideologi om journalistiken som neutral nyhetsförmedlare och granskare i allmänhetens tjänst. Nyheter är en genre som inte ger utrymme för självreflexiva representationer av representationsaktiviteterna.

4. De konstruerade berättelserna gör journalistikens agerande berättigat

I nyhetsjournalistikens berättelser om de tre händelserna finns särskilt ett återkommande inslag som indirekt fungerar självlegitimerande. I vart och ett av fallen ber politikerna offentligt om ursäkt. Nyheterna ger stort utrymme åt dessa ursäkter. Politikerna ångrar sig och tar på sig skulden. Rosengrens ursäkter och försök att förklara sig blev huvudnyheter i både tv-nyheterna, kvällspressen och morgonpressen. I inget fall antydde Rosengren att det skulle ha varit fel av redaktionen att offentliggöra det han sa.

Förlåt, förlåt, förlåt, Norge

Nu ber näringsministern norska
folket om ursäkt för sitt påhopp
(Artikelrubrik i *Aftonbladet* 24/9 1999)

”Det var fel, jag var trött”

(Artikelrubrik i *DN* 24/9 1999)

Starka reaktioner från Norge. Idag ber svenske näringsministern
om ursäkt sen han kallat Norge för sovjetstat i *Aktuellt*
(Huvudrubrik i *Aktuellt* 24/9 1999)

I samma nyheter ges också stort utrymme åt yttranden från statsministern där han klandrar Rosengren för händelsen men inte nämner ett ord om journalistikens agerande. Huvudrubriken i Rapport (24/9) inleddes med ett klipp där statsministern yttrade sig, därefter introducerade nyhetsankaret nyheten.

Det var slarvigt, det var raljant och det var dumt
(Statsministern, som samtidigt är i bild)

Statsministern kritiserar näringsminister Björn Rosengren för
hans norgeuttalande (nyhetsankaret)

Nyhetererna gav stort utrymme åt politikernas ursäkter även i de andra två fallen. Genom att politikerna på detta sätt tar på sig skulden förskjuts uppmärksamheten bort från den inte helt orimliga tanken att journalisterna var delvis delaktiga i det som hände.

5. Lokal koherens: Konstruktioner av orsak och verkan

Van Dijk (1991) argumenterar för en diskursanalys som fokuserar på både lokal och global koherens. Global koherens syftar då på textens huvudämnen eller teman, hur dessa är hierarkiskt organiserade och uttryckta i t ex rubriker och ingresser. Jag har ovan visat hur journalistiken lyfte upp politikernas ursäkter som ett huvudämne, och skapade en berättelse i vilken journalistiken inte fanns med som en ansvarig aktör. Lokal koherens syftar på hur olika påståenden i texten relateras till varandra. En typ av relation är den mellan orsak och verkan.

I nyheterna om de tre händelserna förekommer ett stort antal formuleringar av orsak och verkan som har det gemensamt att de osynliggör medierna och journalistiken som en orsak till händelser och situationer som de rimligen bidragit till. Istället beskrivs politikernas yttranden/handlingar som självklara orsaker till den situation som uppstått. Här följer några exempel. (Kursiveringarna är mina.)

I Sverige *orsakade* Rosengrens uttalande en frenetisk aktivitet. Rosengren kastade sig själv på telefonen och bad om ursäkt till den norske kommunikationsministern (*Svenska Dagbladet* 25/9 1999).

STORMEN Hundratals arga brev till Ringholm *efter* bråket med Ahlenius (rubrik på förstasidan i *Expressen* 1/10 1999)

Däremot *väckte* finansminister Bosse Ringholms agerande i samband med Ahlenius-affären, med den berömda presskonferensen som final, både vrede och besvikelse i opinionen. (i artikel i *Expressen* 6/10 1999).

Varannan svensk har fått minskat förtroende för finansministern *efter* turerna kring RRV-chefen Inga-Britt Ahlenius (ingress i *Expressen* 1/10 1999).

Svenska folket fortsätter att ösa sin vrede över finansminister Bosse Ringholm. I en opinionsundersökning som Aftonbladet publicerar idag så säger 51 % av svenskarna att deras förtroende för finansministern har minskat. *Å anledningen är* finansministerns behandling av chefen för Riksrevisionsverket Inga Britt Ahlenius för i onsdags fick hon i praktiken sparken men finansministern gav ett annat budskap (Reporterröst som inleder inslag i *Rapport* 1/10 1999).

Dessa exempel visar på mer explicita konstruktioner av orsak och verkan, där journalistiken osynliggör sin egen inblandning. Observera att texten är konstruerad som självklara beskrivningar av hur det är, inte som tolkningar av tänkbara orsaksrelationer. I många fall är relateringarna mer implicita. Påståenden presenteras efter varandra på ett sådant sätt att det ligger nära till hands att tolka det ena som orsak till det andra. Motsvarande formuleringar där journalisterna och medierna istället pekas ut som en bidragande orsak till de omtalade situationerna förekommer ej i det studerade nyhetsmaterialet.

6. När politikerna försöker hävda att medierna kan ha bidragit till händelsen vänds detta emot politikerna

Varför var politikerna så villiga att i medierna be om ursäkt och ta på sig skulden? Varför riktade inte Rosengren kritik mot journalisten som offentliggjorde det han sa när han trodde att intervjun var avslutad och kameran avstängd? Jag gör inte anspråk på annat än att föreslå ett rimligt svar på dess frågor här. (Det kan dessutom

vara så att Rosengren faktiskt riktade kritik mot journalisten men att detta inte offentliggjordes.) En tänkbar och högst rimlig förklaring till att politikerna tycks dra sig för att kritisera journalisterna är att detta nog är otaktiskt eftersom denna typ av kritik riskerar att vändas emot dem. Risken är stor att nyheternas budskap då istället blir ungefär följande. Inte nog med att Rosengren uttalar sig på detta sätt om norrmännen han kan dessutom inte stå för det han gjort utan försöker skylla ifrån sig. I en situation där politikerna saknar inflytande över den offentliga berättelsen är det nog lika bra att ta på sig allt och be om ursäkt. Denna anpassning kan i så fall ses som ett typiskt uttryck för politikens medialisering. Kroon (2001, s 256) visar i en studie av mediedebatter exempel på hur politiker riskerar att framstå som än mer skyldiga när de försöker kritisera mediernas rapportering.

Ringholms presskonferens skiljer sig från de två andra händelserna så till vida att Ringholm, i en intervju som sändes i tv-nyheterna, försiktigt antydde att journalisterna bidrog till den kritiserade händelsen. Här följer ett utdrag från ett av nyhetsinslagen där denna intervju klipptes in.

Rapport 1/10 1999

R = Reporterröst

P = Politiker

I = Intervjuare

1. R: och idag så ångrade finansministern vissa saker som han sa i onsdags
2. P: å jag kan hålla med om kritiken att det hade kanske varit bättre om jag
3. hade gjort presskonferensen bara fem minuter istället för femton
4. minuter för jag hade inte mer att säga skulle jag ha sagt någonting mer
5. så skulle jag ha hittat på nåt och det fanns inget mer å nämna och jag
6. ville stå vid den överenskommelse som hon och jag hade gjort och va
7. schysst tillbaka å ahh jag vet att det inte uppskattas av er i media men å
8. andra sidan jag kunde inte brodera på nånting som inte vi hade kommit
9. överens om
- 10.I: men det blev ju lite parodiartat det får du ju hålla med om
- 11.P: ja jag tror att frågorna och svaren tillsammans kanske medverkade
12. till att det inte blev så bra som det borde ha varit
- 13 I: men samtidigt är ju det här visserligen kan man ju säga nånting om oss
14. journalister men det är ju ändå den bild du skickar vidare till svenska
15. folket

Rosengrens försök att lägga visst ansvar på journalisterna var knappast framgångsrikt. I den aktuella intervjun valde den intervjuande journalisten att med hjälp av reporterrösten och frågorna (rad 1, 10 och 13 ovan) hålla fast vid den dominerande berättelse enligt vilken Ringholm var den skyldige.

I en intervju som TT gjorde fick Ringholm kommentera den kritik som allmänheten riktat mot honom efter presskonferensen. Ringholm förklarade kritiken delvis med hänvisning till den bild som massmedierna gett av turerna i den sk Ahleniusaffären. När Ringholms yttranden citeras i bl a Sydsvenska Dagbladet och Dagens Nyheter (2 okt 1999) framställs det som en dålig bortförklaring. Det sägs att Ringholm skyller på massmedierna och i artikeln finns ingen röst som på något sätt antyder att Ringholms förklaring skulle kunna vara rimlig.

7. Medielogikens naturalisering

Massmedierna fungerar ideologiskt genom ett flertal olika mekanismer, av vilka naturalisering tillhör de mest betydelsefulla (Thompson 1990). Strukturer som vuxit fram

över tid, som aktivt reproduceras, och som inbegriper makt- och dominansförhållanden, tenderar massmedierna att framställa som om de vore naturliga, permanenta och utanför sociala och historiska processer. Det jag här vill rikta uppmärksamheten mot är hur nyhetsjournalistiken naturaliserar den medielogik som de är en del av, och därigenom osynliggör sig själv som en aktör vars agerande har betydelse.

I ett flertal av de nyheter där de tre studerade händelserna rekontextualiserades framställdes medielogiken som en självklar utgångspunkt, som en naturlig del av verkligheten, som politikerna måste anpassa sig till. Politikernas agerande uppmärksammades, kommenterades, analyserades och kritiserades i artikel efter artikel, utifrån den gemensamma utgångspunkten att de borde ha gjort annorlunda. Medierna och journalistiken kunde dock inte fungera annorlunda. Ett särskilt tydligt exempel på detta är de artiklar och nyhetsinslag där olika debattörer och konsulter (s k medietränare) fick kommentera Ringholms agerande. Ringholm kritiserades, förlöjligades och beskrevs som allmänt inkompetent i sitt sätt att hantera medierna och den aktuella situationen.

I TV4 Nyheterna framträdde Åke Ortmark f d tv-journalist som numera ägnar sig åt att träna höga chefer i att hantera media. I inslaget analyserar Ortmark Ringholms agerande, de misstag han gjorde och talar om vilka strategier han istället borde ha använt: "Det är ju detta att man ska vara hygglig man ska vara inkännande man ska vara intresserad av den som frågar utav det förelagda ämnet å är det så att man inte kan kommentera en viss punkt så ska man beklaga och se ledsen ut över att man inte kan kommentera det". I inslaget konstateras också att Riksrevisionsverkets chef Ahlenius varit betydligt skickligare i sitt sätt att möta medierna. De villkor som medierna skapar för politiken framställs som självklara och naturliga.

I nyheterna som tog upp Rosengrens yttrande aktualiseras aldrig redaktionens agerande som ett moraliskt problem. Tvärtom presenterades och diskuterades Rosengrens yttrande, i nyhetssändning efter nyhetssändning, som om det vore självklart att det skulle offentliggöras på detta sätt. Rosengren kritiserar och analyseras men journalistiken gjorde bara sitt jobb. I flera tidningar beskrevs Rosengrens yttrande som omdömeslöst. Ingen av de studera tidningarna beskrev dock journalistens agerande som omdömeslöst. Det framställdes snarast som självklart att journalistiken skulle offentliggöra detta "uttalande".

Sammanfattning

Det tillhör ledande politikers vardag att ställa upp på intervjuer i olika situationer. För politiker är det angelägna att synas och nå fram med sina budskap i medierna. För journalistiken är intervjuerna en av de viktigaste metoderna för att samla råmaterial i nyhetsproduktionen. Citat och referat från intervjuer förekommer mycket frekvent i nyhetstexter.

Det händer då och då att ett yttrande som en politiker gör i ett samtal med journalister blir en stor politisk nyhet. I denna artikel har jag undersökt hur nyhetsproduktionen fungerar i sådana sammanhang. Artikeln bygger på analyser av tre fall: Göran Perssons yttrande om subventionerad barnomsorg i en partiledarintervju, näringsminister Rosengrens yttrande om Norge och norrmännen i anslutning till en nyhetsintervju, samt en presskonferens med finansminister Ringholm i samband med den s k Ahleniusaffären.

Det är nyheternas textkonstruktioner som står i fokus för studien. Artikeln identifierar ett antal diskursiva tekniker som fungerar som grundläggande metoder i pro-

duktionen av nyheter. Det är delvis genom dessa tekniker som enskilda yttranden kan bli till stora politiska nyheter.

De diskursiva tekniker som identifieras i artikeln kan sammanfattas under tre teman. Det första handlar om hur yttrandena *extraheras*. Genomgående i nyhetstexterna är att politikernas yttranden används som självständiga uttalanden oberoende av den ursprungliga samtalssituationen. Extraheringen ger yttrandena karaktären av principiellt viktiga sensationella händelser (istället för tillfälliga situationsbestämda intervju svar). Extraheringen gör det möjligt för journalistiken att använda yttranden i rubriker, i visuell gestaltning och som uttryck för handlingar och karaktärer i berättelser. I artikeln undersöks för det andra hur yttranden rekontextualiseras genom olika diskursiva tekniker. Yttranden formuleras om, placeras in i olika sammanhang och används i journalistikens berättelser om politiken. Studien visar för det tredje hur journalistikens textkonstruktioner inte bara klandrar politikerna utan samtidigt legitimerar sin egen verksamhet. Artikeln ger sju exempel på hur olika diskursiva tekniker kan fungera som självlegitimerande mekanismer i nyhetsproduktionen.

Referenser

- Asp, Kent (1990) 'Medialisering, medielogik, mediekrati', *Nordicom-Information* 1990:4, pp 7-12. Göteborg: Nordicom.
- Asp, Kent & Esaiasson, Peter (1996) 'The Modernization of Swedish Campaigns', in D. L. Swanson & P. Mancini (red) *Media and Modern Democracy*, pp 73-90. Westport: Praeger Publishers.
- Berger, A (1997) *Narratives in Popular Culture, Media, and Everyday Life*. London: Sage.
- Clayman, S (1992) 'Footing in the Achievement of Neutrality: the Case of Newsinterview Discourse', in P. Drew & J. Heritage (eds) *Talk at Work*, pp 163-198, Cambridge: Cambridge University Press.
- Clayman, S (1995) 'Defining Moments, Presidential Debates, and the Dynamics of Quotability', *Journal of Communication*. 45(3): 118-146.
- Clayman, S och Heritage, J (2000) Questioning Presidents: Journalistic Deference and Adversarialness in the Press Conferences of Eisenhower and Reagan (opublicerat paper).
- Eide, M (1991) *Nyhetsens Interesse. Nyhetsjournalistikk mellom tekst og kontekst*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Ekecrantz, J och Olsson, T (1994) *Det redigerade samhället*. Stockholm: Carlssons.
- Ekström, M (2000) 'Information, Storytelling and Attractions: TV Journalism in Three Modes of Communication', *Media, Culture and Society*. 22(4): 465-492.
- Ekström, M (2003) 'Epistemologies of TV-Journalism. A Theoretical Framework'. *Journalism: Theory Practice and Criticism*. 3 (3): 259-282.
- Ekström, M (2001b) 'Politicians Interviewed on Television News', *Discourse and Society*. 12 (5).
- Ekström, M och Andersson, C (1999) 'När väljarna skall mobiliseras. Valrörelsen 1998 i ett jämförande perspektiv', i Amnå, E (red) *Valdeltagande i förändring*. SOU 1999:132.
- Fiske, J (1987) *Television Culture*. London: Routledge.
- Goffman, E (1988) *Jaget och maskerna – En studie i vardagslivets dramatik*. Stockholm: Rabén & Sjögren.
- Heritage, J (1985) 'Analyzing News Interviews: Aspects of the Production of Talk for an Overhearing Audience', in T. A. van Dijk (ed) *Discourse and Dialogue*, pp 95-117. London: Academic Press.
- Heritage, J (2000) 'Designing Questions and Setting Agendas in the News Interviews' (opublicerat paper)
- Heritage, J and Greatbatch, D (1991) 'On the Institutional Character of Institutional Talk: The Case of News Interviews', in D. Boden & D. H. Zimmerman (eds) *Talk and Social Structure*, pp 93-137. Cambridge: Polity Press.
- Isotalus, P. (1998) Election Debate is Always News. The Reports of Political Television Programs in Finnish newspapers, *Nordicom-Information*, 20: 49-56.
- Kroon, Å (2001) *Debattens dynamik. Hur budskap och betydelser förvandlas i mediedebatter*. Linköping: Linköpings Universitet, Tema K.

- Linell, P (1998a) *Approaching Dialogue. Talk, Interaction, and Contexts in Dialogical Perspectives*. Amsterdam: John Benjamins.
- Linell, P (1998b) "Interaktion i samtal – en teoretisk bakgrund", i Forstorp, P-A och Linell, P (red) *Samtal pågår. Dialogiska perspektiv på svenska mediedebatter*. Stockholm: Carlssons Bokförlag.
- Lull, J. & Hinerman, S. (1997) *Media Scandals*, Columbia University Press, New York.
- Mitchell, W J T (1994) *Picture Theory*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Nylund, Mats (2000) *Iscensatt Interaktion. Strukturer och strategier i politiska mediesamtal* [Staged interaction; Structures and strategies in political conversation in the media]. Helsingfors: Svenska litteratursällskapet.
- Potter, J. (1996) *Representing Reality. Discourse, Rhetoric, and Social Construction*, Sage Publications, London.
- Thompson, J B (1990) *Ideology and Modern Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Thompson, J B (1995) *The Media and Modernity*. Polity Press, Cambridge.
- van Dijk, T.A. (1991) "The Interdisciplinary Study of News as Discourse", i Jensen, K B och Jankowski, N W (red) *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. London: Routledge.

Promises of a Healthier Future

Medical Genetics on Finnish Television News 1987-2000

IINA HELLSTEN

In the mass media, medical genetics is often represented in terms of great promises of a healthier, and therefore, 'better' future for the humankind. The public representations of genetics suggest a view where locating genes for cancer, cardio-vascular diseases, or certain behavioral characteristics, will lead to better cure for diseases. On television, the metaphors of medical genetics 'conquering the unknown' and genes as 'keys' or 'secrets of life' are backed by visual images of scientists in white lab coats conducting experiments in the laboratory with highly technical equipments. The metaphors and visual images derive from the collective imagery of medical genetics, and reconstruct this imagery over and over again (Van Dijck, 1998).

Metaphors and visual images play a crucial role in the communication of scientific and technological issues to wider publics. Metaphors and visualizations are used to popularize and concretize the otherwise complex practice of genetic research, and the otherwise invisible genes. They are also effective ways of addressing the audiences in their multiple roles (Michael, 1999), and constructing linkages between the past, the present, and the future (Brown et al., 2000). Discussing genes in terms of 'letters in the book of life' (Condit, 1999; Van Dijck, 1998), and using images from inside the laboratory suggest science as a global endeavor in fighting against the 'nature' by means of civilization (books, technical equipment). Both metaphors and visuals seem to suggest modern view of 'science as progress' (conquer the unknown, news visuals from the laboratory where the 'breakthrough' took place). Despite the crucial role of metaphors and visual images, they have seldom been studied together.

This paper traces the uses of metaphors and visual images in the construction of popular images on medical genetics. The aim is to discuss what kind of an image on science in general, and medical genetics in particular these metaphors and visuals suggest. The popular images, I argue, build upon a complex interplay between the popular metaphors and visual imagery on medical genetics. The interplay between visual images and metaphors is discussed in relation to the construction of links between the past, the present and the future as well as addressing the audiences. Substantially, the study is based on the coverage of medical (human) genetics on Finnish television news in 1987-2000.

The Interplay Between Metaphors and Visual Images

In the mass media, science is often portrayed and discussed in terms of steady progress: scientific advance consists of a succession of innovations, which can overcome all sorts of obstacles (Nelkin & Lindee, 1995; Rosner & Johnson, 1995). This popular image points in two different directions depending on the context of use: either in the direction of positive knowledge and control, or in the direction of relentless progress that is out of control. Where medical genetics is constantly discussed in terms of 'discovering the secrets of life' and 'conquering the unknown', agricultural biotechnology is often depicted in terms of progress that is out of control: 'scientists are playing God' and 'creating new Frankenstein's monsters' (Hellsten, 2002)¹. These metaphorical narratives suggest different views on the 'goal' of science, the expectations of future (Van Lente, 2002).

Metaphors are used to concretise and popularise techno-scientific issues for wide audiences. Metaphors suggest a particular view on science as prac-

Amsterdam School of Communications Research/ ASCoR, University of Amsterdam, Kloveniersburgwal 48, 1012 CX Amsterdam, hellsten@psc.w.uva.nl

tice and way of knowledge production. In the mass media, medical genetics is constantly covered in terms of great promises of a healthier, and therefore, 'better' future for the humankind. For example, when the popular view of genes as the ultimate 'keys' or 'secrets of life' (Nelkin & Lindee, 1995), and medical genetics as 'conquering the unknown', they often imply the idea of genetic determinism: locating genes for cancer, cardio-vascular diseases, or certain behavioral characteristics 'opens the doors' for new medication against diseases.

Similarly, visual images are used to concretize and popularize the public images on science (Seppanen & Valiveronen, 2000). On television, the images of laboratories full of technical apparatus and scientists conducting their research on white lab coats are very common. The laboratory carries the symbolic meanings of social power, and scientific authority and expertise. As Knorr Cetina (1999) notes, the laboratory is the place where science tames the wild creatures of nature. The constant images of laboratory are in accordance with the popular images of science as an expert-driven, techno-scientific endeavor.

In general, metaphor means discussing complex, abstract or otherwise incomprehensible issues in terms of more concrete issue (Lakoff & Johnson, 1980). Metaphors provide us with a point of departure and one possible perspective on issues. They restrict the possible perspectives on issues by suggesting a specific perspective on issues (Burke, 1989). The perspective suggested is always a partial view on issues. Similarly, visual images always represent issues in specific contexts: specific laboratories where certain scientists conduct certain experiments. The laboratory, and the research conducted therein, is a means to gain control over the uncertain future (Wyatt, 2000; Van Lente, 2000). Hence, metaphors and visuals are used in constructing continuity between the past, the present, and the possible futures.

The metaphors and visualizations address the audiences in complex ways. Representing genetics as laboratory practice invites the lay people to 'witness' scientific practice. At the same time, the lay people are also addressed as potential consumers for the biomedical applications, as tax-payers and citizens funding the research (Michael, 1998). Similarly, the metaphors of 'breakthroughs' and 'steps' on the road invite the audience to witness science whilst the metaphors of genes as 'the keys of life' may justify the funding for genetics. On television news, the audience is addressed in all these roles simultaneously. First, as tax-payers they

have to be convinced about the importance of the research, second, as consumers about the usefulness of the expected outcomes of the research, and finally, as witnesses and interested spectators of the research.

Sometimes, the role of metaphors and visual images seems to be complementary: the lack of popular metaphors may increase the need of popular visualizations and vice versa. The DNA molecule has a popular image of a double helix, the cell becomes visible in the microscope, but the gene is more difficult: Who knows what a gene looks like? Therefore, there seems to be a constant need for metaphors in providing a popular imagery on genes, and genetics as an effort to locate and modify these genes.

In summary, metaphors, and visual elements are needed for restricting the complex nature of techno-scientific issues, such as genetics. The main focus of this study is on the interplay between the metaphors and the visual used in the coverage of medical genetics on television news. The interplay between the metaphors and visuals is interesting because, first, they are effective tools of science popularisation, second, they provide links between the past, the present and the future, and, third, they allow addressing the audiences in several roles at the same time. The research questions are: What is the role of metaphors and visuals in the construction of the popular images of medical genetics? What kinds of pasts, presents and futures these images suggest? How is the audience addressed in the news?

Medical Genetics on Finnish Television

The study focuses on medical genetics represented on Finnish television news. The public opinion towards genetics in Finland is one of the most positive in Europe (Eurobarometer, 1997; 2000). In contrast to many other European countries, the media coverage in Finland is consensus seeking (Rusanen et al., 2001). This holds true for television, too. The main function of the news is not to organize public debate around medical genetics, but to report on the latest news on the location of specific genes, new acts taken by the EU and implemented in Finland in regard to biotechnology, or the development of genetic testing and screening. These special characteristics of Finnish news on medical genetics are reflected in the use of metaphors and visuals.

Biotechnology and genetics gained wider attention in the Finnish mass media only in the late 1980s when the Academy of Finland granted fund-

ing for biotechnology research for a five years period (1987-1992). This analysis, therefore, covers the years 1987 to 2000. The material is collected from the archives of the Finnish Public Broadcasting company, YLE. The key words used in the search were 'gene', 'biotechnology', and 'genetics'. For this study I have selected news items that deal with medical genetics. This resulted in altogether 52 news items that are here analysed qualitatively.

The news items can be categorized under four distinct story-lines (Hajer, 1995) or interpretative packages (Gamson & Modigliani, 1989). The most common story-line consists of reports on 'gene discoveries', i.e. successful location of specific genes. The tone refers often to the possible future applications of the 'discovery'. Second come stories on gene tests and genetic treatments that deal with already existing applications of medical genetics. Third, biotechnology was also represented as a new, emerging economic issue. This story-line aimed at highlighting biotechnology as a national project in Finland. Fourth, the regulation of medical genetics was the main theme in only three news items. Each of these story-lines has slightly different key metaphors and visualizations, and I will discuss them under separate sections in the following analysis (see Figure 1).

In the early reports biotechnology was discussed as an emerging, promising field in which Finland could become a 'forerunner'. Discoveries of genes, and their potential applications gained wider attention on Finnish television from the early 1990s. The main focus was on the role of Finnish research institutes, research groups or individual researchers in medical genetics. Regulation of genetic research, in-

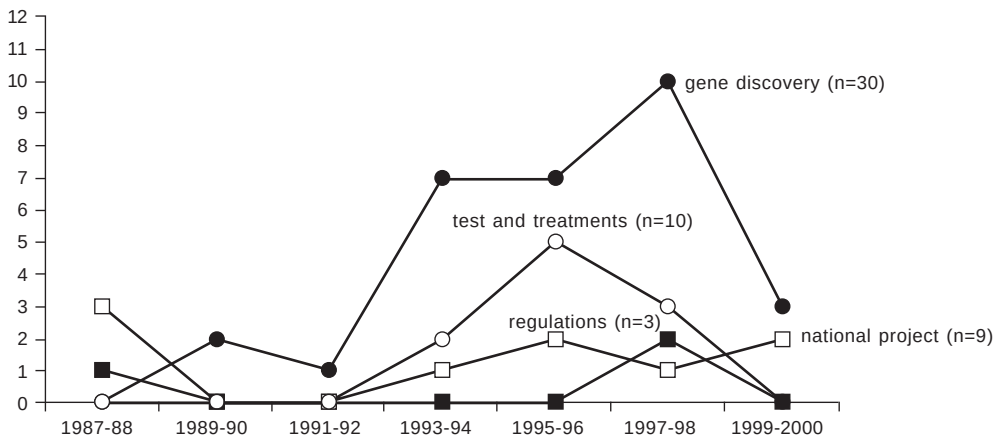
cluding ethical issues dealing with genetics gained far less attention on Finnish television. This is in concordance with survey results, such as the Eurobarometer surveys. According to the Eurobarometer surveys (1997; 2000), Finland is one of the most positive in its attitudes towards modern biotechnology and genetics. Also the newspaper coverage in Finland has been positive towards genetics (Rusanen et al., 2001).

Gene Discoveries

The most common story-line focused on locating and discovering specific genes for cancer, genetic background for Alzheimer's disease, multiple sclerosis, migraine, diabetes and epilepsy as well as more appealing stories on the location of 'gay' gene (TV news July 16, 1993) or the obesity gene (TV news August 10, 1995). The cancer research concentrated mostly on colon and breast cancer, but also more general, basic research on the genetic background for cancer. These stories were often reported as 'steps' in 'the scientific progress' towards getting medication to certain diseases.

For example in a report on the gene that may cause multiple sclerosis, MS, journalist Paksula reported, "this is a *step*² towards the solution, but that solution is not near as yet" (TV news October 24, 1992). The idea of discoveries of genes as steps taken on the road towards curing diseases was repeated constantly. The location of a gene that increases the risk to get Alzheimer's disease was reported, "This is not the solution but a *step* towards the solution..." (journalist Tanninen on TV news August 13, 1993). Locating the gene for diastrophy

Figure 1. Medical Genetics on Finnish Television News, 1987-2000



was covered as a huge step, "...is considered as a *breakthrough* because the same method can be applied to finding other disease genes." (TV news September 22, 1994). In the case of locating a gene that increases the risk to tumors, the journalist Damstrom reports, "cancer research took again a *small step* forward" (TV news December 30, 1997). All these metaphors raise a promise for cure, somewhere there in the future. The promise of a healthier future is escaping to the distant future.

While the metaphors for locating genes were the same for all types of disease, the visualizations of cancer research and more specific genetic conditions differed from each other. Research on the role of genes that may cause cancer are visualized mainly via scientists conducting research in the laboratory, and lay people as a mass of anonymous people, the potential customers and patients of the research. The research on multiple sclerosis, Alzheimer's disease and diastrofia, in turn, are visualized via the patients, and their family. For example, the story on the location of the gene for Alzheimer's disease, referred to as 'the Alzheimer risk gene' in the news, gets a powerful visualisation from an interview with a recently arrived patient who cannot recall when and by whom she was taken to the nursing home, but just says, smiling, that 'it could be stated that there is a man saying, and you go away.' (TV-news November 9, 1995). In both cases, medical doctors and nurses took the role of mediating between the lay people and the scientists, i.e. taking responsibility over the applications of the research and informing scientists about certain patient groups with genetic diseases.

There are several genetic diseases that are specific to Finland, and research on these diseases gained wide attention on Finnish television. These include two fatal children's brain diseases (AGU and INCL), and two eye disease. Also, MS disease, and schizophrenia and specific types of cardio-vascular diseases are far more common in certain parts of Finland than the average in the world. In these stories, the main visual narrative was similar to cancer research: anonymous people walking on the streets ('us' the Finnish people), and on the other side, scientists conducting research in the laboratories.

This Finnish 'disease heritage' was sometimes referred to as an excellent 'material' for genetics – or as Francis Collins (TV news May 29, 1995) put it, "The population of Finland is derived from a rather small sample of original founders, perhaps no more than 500 about 2000 years ago. That means that the genetic structure of the population is more homogenous than in most other populations. I think Fin-

land could be seen as a genetic laboratory for the whole world." This statement did not cause any further debate on television news.

In summary, the main metaphors were those of scientific journey as constant progress represented as 'breakthroughs' and 'steps towards solutions'. The main visual story-line concentrated on scientists in the laboratory. Scientists took two roles as either anonymous researchers conducting experiments in the lab, or the head of the research project interviewed in the laboratory. Lay people also took two roles in the news: anonymous masses of people as potential consumer-patients or more specific patient groups via a representative of these groups (see Table 1 for the summary of the results). The visualizations provided the sense of 'presence' to the metaphors that provided tools for imagining the future.

Gene Tests and Treatments

The second story-line focused on genetic tests and treatments. Where locating certain genes was conceptualized as the first step that may lead to effective medication, the stories on gene tests and treatments focus on already existing applications of medical genetics. Seven of the altogether ten stories dealt with genetic treatments, and three with gene tests.

The first news story on gene treatment, broadcast in May 20, 1993, dealt with an experimental treatment given to two babies suffering from SCID, severe immunology deficiency, in the United States. The experiment was reported in terms of a 'breakthrough', and visualized via the newborn babies and their parents in the hospital environment. In Finland, the first gene treatment for a patient suffering from brain cancer, was conducted two years later, and reported on television news on the 10th of May and 14th of July, 1995 as a 'significant breakthrough', and visualized via hospital. Developing new medication against AIDS was also covered in terms of, '*advances in the fight against AIDS...* a gene that may protect from AIDS is a new way to treat AIDS.' (TV news, August 9, 1996). The metaphors used were similar despite the different diseases that were treated.

The stories on gene tests in the United States (TV news July 8, 1996) and in Finland (April 04, 1997) raised also ethical questions. In the United States, the ethical question dealt with possible discrimination based on gene tests. In Finland, the question was about what would be the good target group for the tests. Both stories were visualized via

the expected target group: family with genetic condition, and pregnant women, respectively. Generally, however, the attitude towards gene tests was positive. For example, journalist Papinniemi reported, "Genetechnology is a good thing. Gene tests help in anticipating diseases, and *cancer may be won* in an early stage." (TV news May 7, 1998).

Main metaphors were those 'breakthroughs' and 'advances in the fight against diseases'. Main actors in the visuals were medical doctors and nurses, on the one hand, and patients, on the other hand. The most common places were medical health care centers and hospitals (see Table 1). All these imply addressing the audience as possible patients of the treatments, and as concerned citizens.

Biotechnology as National Project

The story-line of biotechnology as an emerging field and national project of excellence carries a strong economic aspect. In the late 1980s the news reports dealt with importance of investing in the emerging field whereas the reports of the late 1990s covered the entering of the biotechnology companies into the exchange markets and the importance of biotechnology industry to the Finnish economy.

At the early phase it was typical in the news to refer to 'biotechnology' as a monolithic bloc without separating medical and agricultural strands. For example, one of the first news accounts reports, "Biotechnology may help in finding solutions to the world nutrition problems, to over production in world agriculture, to environmental problems in forest industry and to find new effective vaccinations against, for example, virus diseases" (TV news January 30, 1987). In this early phase the reporting is highly positive and focuses on biotechnology as an emerging field loaded with high expectations of rapid progress to curing diseases.

The first biotechnology center was established in Finland in 1988 (TV news, January 30, 1987; February 16, 1988)³. In the early 2000s the first Finnish biotechnology company, Biotie Therapies, ("Bioroad" in English), entered the exchange markets (TV news June 12, 2000). The importance of biotechnology to the Finnish economy was also three months later (TV news September 13, 2000).

In summary, the main metaphors were those of 'entering to new markets' and 'emerging field of expertise'. The main visualizations were mainly outdoor pictures of the biotechnology companies. The main interviewees were the heads of the companies, or the leaders of the research groups. (see Table 1).

Here, the main way to address the audiences is as tax-payers, and possible investors in biotechnology.

Regulation of Genetics

Regulation of genetics is closely linked to the issue of genetic testing and screening as these are the issues that call for regulation, mostly. The stories here cover mainly the various phases of the regulatory process on the research on human genetics in 1987-2000. The Gene Technology Act was implemented in Finland in 2000 replacing the older act from the year 1995. The Board for Gene Technology was established in 1995 by the Ministry of Social Affairs and Health.

The first news report on the rising need for regulating genetics was broadcast already in 1987, in the context of an international conference that took place in Finland. The reporter says, "Genetic research needs clear *rules of the game*...on how much the nature can be modified according to human needs." Similarly, the establishment of the Board for Gene Technology in Finland was reported as, "The Ministry of Social Affairs and Health aims at establishing a National Advisory Board on Health Care Ethics to set common *rules of the game* for euthanasia, fertility treatments, gene tests and organ transplantations..." (TV news January 28, 1998). Here, medical genetics is represented as a game that needs to be controlled by non-scientific institutions in society.

In the story-line of regulation, the main metaphors were those of 'setting the rules for the game'. The main visuals dealt with politicians and policy-makers represented in the Ministry of Health and other political environments (Table 1). Citizens are addressed as spectators for the political process.

In summary, there were two main visual narratives: the first starts from general picture of anonymous people as mass, either walking on the streets or gathering in shopping centers or the like, then proceeds to general shots of the laboratory, and to the interview(s) of the head of the research group(s). Graphics, roentgen pictures and other relevant illustrations are often used in between. The other visual narrative starts from the laboratory and proceeds to the patients via the interview with the head of the project. The role of these visual elements is to show 'here it happened', 'science needs all these technical equipments', 'scientific expertise helps us, the lay people'. It appeals to the popular images of science as trustworthy and expert-driven activity worth funding because of its possible future outcomes. This

Table 1. *The Role of Metaphors and Visualization in the Construction of the Popular Images of Medical Genetics in Finnish Television News, 1987-2000*

	Gene Discovery	Tests & Treatments	National Project	Regulation
Metaphors:	Steps toward solution, conquering the unknown	breakthroughs war against diseases	entering new markets	game
Visual images:				
1. The place	laboratory	hospital/health care center	biotechnology companies	ministries/EU
2. Scientists	laboratory experts/researchers	medical doctors	head of the company	politicians
3. Lay people	anonymous mass/patients	patients	–	–
Addressing the audiences:	Witnesses as consumers	patients	tax-payers	witnesses as
Main orientation:	Future	present-future	past-present-future	present

is also supported by the repeated shots on the technical equipment in the laboratory.

Discussion: Medical Genetics and the Promise of Health

In conclusion, the interplay between the metaphors and the visuals popularized medical genetics, and provided an effective means to address the audiences in several roles as well as to construct links between the past, the present and the future. Where the metaphors suggest the imaginary futures, the visualizations add an element of authority and legitimation to the news stories. The metaphors and the visualizations together create powerful images on medical genetics.

The metaphors and visual images used on the television news differed according to the ‘place’ of the action. Where the discovery of locating genes takes place in the laboratory, applying these discoveries takes place in hospitals and health care centers, regulating medical genetics takes place in policy-forums, and biotechnology as commercial enterprise takes place in the markets. These different social categories for the action were supported by the different uses of the metaphors as well as different visualizations of the topic. The metaphors and visual images used contributed also to different ways to address the audiences, and suggested different time orientations. The laboratory is something to be witnessed and possibly later consumed, the hospital is a place to provide accurate cure for patients, the markets is a place to invest in, and fi-

nally political regulation is to be witnessed by concerned citizens. Ethical considerations take place outside of the laboratory, thus separating scientists and other social institutions. Scientists experiment, others discuss the consequences of scientific practice.

Scientists took two positions in television news: Either there were anonymous researchers and assistants filmed in the laboratory surrounded by technical equipment, or then the leaders of the project(s) or heads of the laboratory interviewed for the news. This hierarchical construction of the research team remained the same over time. Lay people also adopted two roles in the news: either as anonymous mass walking on the streets while the intro to the news story tells about new research that may help to provide medication against some prevalent diseases such as migraine or diabetes while in the news on particular single-gene diseases such as diastrophy as well as such complex diseases as Alzheimer, patients are represented as organized to patient groups, and interviewed as representatives of that disease group.

All in all, the story-lines and the related metaphors and visualizations seem to contribute to a very modern image of science as an expert-driven activity that is conducted in highly technical laboratories and aim at ‘solving’ problems. This image resonates with the science fiction images of science as well as other ‘popular’ images on science. The idea of health was taken for granted in the news broadcasts: locating genes that may cause diseases was dealt as uncontested, positive activity towards

improving ‘everyone’s life’. Genetics is for ‘common benefit’ of the human kind that should be funded because it is promising, future oriented action. Only if it is funded here and now, our future may be controlled.

Whose interests does the reporting on genes and genetics serve? I would say it serves the interests of scientists who want to secure funding for their research also in the future. The promise of a healthier future, the message was, is worth funding.

Notes

1. Subsequently, the Eurobarometers (1997 and 2000) show that medical genetics is often perceived in more positive terms than agricultural biotechnology.
2. Italics added.
3. Later on, the reporting shifted into the important role of Finnish researchers and research groups in discovering the genes. These stories are here analysed as parts of the frame of ‘discovering and locating the genes’.

References

- Burke, Kenneth (1989) *On Symbols and Society*. Chicago, London: University of Chicago Press.
- Condit, Celeste (1999) *The Meanings of the Gene. Public Debates about Human Heredity*. University of Wisconsin Press.
- Eurobarometer 46.1. (1997) *The Europeans and Modern Biotechnology*. European Commission, Directorate General XII, Luxembourg.
- Eurobarometer 52.1. (2000) *Modern Biotechnology, Quality of Life, and Consumers Access to Justice*. European Commission, Directorate General XII, Luxembourg.
- Franklin, Sarah (2000) Life Itself. Global Nature and the Genetic Imaginary. In Lury, Celia; Franklin, Sarah (eds.) *Global Natures, Global Cultures*. Sage.
- Gamson, William & Modigliani, Andre (1989) ‘Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach.’ *American Journal of Sociology* 95(1): 1-37. 1998.
- Hajer, Maarten (1995). *The Politics of Environmental Discourse. Ecological Modernization and the Policy Process*. Oxford: Clarendon Press.
- Hampel, J.; Ruhrman, G.; Kohring, M & Goerke, A (1998) ‘Germany’, pp. 163-76. In Durant et al. (eds.) *Biotechnology in the Public Sphere. A European Sourcebook*. London: Science Museum.
- Keller, Evelyn, Fox (1992) *Secrets of Life. Secrets of Death. Essays on Language, Gender and Science*. Routledge.
- Knorr Cetina, Karin (1999) *Epistemic Cultures. How Sciences Make Knowledge*. Harvard University Press.
- Lakoff, George & Johnson, Mark (1980) *Metaphors We Live By*. Chicago: Chicago UP.
- Michael, Mike (1999) ‘Between Citizen and Consumer: Multiplying the Meanings of the “Public Understanding of Science”’. *Public Understanding of Science* 7 (4): 313-327.
- Nelkin, Dorothy & Lindee, Susan (1995) *The DNA mystique. The Gene as a Cultural Icon*. New York: Reeman.
- Rosner & Johnson (1995) Telling Stories: Metaphors of the Human Genome Project.’ *Hypatia*, 10 (4): 104-129.
- Rusanen, Timo; von Wright, Atte & Rusanen, Maria (2001) ‘Biotechnology in Finland: Transcending Tradition.’ In Gaskell, G. & Bauer, M. (Eds.) *Biotechnology 1996-2000, the Years of Controversy*. London: Science Museum, pp. 172-180.
- Seppänen, Janne & Välvirronen, Esa (2000) Lehtikuvan luonto. Kuvan ja tekstin suhteista ympäristödiskurssissa, *Sosiologia* 37(2000):4.
- Van Dijck, Jose (1998) *Imagination. Popular Images of Genetics*. New York: New York University Press.
- Van Lente, Harro (2000) Forceful Futures: From Promise to Requirement. In Brown, N.B. Rappert, & Webster, A. (Eds.) *Contested Futures. A Sociology of Prospective Techno-science*. Ashgate: Aldershot, pp. 43-63.
- Wyatt, Sally (2000) Talking about the Future: Metaphors of the Internet. In Brown, N.B. Rappert, & Webster, A. (eds.) *Contested Futures. A Sociology of Prospective Techno-Science*. Ashgate: Aldershot, pp. 109-128.

This study was funded by the Academy of Finland, the project The Power of the Gene, and partly supported by a Marie Curie Individual Fellowship of the European Union Programme “Improving Human Research Potential and the Socio-Economic Knowledge Base” under the contract number HPMF-CT-2002-01650.

Catching the ‘wired voters’?

Campaigning on the Internet

GÖRAN DJUPSUND & TOM CARLSON

By the end of the 20th century, the political parties in most modern western democracies were faced with a set of common dilemmas. As the floating voter became more of a rule than an exception, the parties – at different points of time in different countries – were forced to develop ‘catch-all’ strategies designed to attract voters from outside their core constituency (e.g. Bowler & Farrell, 1992; Karvonen & Rappe, 1991; Swanson & Mancini, 1996). During the same period, in Western Europe, the party organizations began to lose what strength they had left (e.g. Djupsund & Svåsand, 1990; Katz & Mair, 1994; Mair & van Biezen, 2001). This was clearly indicated by the fact that the number of party members dropped. Another important trait of development was that the parties began to lose control within the media sector (e.g. Humphreys, 1996; McQuail & Siune, 1998; Swanson & Mancini, 1996). First the amount of newspapers owned or controlled by political parties, or organizations closely linked to them, e.g. trade unions, was reduced to close to nothing by the end of the 1990s. The printed part of mass communication came to be dominated by autonomous newspapers that functioned on a clearly commercial basis. From the late 1980s onwards, the broadcasted media also lived through turmoil. The era where the national television networks were owned, or at least highly controlled by the state, and hence indirectly by the parties, came to an end and commercial networks all over Europe were allowed to enter the scene.

Given this development regarding the traditional channels of mass communication, it came as no surprise that the political parties – and their political consultants – looked upon the birth and growth of

the Internet in bright colours (e.g. Fauchaux, 1998; Nixon & Johansson, 1999; Noble, 1996). From the parties’ point of view, this new channel for mass communication provided them – at least theoretically – with new means to reach the voters. Further, it was expected that this could be done at low, or at least reasonable, monetary costs and without the interference of news media. Finally, the web also opened a new, fast and direct channel for a two-way-communication between the parties and the electorate (e.g. Gibson & Ward, 1998; Margolis et al., 1997; Margolis et al., 1999; Norris, 2001b). Because of this many cyber optimists believed, as stated by Norris (2001b: 3): ‘[...] that this rapid proliferation of websites provides the best hope in modern times of reviving political parties, the core structure mediating between citizens and the state’.

However, studies mapping the users of the Internet in general, and the use of the political websites in particular, indicated that a rather restricted segment of the population turned to the political sites. It seemed that this group of net-users consisted in particular of citizens that already were interested in, or connected to politics (e.g. Hill & Hughes, 1998; Margolis & Resnick, 2000; Norris, 1999 and 2000). Hence, this would enhance the reinforcing rather than the mobilizing effect of politics on the net. In other words, the Internet will strengthen existing patterns of political participation more than it will encourage those who are currently marginalized from the political system to participate in political discourse. The question whether cyber politics generally has a reinforcing or mobilizing effect on citizen’s behaviour is too large and complex to be fully embarked upon in this context (see e.g. Norris, 2001a). Some short comments might still be appropriate. Thus, we see the conflict between reinforcement versus mobilization-theories as, at least partly, connected to the perspective

Department of Social Sciences, Åbo Akademi University, Vörågatan 9, FIN-65100 Vasa, gdjupsun@abo.fi; tcarlson@abo.fi

from which one chooses to look upon cyber politics. From a purely theoretical point of view, one might stress some of the media-specific trademarks of the web (level of cost, speed, spread, and two-way communication) and end up enchanting the mobilizing potential of cyber politics. On the other hand, the case for stressing the reinforcing character of cyberpolitics seems largely to rest on evidence of another kind. Judging by past experience of new media and their effects on political participation, as well as empirical research on politics on the web today, one might conclude that the reinforcing effects cannot be overlooked. On a general level, we thus maintain that cyberpolitics has a somewhat dual character. On a theoretical level, it potentially owns mobilizing power. Still, it seems obvious that this mobilization has a reinforcing bias. Hence, only the future can tell which one of these directions will finally take the upper hand. Awaiting that future, our most important quest is to enlarge and deepen the knowledge of today's cyberpolitics.

In this article, the general aim is to explore, from a party perspective, the nature of today's cyberpolitics. We go about this task in a twofold way. Our first aim is to try to contextualize cyberpolitics. This is done by scrutinizing both the possibilities and the restrictions that characterize parties' activities on the web, and by comparing these findings with the ways in which politics is conducted in other, more traditional, forms of mass communication. Second, we wish to put some of the postulates that arise from this analysis to an empirical test by taking a closer look at the first round of the 2000 presidential election in Finland. In Finland, the entire election process – starting from the nomination of candidates up to the final election – still places a considerable weight on the party affiliation of the candidates. A second circumstance that makes the Finnish case interesting is that Finland, as well as the other Nordic countries, in global comparisons, has proved to be extremely highly 'wired' (e.g. Norris, 2000: 4–5).

Contextualizing Cyberpolitics

As stated previously, one of the main reasons for the parties to 'get wired' was their ambition to reach voters, both stable and interested as well as uninterested and floating ones. The decision to use the Internet was surely to some extent a result of the fact that the web was there to be used by anyone who so wished. On the other hand, one other reason seems to have been that the parties experienced problems of different kinds in connection to

the more traditional channels of mass communication.

At this stage, one – as well as the parties – might wonder whether getting wired was worth the trouble. In order to be able to address this question, we need to look at web politics against the background of more traditional channels used by parties and their candidates. Hence, on a theoretical level, we pose the following question: what characterizes the prerequisites for political communication on the web compared to more traditional media? Here, these traditional forms of media are classified as:

- 1) *The partisan press*, i.e., printed media owned or controlled by a party;
- 2) *The free press*, i.e., newspapers with no affiliations to political parties or organizations closely linked to the parties;
- 3) *Radio and television*, i.e., communication that is broadcasted.

Needless to say, the differences between these communication channels are too many and too important for all to be accounted for in this context. Therefore, the analysis will be guided by three questions that we deem as crucial from the political parties' point of view. The questions that we, as well as a political party, might ask when monitoring and choosing between the web, the partisan press, the free press and radio and television are the following:

- To what extent is it possible for the party to exert control over the message?
- What are the possibilities for gaining access to the particular channel that one opts for?
- In choosing this channel, what are the possibilities to reach a large segment of the electorate?

As to the first two questions, the four considered types of communication channels form a rather straightforward pattern. When it comes to the partisan press and the web, the questions regarding access and control are fairly unproblematic. Put more bluntly, the party decides when to publish and what to publish. Regarding the two other channels, the free press and radio and television, the situation is quite the opposite. Here, the party lacks possibilities to control either access to the channel or the form and the content of the message. Furthermore, the actors that control both the access and the messages – the journalists and the owners of the media – live by their own book of rules (e.g. Altheide & Snow, 1979; Mazzoleni, 1987; Swanson & Mancini, 1996). This modern media logic creates a situa-

tion where the political parties, more often than not, are denied access to the communication channel. If, and when the parties manage to pass the threshold, they, and their messages, are treated in a journalistic way that every now and then makes them wonder whether it was worth making the news in the first place.

The third question places importance on the capacity to reach as many voters as possible. Obviously, this is by no means only a question about the amount of voters to be reached, potentially. From the parties' point of view, it is also of the utmost importance to reach the right kind of voters; those that take little, or no interest in politics, and who tend to either float or stay at home on Election Day (e.g. Maarek, 1995: 38–40). When exposed to this question, three of the communication channels form rather clear-cut cases. The free press as well as radio and television share a common potential for reaching a large share of the voters. The partisan press on the other hand has great difficulties in reaching people outside the parties' own rank-and-file and its most devoted voters. The web, in its turn, is a rather hard case to judge in the light of this criterion. On the one hand, a message placed on a party's website can potentially reach all the voters that are connected to the Internet. However, it is equally possible that this message reaches only a small group of on-line voters; i.e., those who either take a great interest in politics in general or already favour the particular party. Of course, one might argue that this same line of reasoning is also relevant when considering the free press and radio and television. If you are uninterested in politics or a particular party, there is nothing to prove that you read, listen to or look at messages concerning politics or this political party. Still, we maintain that there exists a major difference between these two situations. As to newspapers, radio and television, the uninterested voter is, more or less directly, often by chance or accident, exposed to messages concerning politics or a particular party. Hence, in a way, the voter has to be active in order to avoid these messages. The situation regarding the Internet,

however, is quite the opposite. The passive, but wired voter does not even have to be aware of the existence of party sites and other political sites. In fact, a voter has to take active measures in order to expose himself to messages conveyed by the parties. Hence, we maintain that the Internet cannot *per se* be deemed as a communication channel that reaches a great proportion of the electorate. Whether or not this is the case is something that will have to be judged on an empirical, not on a theoretical basis.

To sum up, from the political parties' point of view, the four different kinds of communication channels represent different options for communication. Moreover, these differences touch upon, *inter alia*, the access to the channel, the level of control regarding the message, and the amount of the electorate that can be reached. Table 1 sums up the discussion so far.

Table 1 points at a rather interesting paradox. When looked upon from the political parties' point of view, two channels, the partisan press and the Internet, display surprisingly large similarities. At this stage, we do not wish to stress this remark beyond this point but find, already here, that it is well worth mentioning.

Web Politics in Different Arenas

So far, we have rather strongly emphasized the self-evident fact that the political parties wish to reach as many voters as possible. It goes without saying that the parties also have other important goals. In his Nordic classic, *Party Strategies in a Multiparty System*, Sjöblom (1968) draws up a picture of party activity in general. According to Sjöblom, the goal for the parties in the *electoral arena* is to maximize their number of votes. In the *parliamentary arena*, they opt for a situation where their ability to co-operate with other parties is as good as possible. Finally, in the *internal arena*, the main objective is to create and maintain the highest possible level of party cohesion. Naturally enough, the methods, i.e., channels for communication, for reaching these goals

Table 1. *Prerequisites for Communication in Four Types of Channels From the Political Parties' Point of View*

	Level of access	Level of control	Level of audience being reached
The partisan press	High	High	Low
The free press	Low	Low	High
Radio and television	Low	Low	High
The Internet	High	High	Low/High?

display large variations. Leaving the parliamentary arena aside, we find that Gibson and Ward's line of reasoning concerning party politics on the web (Gibson & Ward, 1998) resembles Sjöblom's categorization. Their concept *interparty competition* stresses the party's ability and capacity to reach voters. Their concept *intraparty democracy*, on the other hand, places weight on internal matters of the party as an organization. In order to be able to function well in the interparty competition, the party has internally to be in line with, amongst other things, at least an acceptable level of party cohesion.

Potentially, it seems to be fruitful to also divide the parties' activities according to orientation when it comes to questions regarding communication. However, we would like to emphasize that this division can be made only on an analytical level. During the last decades, we have witnessed sharply falling numbers of party members indicating that the traditional internal party arena has also gone through radical changes (e.g. Mair & van Biezen, 2001). Hence, this arena cannot anymore be interpreted as a strictly internal one. Instead, we suggest a somewhat broader interpretation. Thus, we view the internal arena as consisting of both the activity of the party's own members and of those persons, groups and organizations that stand close to the party and take a great day-to-day interest in its activities. If we do not account for this new grey-zone, the concept 'internal arena' will soon lose its meaning. Bearing this new interpretation in mind, we now turn to the question concerning how well, or poorly, the prerequisites of the four types of channels suit the parties' communication efforts in the two arenas. Table 2 outlines our general view on this subject.

In Table 2, the majority of the classifications seems rather unproblematic. Still, the Internet again stands out as a somewhat deviant and ambiguous case that is hard to classify on a purely theoretical basis. Concerning the internal arena and the promotion of internal party democracy, we believe that the Internet has the *prerequisites* for efficiency (cf.

Gibson & Ward, 2000; Norris, 2001b). However, regarding the fruitfulness of being wired in the external, electoral arena, we feel that the answer has to be pursued through empirical research.

Before turning to the empirical analysis, we still have to decide on what grounds we will deem the parties' web activity as being a success or a failure. As stated earlier, the Internet offers the parties a good potential for reaching voters and for doing this without any journalistic intervention. What is more, the web also offers different opportunities for two-way communication, even in real-time (see, e.g., Gibson & Ward, 2000). Thus, a campaign that makes use of all of the possibilities offered by the web should display many opportunities for, and extensive use of, two-way communication. The second and the decisive criterion for success or failure, however, must be the amount of voters/citizens that the parties manage to reach on the web. Obviously, the part of the electorate that is reached has to be rather large in order for the endeavour to qualify as being a success.

Our third and final criterion rests on the notion that it is not sufficient for a party only to reach many voters, not even if this also means an active two-way communication. From the individual party's point of view, the sheer amount of site visitors comes second to reaching the right kind of voters. Previous research has shown that when analyzing the electorate, the parties categorize and segment the voters according to their attitude towards the party (e.g. Farrell & Wortmann, 1987; Kavanagh, 1995). The most interesting voters are those who are surely going to vote but have not yet decided which party they are going to vote for. On the other hand, the voters that are clearly less interesting are, firstly, those who already intend to vote for the party, and, second, those who clearly hoist the banners of other parties (see Sjöblom, 1968: 236–238; Maarek, 1995: 38–40). Consequently, a successful campaign on the Internet should reach as many voters of the right kind as possible. Evidently, it is a very cumbersome task to judge whether or not a campaign fulfils this criterion. One possible way of testing this might be to turn the criterion up side

Table 2. *Prerequisites for the Successful Use of Different Types of Media in Party Arenas*

Channels	Arenas	
	The internal arena	The electoral arena
The partisan press	Good	Poor
The free press	Poor	Good
Radio and television	Poor	Good
The Internet	Good	Poor/Good?

down, instead. Rather than focus on undecided and/or potentially favourable on-line voters, it would be better to focus, instead, on the uninteresting and/or more or less hostile wired voters. Thus, third, if a web campaign attracts a fairly large proportion of more or less hostile voters/surfers, it cannot, according to this criterion, be judged as successful in the electronic electoral arena.

Empirical Analysis

Data and Method

The empirical analysis focuses on Finnish parties' and their candidates' websites during the first round of the 2000 presidential election campaign. In Finland, the election turnout has, in modern time, been higher in presidential elections than in parliamentary ones.¹ Moreover, the rather personalized character of the modern presidential elections has resulted in a high degree of undecided voters (e.g. Gallup Finland/FSD 2000; Moring, 1998). In addition, the media interest and coverage have been exceptionally extensive during presidential campaigns (e.g. Aarnio & Isotalus, 2000; Moring, 1998). This nature of the campaigns makes them a fertile ground for activating public discussion (e.g. Tainio, 2001). Consequently, the chosen empirical case is well suited for examining websites as a tool for campaigning for votes, as well as a means of activating electronic voter and partisan discussion during campaigns.

The study leans on three bodies of empirical data. First, in order to scrutinize the efforts in creating and promoting interactivity and debate on the campaign websites – thus examining the first criterion for successful web campaigning – we report some findings from an analysis of the sites in the final week of the election campaign (9–16 January 2000). Second, in order to shed light on the Finnish voters' view of the websites, we examine results from a national voter survey conducted during the campaign (Gallup Finland/FSD, 2000). Here, the second criterion of successful cyber campaigning, i.e., reaching a large share of voters, is brought to the fore: are there many voters that consider the campaign sites as important information sources? Third, having shown how the campaign sites promote interactivity and how voters deem the sites, we focus on the discussion forums on the web that were provided by the parties and their candidates. Here, we rely on findings from a quantitative content analysis of the discussion in these forums. The empirical data consists of electronic messages that

were posted to the discussion forums on party and candidate websites in the final month of the campaign.² By observing the on-line voters' discussions, we shed additional light on the second criterion: do the forums offered by the parties and their candidates manage to attract a large share of voters discussing electoral topics? Moreover, by studying the content of the voters' discussions, we can examine the third criterion, the need to attract the 'right' kind of on-line voters.

The Interactive Features of The Sites

It can be argued that potential interactivity is the feature that most clearly distinguishes campaign websites from other campaign outlets. On campaign sites, voters can get in contact with the parties and their candidates. Thus, e-mail can be sent to them (i.e., down-top communication). Furthermore, the parties as well as their candidates can reply to voters' e-mail (top-down communication). Moreover, in different types of discussion forums on the sites, voters can discuss political and campaign matters with each other (down-down communication). Finally – and this is the truly interactive feature of the web – the sites can offer opportunities to 'real-time chatting', where voters can converse in real-time with, inter alia, the party elites and the candidates. In all, these interactive features have, theoretically, a potential to activate and mobilize voters. Of course, it is hard to tell whether or not the parties really wish to exploit all these possibilities. The parties might be satisfied communication *to*, rather than *with*, the voters (cf. Stromer-Galley, 2000). Still, we maintain that if a campaign should be deemed as successful as a web campaign it should utilize the interactive nature of the web.

How, then, did the Finnish presidential campaign sites exploit these interactive features? Table 3 sheds light on this question. The examination includes the websites of the five major candidates in the election: Esko Aho (The Centre Party); Tarja Halonen (The Social Democratic Party); Heidi Hautala (The Green League); Elisabeth Rehn (The Swedish People's Party); Riitta Uosukainen (The National Coalition Party).³

Table 3 clearly demonstrates that the websites were only partially interactive. Thus, all sites featured e-mail addresses. Still, there was no guarantee that the candidates would reply to the messages. Merely one candidate, the Green League's Heidi Hautala, provided a discussion forum.⁴ Finally, none of the candidates offered the voters opportunities to real-time chats.

Table 3. *The Use of Interactive Features on the Candidates' Websites*

Features	Websites				
	Aho	Halonen	Hautala	Rehn	Uosukainen
E-mail address?	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Reply promised?	No	(Yes)*	(Yes)*	(Yes)*	No
Discussion forum?	No	No	Yes	No	No
Real-time chat?	No	No	No	No	No

*) The candidate may possibly reply, but he/she does not guarantee it.

In sum, the candidates did not exploit the interactive web features that could have activated the voters. Rather, when monitoring the sites, one obtained the impression that the websites resembled traditional campaign brochures that inform the site visitors about the candidates' issue priorities and their personal characteristics (cf. Carlson & Djupsund, 2001; Kamarck, 1999). Hence, the websites predominantly disseminated information downwards; i.e., in the direction top-down (from the candidates to the voters). Thus, the first criterion of successful web campaigning, an extensive use of interactivity, was not fulfilled.

Did the Web Campaign Affect a Large Share of Voters?

Did the 'electronic brochures' of the parties' candidates have any influence on the Finnish voters' decision how to vote? Was there a large share of voters that deemed the campaign sites as important information sources? Some results of a national voter survey (Gallup Finland/FSD, 2000) shed light on these questions (Table 4).

Indeed, the results presented in Table 4 are quite depressing from the Internet optimist's point of view. Very few voters considered the websites important as an information source when deciding how to vote. Thus, in seeking political information, the

voters relied on traditional media, i.e., the press and, especially, the television.

However, as pointed out by Gibson and Ward (1998: 17), in examining web politics, one should pay special attention to, so-to-say, tomorrow's electorate, i.e., today's first time and other young voters. This group is, as Gibson and Ward emphasize, well versed in computer-mediated communication, the Internet in particular. In addition, these young people are, to a large extent, swing voters with weak party alignments. Thus, on the Internet, the parties and their candidates should be keen to attract these young, non-aligned web surfers. Consequently, in Table 5, we pay special attention to the age factor: did the younger voter segments attach greater importance to the website information than older voters?

Again, the results, presented in Table 5, give cause to serious concern for the political Internet optimists. Surprisingly few voters rated the website information highly. What is more, the young voters – the citizens that surf most intensely on the web – did not differ significantly in this respect from the older voter segments. In sum, the findings presented in this section suggest that the Internet does not *per se* have the capacity to mobilize voters, as the earlier discussed mobilization hypothesis suggests. Furthermore, the findings suggest that the second criterion of successful web campaigning is not ful-

Table 4. *The Importance of Different Sources of Information to the Voters in the Finnish 2000 Presidential Election, First Round. Total number of respondents: 1,269*

Relative share of respondents saying they got information from the source for their voting decision (percentage answering 'very much' and 'pretty much' on a four-score scale)	
Type of source	
Newspaper articles	20.4 %
Television news/current affairs	41.8 %
Candidates' websites	1.4 %

Table 5. *The Importance of Different Sources of Information to Different Age Groups of Voters in the Finnish 2000 Presidential Election, First Round. Total number of respondents: 1,269*

Relative share of respondents saying they got information from the source for their voting decision (percentage answering 'very much' and 'pretty much' on a four-score scale)					
Source	Age				
	18–24	25–34	35–49	50–59	60–77
Newspaper articles	20.8	14.1	22.2	18.1	28.6
Television news and current affairs	45.5	44.5	42.7	39.6	36.3
Candidates' websites	3.9	1.9	1.2	0.8	1.2
N	77	263	501	260	168

filled: the share of voters that emphasize the role of the sites was not large.

Voters' Discussions in the Web Forums

In the following, we pay attention to the voters that, after all, do utilize electronic discussion forums provided either by parties or candidates on their sites. A 'discussion forum' here denotes a site feature where a visitor can post a message that then appears on the web page in question. Moreover, other visitors can reply to earlier posted messages, or post new messages, that likewise appear on the 'electronic billboard'. The posted messages, original messages and answers, form a series of messages organized in 'threads'. Thus, discussion forums technically resemble Internet news groups (see Bentivegna, 1998; Hill & Hughes, 1998). Ideally, the forums promote and activate political debate among the 'on-line citizens'. Furthermore, monitoring these electronic debates, parties and their candidates can conduit opinions from, so-to-say, the bottom; i.e., in the electoral arena, from voters, and, in the internal arena, from party aligned citizens; party activists, members and supporters.

The following analysis focuses on two aspects of the discussions in the web forums. The first aspect concerns the liveliness and intensity of the discussions. Here, we use three measures. First, inspired by Bentivegna's analysis (1998) of political newsgroups on the Internet, we examine the liveliness of the discussion by categorizing the messages as either original messages or reply messages. A high frequency of reply messages indicates an intensive debate and a strong participant interest for the topics discussed (Bentivegna, 1998: 5). Second, again following Bentivegna, we check how many different debaters actually participate in the discus-

sion forums. In Bentivegna's words: 'a large number of messages sent by a few subjects points to a certain 'monopoly' of the discussion' (1998: 6). Thus, if the forums are dominated by few participants, then they are unsuccessful in mobilizing and engaging the electorate. Third, we pay special attention to the presence of such participants that post exceptionally many messages to the forums: how many are these subjects and how large a share of the total number of messages do they account for? In all, the analysis of the liveliness and intensity of the discussions shed additional light on the second criterion of successful web campaigning. In order to be successful, the sites' discussion forums should engage many voters.

The second aspect focuses on such messages – original or replies – that focus negatively on the parties' candidates. In particular, we are interested in such messages that attack, ridicule or are otherwise negative toward the presidential candidate of the party providing the discussion forum. As discussed earlier, the presence of negative messages indicates that there are 'hostile' voters surfing on the websites. A large proportion of such messages suggests that the parties and their candidates do not reach the kind of voters they opt for on the web, i.e., the third criterion of successful web campaigning.

Analyzing Different Kinds of Forums

As noted above, merely one presidential candidate, the Green League's Heidi Hautala, provided a discussion forum on the web.⁵ However, during the weeks leading up to the election, the campaign was a central topic also in the unmediated discussion forums on the websites of the major parties. Thus, the data set of the analysis also includes all messages concerning the election and the campaign that were posted to the web forums of the Social Democratic

Party (SDP), The Centre Party (CP) and The National Coalition Party (NCP). The SDP's and CP's forums were free in the sense that the discussants could be totally anonymous. In order to post messages to the NCP forum, on the other hand, the debaters had to register, i.e., state their name and e-mail address to the party, before taking part in the discussion. Nevertheless, the message appearing on the billboard could be signed with a pseudonym. From a methodological point of view, this difference between the party sites is very welcome. We believe that the need to register to the NCP significantly heightens the threshold for entering the party's web discussion for other citizens than the NCP activists, members and sympathizers. Thus, the empirical data set encompasses, on the one hand, forums open for everyone (CP and SDP) and, on the other hand, a forum that, most likely, attracts mainly party aligned voters and, therefore, is more internal to its character (NCP). Hence, in the NCP forum, we expect to find far fewer messages that are negative toward the so-to-say 'own' candidate than in the forums of the other parties and of the Green League's Heidi Hautala.

Examining the Discussion Forums: Findings

The discussion in the four forums was observed during the six final weeks of the campaign (10 December 1999 – 16 January 2000). In all, 1,830 messages were found. Taking into consideration the high amount of Finnish citizens that are 'on-line', this result suggests that the forums did not successfully manage to activate the voters.⁶

In the forum provided by the candidate of the Green League, Heidi Hautala, all messages during this period were recorded. Surprisingly, only a mere 79 messages were posted to her forum. In the forums on the three parties' websites, every message that concerned the presidential election or the campaign was recorded. Here, the SDP forum had received most postings (887 messages) followed by the NCP forum (440 messages) and the CP forum

(424 messages). Thus, in message quantity, the forums on the major parties' sites outshone the forum offered by Heidi Hautala, representing a relatively small party. Noteworthy, in comparison with the other party forums, twice as many messages were posted to the SDP forum. Surprisingly, the NCP forum, that had obligatory participant registration, encompassed roughly the same amount of messages as the CP forum that did not require registration.

Before we turn to the actual number of participants in the discussions, we examine, in Table 6, the liveliness of the discussions by observing the share of reply messages in the forums.⁷

The results presented in Table 6 reveal that the liveliness of the discussions was surprisingly high in the forums of the major parties. In the Green candidate's forum, on the other hand, there was a low rate of response to the original messages.

To sum up, a relatively small amount of messages were posted to the forums during the campaign. However, apart from the forum provided on the site of the Green League's Heidi Hautala, the liveliness of the discussions was rather high. Still, we do not know if the forums gathered many different persons or if the forums were 'monopolized' by a small clique of active discussants. Table 7 sheds light on this question.

With due caution paid to some difficulties of identifying and separating different discussants⁸, Table 7 shows that relatively few citizens debated presidential election topics in the forums. The SDP forum gathered, by far, the most debaters (562). As expected, the obligatory registration in the NCP forum did heighten the voters' threshold for participation; merely 93 persons posted on average 4.73 messages to this forum. Thus, to a certain extent, the NCP's web discussion was 'monopolized' by party aligned citizens.

Before we turn to the content of the discussion, we shall pay attention to the presence of such discussants that posted numerous messages to the discussion forums. Here, we focus on persons/pseudonyms that posted more than 20 messages. In

Table 6. *Original and Reply Messages Posted to the Discussion Forums (percentages)*

Message	Discussion forums			
	SDP	CP	NCP	Hautala
Original	38.4	28.5	32.0	88.6
Reply	61.6	71.5	68.0	11.4
N	887	424	440	79

$\chi^2 = 108.952$ (df = 3); $p < .000$

Table 7. *The Number of Messages Posted by Different Discussants in the Forums*

Forum	Number of messages	Number of discussants	Average number of messages per discussant
SDP	887	562	1.58
CP	424	255	1.66
NCP	440	93	4.73
Hautala	79	68	1.16

the data, we tracked ten such persons. Strikingly, they posted 314 messages; i.e., 17 percent of the total data set ($N = 1,830$). Moreover, we found that these debaters posted messages to several forums. For example, one distinct pseudonym sent 18 messages to the SDP forum and 18 to the NCP forum. Thus, these findings ruin the picture of a large number of voters that discuss, on an equal basis, election concerns on the web.

Finally, concerning the content of the discussion, our interest is focused on the presence of such messages that are negative toward the candidate that is associated with the forum-providing website. Here, we found that 39.8 percent of all messages focused on the character and/or the record of the parties' candidates.⁹ In Table 8, the messages that are either negative or positive toward the candidates are categorized as either focused on the candidate associated with the forum-providing website (labelled 'own' candidate) or focused on another candidate.

In Table 8, there are two striking findings. First, the majority of the candidate-focused messages are negative. Second, a rather large share (39.3 percent) of the messages that focus on the 'own' candidate are negative as well. Thus, in the discussion forums, there is a rather large share of voters that are critical or even hostile to the candidate associated with the forum. In sum, as a tool for reaching the strategically important voters, the discussion forums do not seem to do the trick. Are there differences then between the different discussion forums as to the negativity of the candidate-focused messages? Table 9 sheds light on this question.

Disregarding the Hautala forum, where 20 of the 21 candidate-focused messages are positive toward the Green candidate, Table 9 shows that there is a reasonably large share of messages that are critical to the 'own' candidate on the party sites. In particular, the candidate of the Centre Party, Esko Aho, is heavily criticized in the party's own discus-

Table 8. *The Share of Negative and Positive Messages Focusing on Either the 'Own' Candidate or Other Candidates (percentages)*

Focus	Negative messages	Positive messages	Total
'Own' candidate	39.3	53.8	43.9
Other candidate	60.7	46.2	56.1
N	448	208	656

$\chi^2 = 12.228$ (df = 1); $p < .000$

Table 9. *Positive and Negative Candidate-Focused Messages Posted to the Party Forums (percentages)*

Messages	Forums		
	SDP	CP	NCP
Positive toward 'own' candidate	10.9	18.4	19.0
Negative toward 'own' candidate	27.3	37.6	19.0
Positive toward other candidate	16.1	13.5	14.4
Negative toward other candidate	45.7	30.5	42.8
N	341	141	153

$\chi^2 = 23.082$ (df = 6); $p < .001$

sion forum. As could be expected, the candidate-oriented messages in the NCP forum, requiring user registration, are somewhat less critical to the party's own candidate. However, despite the registration, such criticism is not totally absent in the forum; 19 percent of the messages contain negative statements of the NCP candidate.

In sum, rather few voters reach the forums. Furthermore, a noteworthy share of those voters that participate in the discussions voice a negative attitude toward the candidate associated with a forum. Hence, the party forums do not seem to serve particularly well as a tool for reaching the strategically important voters, i.e., the third criterion of successful web campaigning.

Summary and Conclusions

The empirical findings can now be summed up. In the analysis, we empirically examined three aspects of successful web campaigning: the use of interactivity; the amount of voters reached who deem the sites as important; the need to reach as many voters of the right kind as possible. The first major observation worth pointing out now is that only a very small percentage of the Finnish voters attached great importance to the campaign sites as information sources when deciding how to vote. Even among the youngest voters – 'the wired generation' – only few (3.9 percent) considered the websites important. Second, amongst the tiny share of the electorate that visited the campaign sites, the level of activity must be considered low. Here we would like to emphasize the fact that a very small group of on-line voters (ten persons, pseudonyms) actually accounted for a considerable part (17 percent) of the messages posted to the forums. Third, and finally, regarding the character of the messages, the most striking observation is the negative, sometimes even hostile tone shown from time to time. Naturally enough, the web forums of the parties contained messages where the candidates of opposing parties are mocked. Still, the most surprising thing is that the forums also contained a substantial share of, more or less hostile messages that zoom in on the, so-to-say, own candidate, i.e. the candidate of the party providing the forum in question.

When looking at these empirical findings in a theoretical perspective, the following conclusions seem to be essential. First, the results prove – beyond reasonable doubt – that the parties' ambition

to get wired in order to reach the strategically important voters has been a failure, at least to date. The major explanation to this might be the following: whereas voters, more or less actively, have to avoid political messages in the press, and on radio and television, the voter surfing on the net has to take active measures in order to even find the messages of the political parties and their candidates. On a theoretical level, this statement underpins one general conclusion: the Internet does not actually constitute a form of mass communication; i.e., a channel of communication where a message, per definition, reaches a vast number of citizens.

Earlier we noted that, from the party's perspective, the partisan press and the Internet displayed, on a theoretical level, rather large similarities. At least when it comes to reaching new voters, our empirical findings indicate that these similarities exist also on the empirical level. Hence, in many ways, the Internet seems to display the same positive and negative qualities as the partisan press. Accordingly, one might argue, by turning the coin, that cyber campaigning has not managed to replace the parties need to reach voters through the free press and the television, i.e., channels to which the party's access is as low as their possibilities to exert control over the messages. Hence, regarding the electoral arena, the Internet today seems rather much to function in the same way as the partisan press of yesterday.

In order to be judged as at least partly successful the cyber campaigns should function well in the internal party arena by promoting internal party activity and party cohesion. However, the analysis of the discussion forum of the most internally oriented on-line party, the National Coalition Party, indicated that this might not be the case. Merely 93 discussants participated in the internally oriented discussion forum of the NCP. Also the surprisingly high amount of negative messages found in the forums point in a somewhat different direction. In all, these findings point to the shortcomings of cyber campaigns in promoting party cohesion.

The general conclusion of this study is that the parties – at least for now – have gained rather little from 'getting wired'. They have not really managed to reach new voters, nor has the internal party activity or the party cohesion been promoted. In many ways the sites seem to have functioned as modern versions of the partisan press of days gone by.

Notes

1. See http://www.idea.int/voter_turnout/westeurope/finland.html.
2. We wish to thank Mr Kim Strandberg for collecting and coding the data of the discussion forum analysis.
3. The two remaining presidential candidates, Ilkka Hakalehto and Risto Kuisma – both representing marginal parties (*The True Finns* and *The Reform Group* respectively) and scoring very low in the polls – were not included in this study. Their web campaigning efforts were very modest and their sites were rudimentary.
4. It may be worth mentioning that a worldwide survey of parties' websites, conducted by Norris (2001b), showed that Green parties in particular have utilized the new medium.
5. A special feature of Heidi Hautala's discussion forum was that she to some extent took part in the debate.
6. For the sake of comparison, we can report some figures concerning the amount of messages posted to the discussion forums provided by a major Finnish web portal offering forums, <http://www.suomi24.fi/>. During September 2001, 68,924 messages were posted to the different forums, covering a range of topics, mostly life-style oriented ones. Here, the forum for discussion on political and societal matters received merely 1,196 messages. (Figures provided by Mr Nicklas Koski, Product Manager, Scandinavia Online).
7. In such cases where an original message resulted in multiple levels of replies (i.e., the first reply is replied by another reply, that, in turn, is replied by a third reply, etc.), we decided to record only the first level of reply messages. Of course, on this first level, there may be several replies to the original message.
8. Whereas the people posting messages revealed their e-mail address and/or their full name, the separation of discussants was easy. However, when they used pseudonyms, the coder had to observe distinct pseudonyms that returned in the discussions.
9. Furthermore, 20.4 percent of the messages emphasized issues, 28.5 percent stressed campaigning matters (e.g., 'horse-race' themes) while the remaining 11.4 percent of the messages formed a residual category ($N = 1,830$).

References

- Altheide, D. & Snow, R. (1979) *Media Logic*. London: Sage.
- Bentivegna, S. (1998) *Talking Politics on the Net*. Research paper R-20/1998, The Joan Shorenstein Center on Press, Politics and Public Policy, Harvard University.
- Bowler, S. & Farrell, D., (eds.) (1992) *Electoral Strategies and Political Marketing*. London: Macmillan.
- Carlson, T & Djupsund, G. (2001) "Old Wine in New Bottles? The 1999 Finnish Election Campaign on The Internet". *Harvard International Journal of Press/Politics* 6: 68–87.
- Djupsund, G. & Svåsand, L., (eds.) (1990) *Partiorganisationsstudier i strukturer og processer i finske, norske og svenske partier*. Åbo: Åbo Akademis förlag.
- Farrell, D. & Wortmann, M. (1987) "Party Strategies in the Electoral Market: Political Marketing in West Germany, Britain and Ireland". *European Journal of Political Research* 15: 297–318.
- Fauchaux, R. (1998) "How Campaigns are Using the Internet: An Exclusive Nationwide Survey". *Campaigns & Elections* 19: 22–25.
- Gallup Finland/FSD (2000) *Presidential Elections 2000, First Round* [Computer file]. Espoo: Gallup Finland [data collection]; Tampere: Finnish Social Science Data Archive [distributor].
- Gibson, R. & Ward, S. (1998) "U.K. Political Parties and the Internet: 'Politics as Usual' in the New Media?". *Harvard International Journal of Press/Politics* 3: 14–38.
- Gibson, R. & Ward, S. (2000) "A Proposed Methodology for Studying the Function and Effectiveness of Party and Candidate Web Sites". *Social Science Computer Review* 18: 301–19.
- Hill, K. & Hughes, J. (1998) *Cyberpolitics: Citizen Activism in the Age of the Internet*. New York: Rowman & Littlefield.
- Humphreys, P. (1996) *Mass Media and Media Policy in Western Europe*. Manchester: Manchester University Press.
- Isotalus, P. & Aarnio, E., (eds.) (2000) *Presidentti 2000: mistä vaalit on tehty?* Jyväskylä: Jyväskylän University.
- Kamarck, E. (1999) "Campaigning on the Internet in the Elections of 1998". In Kamarck, E. & Nye, Jr, J. (eds.): *Democracy.com? Governance in a Networked World*. Hollis: Hollis Publishing.
- Katz, R. & Mair, P., (eds.) (1994) *How Parties Organize: Change and Adaption in Party Organizations in Western Democracies*. London: Sage.
- Karvonen, L. & Rappe, A. (1991) "Social Structure and Campaign Style: Finland 1954–1987". *Scandinavian Political Studies* 14: 241–259.
- Kavanagh, D. (1995) *Election Campaigning: The New Marketing of Politics*. Oxford: Blackwell.
- Maarek, P. (1995) *Political Marketing and Communication*. London: John Libbey.
- McQuail, D. & Siune, K., (eds.) (1998) *Media Policy: Convergence, Concentration and Commerce*. London: Sage.
- Mair, P. & van Biezen, I. (2001) "Party Membership in Twenty European Democracies, 1980–2000". *Party Politics* 7: 5–21.
- Margolis, M., Resnick, D. & Tu, C-C. (1997) "Campaigning on the Internet: Parties and Candidates on the World Wide Web in the 1996 Primary Sea-

- son". *Harvard International Journal of Press/Politics* 2: 59–78.
- Margolis, M., Resnick, D. & Wolfe, J. (1999) "Party Competition on the Internet in the United States and Britain". *Harvard International Journal of Press/Politics* 4: 24–47.
- Margolis, M. & Resnick, D. (2000) *Politics as Usual: The Cyberspace 'Revolution'*. Thousand Oaks: Sage.
- Mazzoleni, G. (1987) "Media Logic and Party Logic in Campaign Coverage: The Italian General Election of 1983". *European Journal of Communication* 2: 81–103.
- Moring, T. (1998) Does the Type of Election Effect the Type of Campaign? A Comparative Case Study: Finland. Paper, IAMCR Workshop on Political Communication, Glasgow.
- Nixon, P. & Johansson, H. (1999) "Transparency Through Technology: The Internet and Political Parties". In Hague, B. & Loader, B. (eds.): *Democracy: Discourse and Decision Making in the Information Age*. London: Routledge.
- Noble, P. (1996) "Net the Vote". *Campaigns & Elections* 17: 27–28.
- Norris, P. (1999) "Who Surfs? New Technology, Old Voters and Virtual Democracy". In Kamarck, E. & Nye, Jr, J., (eds.): *Democracy.com? Governance in a Networked World*. Hollis: Hollis Publishing.
- Norris, P. (2000) "The Internet in Europe: A New North-South Divide?". *Harvard International Journal of Press/Politics* 5: 1–12.
- Norris, P. (2001a) *Digital Divide? Civic Engagement, Information Poverty and the Internet in Democratic Societies*. New York: Cambridge University Press.
- Norris, P. (2001b) Digital Parties: Civic Engagement & Online Democracy. Paper, ECPR workshop on Electronic Democracy, Grenoble.
- Sjöblom, G. (1968) *Party Strategies in a Multiparty System*. Lund: Studentlitteratur.
- Stromer-Galley, J. (2000) "Online interaction and why candidates avoid it". *Journal of Communication* 50: 111–132.
- Swanson, D. & Mancini, P., (eds.) (1996) *Politics, Media, and Modern Democracy: An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences*. Westport: Praeger.
- Tainio, S. (2001) How Are Trends in Political Communication Reflected in Conversations? Paper, Nordic Conference on Media and Communication Research, Workshop on Political Communication, Reykjavik.

Følelser og en god sladderstund

Nuancer i dansk journalistik om de kendte

KIRSTEN SPARRE

Journalistik om de kendte og de kongelige er enormt populær i Danmark. De fire danske billedugeblade, som fokuserer på nyt om de kendte og kongelige, havde i år 2001 2,4 millioner læsere tilsammen hver uge.¹ Kongestoffet især fylder også meget i andre medier og på public service tv. Da Norges kronprins Haakon giftede sig med den borgerlige Mette-Marit i august 2001 blev brylluppet dækket i 5-6 timer lange transmissioner på begge de to danske public service tv-stationer, og hele 2,6 millioner danskere fulgte begivenhederne i Oslo mod kun 1,8 millioner nordmænd.² Interessen for de mennesker, der bliver offentlige personer gennem reality-shows som Robinson Ekspeditionen og Big Brother, er også stor. I foråret 2001 bragte de danske aviser og ugeblade 969 artikler alene om Big Brother.³

Internationale forskningsresultater tyder også på, at journalistik om de kendte bliver stadigt mere populær. I 1999 tog Harcup og O'Neill Galtung og Ruge's klassiske artikel om nyhedsværdier (Galtung and Ruge 1965) op til revision og nåede frem til et mere nutidigt sæt af nyhedsværdier, hvor kendthed ligger næsten i top. De to forskere analyserede 1.276 nyhedsartikler, der havde været bragt som tophistorier på samtlige sider i nyhedssektionerne i marts 1999 i tre britiske aviser: tabloidavisen *The Sun* og aviserne *Daily Telegraph* og *Daily Mail*. De konkluderede, at kendthed er blevet et afgørende kriterium for, om en historie bliver bragt i en avis: "Pressen i Storbritannien virker sygeligt optaget af kendte mennesker såsom stjerner i tv-soaps, sportsstjerner, filmstjerner og selvfølgelig også de kongelige". (Harcup og O'Neill 2001). En amerikansk undersøgelse foretaget af Committee of

Concerned Journalists sammenlignede ændringerne i nyhedsværdierne på tværs af tv-nyheder, landsdækkende aviser og trykte nyhedsmagasiner i årene 1977, 1987 og 1997. Undersøgelsen viste, at antallet af historier om kendte, underholdning og kendtes kriminalitet blev tredoblet i perioden fra en ud af hver 50 historier i 1977 til en ud af hver 14 historier i 1997. (Committee of Concerned Journalists 1998).

Det høje antal historier om de kendte og de kongelige har givet anledning til bekymringer om faldende journalistiske standarder og kvalitet i medierne indhold i såvel journalistiske som akademiske kredse. Men er flere historier om de kendte det samme som dalende kvalitet eller blot et udtryk for, at et andet journalistisk paradigme end det, der forstår verden som en politisk arena, er ved at træde mere i karakter? Diskussionen er hæmmet af, at der på trods af den folkelige popularitet og den elitære bekymring hidtil ikke har været særlig megen konkret forskning i kendthedsjournalistikens arbejdsmetoder, underliggende dynamikker og udviklingsmønstre. Nuancerne mangler.

Det har et længerevarende forskningsprojekt fra det danske Center for Journalistik og Efteruddannelse imidlertid forsøgt at råde bod på. Projektet har blandt andet set på, hvordan forskellige typer af medier vægter stoffet om de kendte, og hvordan historier om de kendte og de kongelige bidrager til tabloidiseringsprocesser. Projektet har også undersøgt, hvordan journalister rent faktisk arbejder med at indsamle stof om de kendte, hvilket er en langt mere nuanceret proces end først antaget. Endelig har projektet forsøgt at beskrive nogle af de metoder og dynamikker, der eksisterer i forholdet mellem kendthedsmedier og læsere og seere. Hvad er det, folk får ud af historier om de kendte, og skal historierne nødvendigvis være faktuelte korrekte for at være gode historier? Kan det forenes med principper for god journalistik?

Center for Journalistik og Efteruddannelse, Danmarks Journalisthøjskole, Olof Palmes Allé 11, DK-8200 Århus N, sparre@tdespace.dk

Metodisk tilgang

Det har været et centralt udgangspunkt for projektet, at kendthedsjournalistik er netop det: Journalistik. Det er den fordi, artikler og tv-indslag i denne undersøgelse opfylder et antal professionelle kriterier ved at

- have en høj grad af aktualitet
- være baseret på begivenheder
- gøre brug af journalistiske genrer som nyheder, interview, features og voxpopper
- være baseret på navngivne kilder og observationer af faktiske begivenheder
- udøve en vis grad af kildekritik

Med dette udgangspunkt har vi brugt tre case-studier til at belyse kendthedsjournalistikken og dens udviklingsmønstre på tværs af forskellige medietyper. Casene var baseret på de fire danske billedeblade *Billed-Bladet*, *Se og Hør*, *Her og Nu* og *Kig Ind*, de to populæraviser *Ekstra Bladet* og *B.T.*, de tre morgenaviser *Berlingske Tidende*, *Morgenavisen Jyllands-Posten* og *Politiken*, samt de væsentligste nyhedsudsendelser på tv-stationerne DR1 og TV 2. I to af casene blev artikler fra det danske nyhedsbureau Ritzau også inkluderet. I alt blev der registreret 1.743 artikler og tv-indslag og 340 billeder i databaser, og disse empiriske data blev senere suppleret med observationer og kvalitative interview med journalister, fotografer og redaktører.⁴

En case dækkede perioden fra fødslen af prins Nikolai 28. august 1999 til hans døb 6. november 1999. Prins Nikolai er den danske prins Joachim og prinsesse Alexandras første barn, og i den ovennævnte periode bragte ugeblade og aviser i alt 648 artikler om den nye prins, mens DR1 viste 5,3 timer og TV 2 7,4 timers prinserelateret tv inklusive nyheder, ekstra udsendelser og direkte transmissioner fra dåben samt den første præsentation for det danske folk. En anden case fulgte dækningen af den anden udgave af reality-showet *Robinson Ekspeditionen* fra 6. september til 29. november 1999, hvor 16 almindelige danskere tilbragte 13 uger på en øde ø og med regelmæssige mellemrum skulle stemme en af deltagerne ud af programmet, indtil en vinder var fundet. Serien blev dækket i 641 artikler i ugeblade og aviser, men fik ikke nogen opmærksomhed i tv's nyhedsprogrammer. En tredje case var et studie af alle artikler og indslag om de kendte og kongelige i de udvalgte medier i ugen fra 15. til 21. november 1999.

For at komme med i den sidste case-studie skulle en artikel eller et indslag opfylde tre kriterier

på en gang: For det første skulle historien omhandle en person, som var velkendt i brede dele af den danske befolkning; for det andet skulle historien tage udgangspunkt i personlige aspekter af den omtalte persons liv; og endelig skulle formålet med historien være at tilfredsstille en læsers eller seers nysgerrighed om den pågældende person snarere end at give ham eller hende informationer, som kunne bruges i rollerne som borger eller forbruger. Disse kriterier gjorde det muligt at undgå historier, hvor de kendte optrådte professionelt for eksempel som skuespillere, tv-værter eller som kilder på en politisk historie. Artikler, som indeholdt vurderinger af den kendtes professionelle adfærd i form af anmeldelser, blev ikke taget med, og det gjorde foromtaler af begivenheder som koncerter og pladeudgivelser heller ikke.

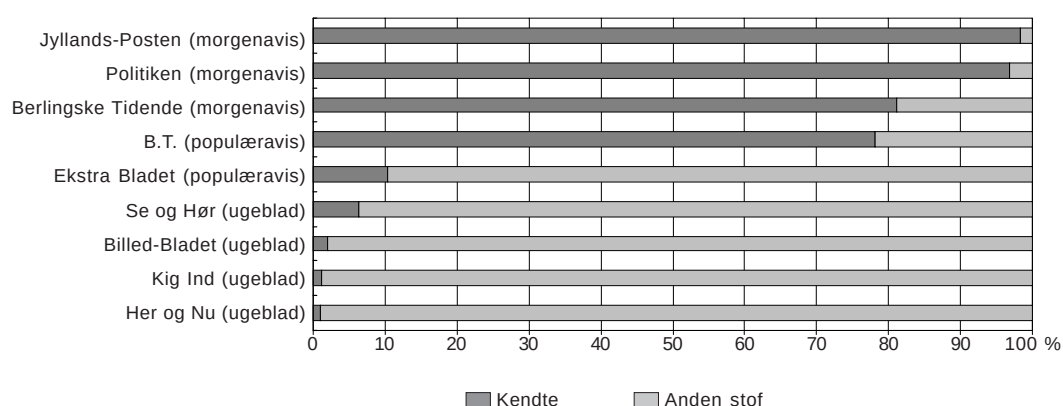
Kendthed – en nyhedsværdi for hvem?

Det er klart, at kendthed har stor nyhedsværdi for de ugeblade, som baserer deres virke på tv-programmer og nyt om de kendte. Men i hvor høj grad er kendthed også en vigtig nyhedsværdi for andre typer af medier?

Tal fra den tværgående case-studie viser, at frekvensen af historier om de kendte i stort omfang er afhængig af den underliggende medie-ideologi. Figuren nedenfor er baseret på tal, der viser, hvor stor andelen af artikler om de kendte var i forhold til alle artikler i det pågældende medie i en bestemt uge i november 1999.

Frekvensen af historier om de kendte er meget forskellig i de forskellige medietyper. De to nyeste billedugeblade i Danmark, *Her og Nu* og *Kig Ind*, bringer næsten udelukkende kendthedsstof, hvori mod de to mere etablerede danske billedugeblade, *Billed-Bladet* og *Se og Hør*, bruger cirka 20 procent af pladsen på kuriøse historier (en blå hund), skæbnehistorier (kvinde føder siamesiske tvillinger) og en opsummering af de mest dramatiske begivenheder i ugen der gik. Med 6-10 procent er kendthed en blandt flere væsentlige nyhedsværdier for populæraviserne. Kristian Lund, chefredaktør for *B.T.*, forklarer, at populæraviser satser på at bringe de historier, som folk vil tale om. Den ene dag kan det være, at supermodellen Helena Christensen har fået en søn, og næste dag kan det være en togulykke. Kendthed er også en nyhedsværdi for morgenaviser, som selv siger, at de lægger vægt på at redigere efter et væsentlighedskriterium. Men det er ikke en særlig vigtig værdi. Der findes historier om de kendte i morgenaviserne, men de drukner i mængden af alle mulige andre typer af indhold. Endelig var der i den pågældende uge kun fire meget

Figur 1. Frekvensen af historier om de kendte



korte indslag om kendte i public service kanalernes nyhedsudsendelser.

Kendthed og tabloidisering

Men figuren ovenfor fortæller kun en halv historie om den rolle, kendthedsjournalistik har i forhold til ændringer i dansk journalistik lige nu. Nyt om kendte tilhører den gruppe af nyheder, som Stig Hjarvard kalder tabloide nyheder (Hjarvard 1999: 182). Vore case-studier om Robinson Ekspeditionen og fødslen af en ny dansk prins viser, hvordan kendthedsjournalistik flere steder har bidraget til en tabloidiseringsproces i såvel populæraviser som i morgenaviser og public service tv.

Tabloidisering har længe været et synonym for et fald i nyhedernes standard og kvalitet. Vi bruger imidlertid begrebet lidt mere neutralt og som et værktøj, der identificerer forandringer i journalistiske arbejdsprocesser. Colin Sparks har defineret tabloidisering som en proces, hvor andelen af historier om økonomi og politik gradvis mindskes, og hvor journalister i højere og højere grad gør brug af interviewpersoners personlige og individuelle oplevelser som den væsentligste kilde for informationer og diskussion (Sparks 1998:7). Vores undersøgelse lægger yderligere et par dimensioner til forståelsen af tabloidisering. Den peger blandt andet på, at tabloidisering ikke behøver at være en generel udvikling for et medie, men godt kan finde sted indenfor enkelte stofområder.

Parallelle virkeligheder

Ved at se på dækningen af reality programmet Robinson Ekspeditionen stod det klart, at især journalisterne på ugeblade og populæraviser dækkede

serien som om den var virkelig og ikke en konstruktion. Det er selvfølgelig almindeligt at dække konstruerede virkeligheder såsom film og tv-serier, men det sker normalt med en vis distance, hvor journalister anerkender elementet af fiktion. Men i dette tilfælde blev grænserne mellem den virkelige virkelighed og den konstruerede virkelighed meget slørede på flere punkter: Beskrivelser af begivenheder og følelser oplevet under ø-opholdet blev bragt side om side med historier om de begivenheder, deltagerne oplevede hjemme i Danmark netop i de dage, hvor udsendelserne blev vist på tv. Deltagerne blev kendt og refereret til under de øgenavne, de fik på grund af deres opførsel på øen. En historie om en deltagers reaktion på at blive sendt hjem fra øen, som foregik først på sommeren, hvor programmet blev optaget, kunne sagtens blive til en forsidehistorie i november, hvor programmet blev vist, og næste dag kunne forsiden så handle om en minister, der gik af. Journalister og medier deltog konstruerede også en Robinson virkelighed omkring programmerne ved for eksempel at facilitere telefonsessioner, hvor publikum kunne tale direkte med deltagere fra serien. Denne blanding af parallelle virkeligheder er karakteristisk for den nye form for journalistik, der kunne kaldes reality-journalistik.⁵ I Robinson bidrog dækningen til en fornemmelse af, at det der skete på øen var virkeligt og ikke blot et interessant socialt eksperiment, som blev udført på foranledning af et tv-selskab.

Den "virkelige" virkelighed, som journalisterne forholdt sig til, var selvfølgelig, at seere i massevis havde en ægte følelsesmæssig oplevelse gennem deres engagement i serien. Men fra et journalistisk synspunkt må det betegnes som et led i en tabloidiseringsproces, når journalister i opfølgningen på et tv-program ikke skelner mellem virkelige begivenhe-

der og tv-konstrueret virkelighed – når en tåre, der falder i Robinson er lige så autentisk og ofte får større medieopmærksomhed end den tåre, en mor fælder, når hun har mistet en søn i et virkeligt jord-skælv.

Pletvis tabloidisering

Robinson Ekspeditionen blev aldrig dækket på en tabloid måde i danske morgenaviser og public service nyhedsudsendelser. Ikke fordi disse medier aldrig laver tabloid dækning, men det ser ud til, at visse betingelser skal være opfyldt, før sådan en dækning kan finde sted. Robinson Ekspeditionen opfyldte ikke disse kriterier, men det gjorde en anden begivenhed i efteråret 1999: Fødslen af prins Nikolai.

Dette var en stor begivenhed for alle medier, og den blev dækket intenst af alle medier i vores undersøgelse. De tabloide elementer i morgenavisernes og public service tv's dækning slog især igennem i nyhedspræsentationens form, valget af emner fra privatlivets sfære, og antallet af interviews som trak på den personlige oplevelse af begivenheden – lige fra de kongelige forældre selv til folk på gaden. Følelserne – de personlige såvel som de nationale – var omdrejningspunkt for dækningen, og journalister på både tv og aviser opgav enhver form for kritisk distance og fortalte nyhederne på en positiv og følelsesladet måde.

Såvel stilen som omfanget af den prinse-relaterede dækning i morgenaviser og tv's nyhedsudsendelser står i skarp kontrast med tallene fra den tidligere figur om dækningen af de kendte i en almindelig uge. Og det peger på en væsentlig pointe i forhold til forståelsen af tabloidiseringprocesser i disse medier. Her kan tabloidisering finde sted i "pletter" i forbindelse med særligt vigtige begivenheder med følelsesmæssige perspektiver for nationen såsom begivenheder i den kongelige familier eller danskere, der vinder internationale titler i en folkekær sportsgren. Den nationale betydning danner en underliggende ramme for dækningen og fungerer som et væsentlighedskriterium, der kan legitimere tabloid dækning i medier, som normalt ser ned på denne journalistiske praksis.

Tre slags kendthedsjournalistik

Forholdet mellem journalister og de kendte er hyl-det i et slør af mystik, der dækker over to yderpunkter. I den ene ende eksisterer en hårdnakket myte om, at de kendte konsekvent bliver gjort til ofre af journalisterne, som trænger i deres privatliv

og bringer historier mod deres vilje. I den anden ende findes en lige så stærk antagelse om, at de fleste kendte gladeligt markedsfører sig selv i medierne for at opnå opmærksomhed og økonomisk gevinst.

Men vores undersøgelse viser, at virkeligheden er langt mere kompleks. Der findes tre former for kendthedsjournalistik i Danmark, hvor journalister bruger forskellige metoder for at indsamle stof.

Journalister gør meget ud af at møde *danske kendte* ansigt til ansigt for at få direkte citater. Det sker enten ved at arrangere et interview eller ved at møde op til begivenheder som release parties og film premierer, som er baseret på en præmis om at give de kendte og journalister lejlighed til at møde hinanden. Journalister – især de der arbejder på billedugeblade – bruger en masse tid på at skabe tillid mellem dem selv og de kendte og giver dem for eksempel lov til at læse tekster fra længere interview igennem, før de offentliggøres. Emnerne, der tages op, er som regel nogle, som den kendte føler sig tryk ved at tale om.

Forholdet mellem journalister og danske kendte styres af et kompleks sæt af lovgivning, regler om god presseskik og journalister og redaktørers personlige moralkodeks. Indenfor denne ramme forhandler journalisterne og de kendte konstant om betingelserne for den enkelte historie: Vil den kendte mødes med journalisten og fotografen derhjemme eller på en cafe? Hvor meget vil den kendte gå i detaljer med sit kærlighedsliv? Det er et forhold, hvor begge parter giver og tager, og som i sidste ende er styret af, at journalisten er nødt til at få historien i hus med den kendtes accept, idet accepten betyder, at journalisten ikke senere kan anklages for at have krænket den kendtes ret til privatliv.

Kendthedsjournalister optræder helt anderledes i forhold til de *danske kongelige*, som mest dækkes fra distancen. Det er ikke en ønskesituation, men er et resultat af flere faktorer. For det første overstiger efterspørgslen efter nyt om de kongelige meget hurtigt den mængde af historier, som kan skaffes gennem samarbejdssituationer om dækningen af private begivenheder som bryllupper, dåb og begravelser. Der opstår et vakuum, og mange journalister finder i stedet deres daglige historier ved simpelthen at være tilstede, når de kongelige dukker op til officielle eller halv-officielle arrangementer. Ved nogle lejligheder holder journalisterne også enkelte medlemmer af kongefamilien under konstant overvågning. Disse metoder giver sjældent journalister lejlighed til at tale direkte med de kongelige. For det andet så kan kongehusets medlemmer på grund af deres status ikke kontaktes lige så let som andre kendte kan. I det store og hele kan de ikke ringes op på telefon, og

da det danske kongehus heller ikke har ansat en pressechef, har journalisterne generelt ikke den samme adgang til at tale med de danske kongelige, som de har til danske kendte.

Derfor bliver journalistik om den kongelige familie et mix af historier, som er indsamlet delvist gennem samarbejde, delvist ved opsøgende observation, og delvist gennem spekulation og fortolkning af kongelig adfærd. Denne sidste metode har været udbredt i dækningen af kronprins Frederiks kærlighedsliv, hvor for eksempel en række rejser til Australien indenfor det sidste års tid er blevet taget af nogle ugeblade som tegn på, at han har en kæreste der, selv om der indtil november 2001 ikke rigtigt var nogle håndgribelige beviser for den påstand.

Den sidste gruppe af kendte er *udenlandske kendte og kongelige*. De fleste danske journalister får historier om udenlandske kendte og kongelige på anden eller tredje hånd fra kilder som udenlandske aviser og hjemmesider og ved at handle med internationale freelancere og billedbureauer. Det er sjældent, at danske journalister personligt interviewer udenlandske kendte. I konsekvens er mange af historierne om udenlandske kendte i danske medier langt mere pikante og nærgående end historier om de danske kendte. Bladene viser ofte billeder af udenlandske kendte, der er halv- eller helnøgne, eller som opfører sig mindre pænt. Bo Andersen, chefredaktør for ugebladet *Her og Nu*, siger: "Afstanden betyder, at folk fra Hollywood nemt bliver til nogle tegneseriefigurer, som vi gerne vil høre nogle mere klæbrige historier om."

Faktualitet og kendthedsjournalistik

Et af de mest kontroversielle emner i forhold til kendthedsjournalistik er spørgsmålet om forholdet til faktualitet. Kan man tro på historierne om de kendte? Efter at have studeret kendthedsjournalistik i mere end to år synes vi, at det er bedre at spørge, om folk i virkeligheden forventer absolut faktualitet i historier om de kendte?

Det er vigtigt at understrege, at mange historier om de danske kendte er rimeligt faktuelle, da de kendte – i modsætning til den kongelige familie – kan gribe til sanktioner overfor de medier, der bringer forkerte oplysninger om dem ved at afbryde samarbejdet eller lægge sag an i Pressenævnet. Men især i de tilfælde, hvor det handler om den danske kongefamilie, så sker det, at kendthedsjournalister anvender fakta på en anden måde end i traditionel journalistik.

I traditionel journalistik bruges fakta til at skabe så oplyst et billede som muligt af historien. Her ville en historie om kronprinsens gentagne ture til

Australien være irrelevant med mindre en kompetent person kunne forklare, hvad han skulle der. Kendthedsjournalistik derimod kan tage sit udgangspunkt i den faktuelle observation, at kronprinsen har været i Australien mange gange fornylig og bruge det som en ramme for resten af historien. Området i midten af historien vil så blive åbnet for diskussion – eller sladder – med læseren, når journalisten fremlægger sin fortolkning af historien ved blandt andet at trække på andre typer af informationer end direkte citater (det kunne være andre observationer og udtalelser fra skjulte kilder) og for eksempel foreslå, at rejserne skyldes en ny kæreste i Australien. Det er en teknik, som giver læserne mulighed for relatere til historien ved at tage del i en sladderproces, som jo netop går ud på at fortolke andre menneskers motiver ud fra mere eller mindre verificerede informationer om deres handlinger. Men det er vigtigt, at journalisten fremlægger en fortolkning, som er troværdig og ønskværdig – at foreslå at kronprinsen er i behandling for alkoholproblemer uden for danske mediers søgelys ville sikkert ikke blive accepteret af læserne, medmindre der var gode beviser for det.

Truer sladderteknikken den journalistiske troværdighed ikke bare i forhold til den enkelte historie, men også generelt? Svaret afhænger til en vis grad af den sofistikation, man tillægger læserne. For læserne er faren ved sladderteknikken helt klart, at for at historien virker, så beder journalisten indirekte læserne om at sætte spørgsmålstejn ved og være uenig i historiens konklusion. Den, der forstår og sætter pris på teknikken, vil nok kunne nyde den enkelte historie uden at miste troen på journalistikkens generelle troværdighed. Men de, der ikke forstår eller accepterer metoden, vil komme i tvivl ikke bare om troværdigheden af den enkelte historie, men også om troværdigheden af hele produktet og de journalistiske processer, der førte frem til det. Der er desværre stor forskel på den evne og moral, som de enkelte journalister og medier udviser, når de bruger sladreteknikken. Nogle gange kammer historien fuldstændig over og forlader journalistikkens verden for at blive til fiktion. Det bør dog ikke i sig selv udelukke sladdermetoden fra den gode journalistiks selskab – etisk udført er dens force, at den åbner op for, at læseren bliver medskabende af meningen i en historie, hvilket måske er den virkelige årsag til metodens popularitet.

Journalistikken og læserne

Sladreteknikken er en del af den specielle dynamik, der styrer kendthedsjournalistik og adskiller den fra

andre former for journalistik. Helt centralt i dynamikken er det meget aktive forhold mellem journalistikken og læserne, hvor journalistikken faktisk kræver en hel del af sit publikum, for at den fungerer.

For det første så er det nødvendigt, at forbrugerne opbygger bekendtskaber med personer i det offentlige rum i en sådan grad, at de er villige til at købe produkter med nyt om kendte for at læse mere om dem. At opbygge bekendtskaber er en aktiv proces, som fordrer, at læserne forbruger en række kulturelle produkter som nyheder, fjernsynsudsendelser, film og musik. At det personlige bekendtskab er en forudsætning for kendthedsjournalistikken succes, fremgår med al tydelighed af den mangel på interesse, som danskere har i norske eller svenske billedugeblade, selv om de er fulde af de samme typer af historier som de danske ugeblade. Problemet er jo, at de primært handler om mennesker, som danskerne ikke kender.

Den australske medieforsker John Langer (Langer 1998) har i en analyse af tabloide nyheder påpeget, at kendthedsjournalistik også er afhængig af en anden dynamik, der spiller på modpoler mellem det sædvanlige og det usædvanlige, det almindelige og det ualmindelige. Læseren skal simpelthen være villig til at bruge sig selv og sit helt almindelige liv som den baggrund, den kendtes liv og oplevelser stilles op imod, og hun skal anerkende kendthed som noget bemærkelsesværdigt. Ellers er historier om relativt almindelige begivenheder i et kendt menneskes liv (at gå på indkøb, blive forelsket, få et barn) ganske enkelt ikke interessante.

Endelig så aktiveres læseren gennem formidlingen af stoffet, hvor medierne forsøger at engagere publikum gennem for eksempel sladreteknikken eller skarpt vinklede forsiderubrikker. Redaktører af billedugebladene i Danmark fortæller, at det er en ugentlig proces at vinde accept fra publikum, og at den primære scene for forhandling er ved bladhylden, hvor publikum beslutter, om de vil belønne gode overskrifter ved at købe bladet, eller om de vil straffe bladet for noget, det skrev i sidste uge, ved at lade det stå på hylden.

Forandringer på vej?

På et par enkelte undtagelser nær så er kendthedsjournalistikken i Danmark hyggelig og uden skarpe kanter. Redaktørerne af billedugebladene tror, at sådan vil det blive ved med at være, så langt de kan se frem, fordi de danske læsere ikke vil acceptere skandaler og sensationer i deres ugeblade. Men er det nu rigtigt? Under vort arbejde viste det sig, at forestil-

lingen om læseren og hans eller hendes ønsker var en umådelig vigtig faktor i at forklare redaktionelle prioriteringer af historier og de journalistiske principper, der ligger til grund for nyhedsindsamlingen. For eksempel har den store efterspørgsel efter nyt om de kongelige fået *Billed-Bladet* til at opgive en langvarig politik om, at medlemmerne af det danske kongehus kan sige fra overfor at blive fotograferet, hvis de bliver truffet på et offentligt sted i et privat ærinde. Nu bliver der taget billeder med telelinser før, fotografen beder om lov til at tage et billede. Hvis svaret er nej, så forbeholder bladet sig ret til at bruge det første billede, som blev taget før den personlige henvendelse. *Billed-Bladet* markedsfører sig selv som Danmarks royale ugeblad og lægger vægt på at have en særlig høj journalistisk moral i forhold til de andre ugeblade på markedet. Alligevel har forestillinger om læsernes ønsker fået bladet til at ændre på sine principper for indsamling af stof, og spørgsmålet er, hvor langt læserne kan skubbe grænserne for den journalistiske praksis uden at møde modstand fra producenterne?

Processen med at opbygge og konstruere kendthed lægger også pres på kendthedsjournalistikens uafhængighed. Indtil videre har dansk kendthedsjournalistik været baseret på et almindeligt journalistisk forhold til kilderne, hvor journalister og de kendte byttede opmærksomhed for information og var tilfredse med det. Men prisen for information stiger. Der er eksempler på, at danske kendte er blevet betalt for retten til eksklusive billeder fra bryllupper, selv om omfanget af denne praksis overhovedet ikke står mål med situationen i Storbritannien, hvor flere kendte skaber kæmpeindtægter for sig selv ved at sælge begivenheder i deres liv til kendt-hedsmagasiner (Bundgaard 2001). Redaktører klager over, at nogle kendte i Danmark er begyndt at bekymre sig voldsomt om, hvordan de bliver fremstillet i medierne, selv om problemet slet ikke har samme karakter som situationer i Hollywood, hvor journalister må forhandle med PR agenter om betingelserne for adgang til interview med filmstjerner. Alligevel er dansk kendthedsjournalistik dybt involveret i processen med at konstruere kendthed, og med fremkomsten af reality-tv er processen blevet intensiveret i en sådan grad, at det kunne udgøre en trussel mod journalistikken som praksis. I foråret 2001 indgik den danske populæravis *Ekstra Bladet* for eksempel en aftale med en dansk tv-station om hver dag at omtale den første danske udgave af reality programmet Big Brother, uanset om der var sket noget nyt. Til gengæld fik avisen adgang til eksklusive historier, og bladets logo blev vist i forbindelse med udsendelserne.⁶

Vækstpotentiale uden aftagere?

Taget under et har CFJE's projekt beskrevet et livskraftigt og økonomisk bæredygtigt journalistisk paradigme, der giver sine brugere rum og værktøjer til at engagere sig i livsverdenen med et følelsesmæssigt udgangspunkt. Det er et paradigme, som har de bedste betingelser for at trives og vokse yderligere i den nærmeste fremtid. Fremtidssforskere mener for eksempel, at fremtidens produkter vil blive baseret på ønsket om at give forbrugerne følelsesprægede oplevelser gennem fortællinger (Jensen 1999). Og den danske professor i medievidenskab, Ib Bondebjerg, tror, at fokuset på nationalstaten som forståelsesramme for det, der rører sig i samfundet, er i færd med at blive erstattet af offentlige personer. De offentlige personer fungerer som konkrete symboler, der kan hjælpe os med at håndtere livet i den globaliserede verden ved at give adgang til deres private liv, så vi kan se mønstre, tanker og følelser, vi kan genkende og forstå. (Niels Bjørn 2000)

Men er de danske medier klar til at udnytte dette perspektiv? Lige nu må svaret være nej. Direkte adspurgt havde redaktørerne af danske billedeblade stort set ingen journalistiske visioner udover at opfylde markedets behov. Det er en form for

naivitet, som kan blive utrolig skadelig, hvis de samme redaktører har et ønske om, at deres produkter fortsat skal være journalistiske og ikke PR-maskiner, som bliver en symbiotisk del af en større proces med at producere kendthed gennem konstrueret autenticitet i tv's reality programmer.

Problemet på morgenaviser og public service tv er lidt anderledes. Her har kendtheden trængt sig på – også i langt større omfang end journalister og redaktører officielt vil være ved – og det viser sig, at når det sker, så imiterer dækningen både i form og indhold den i de mere etablerede kendthedsmedier. Med sine stærke traditioner for dybtgående portrætter og interviews så kunne medier redigeret efter væsentlighedsprincipper relativt enkelt uddybe historierne om de kendte og stadig bevare de interessevækkende og følelsesladede elementer. Men indtil videre sker det ikke, hvilket sandsynligvis skyldes en stor portion berøringsangst på de pågældende redaktioner. Konsekvensen er en tilsyneladende bevidstløs kopiering af metoder fra ugeblade og populæraviser, der kommer til at stå i vejen for den fornyelse, som måske netop skulle komme fra væsentlighedsmedierne i forbindelse med kendthedsjournalistikkens ekspansion og store popularitet.

Noter

1. Baseret på oplysninger fra www.aller.dk og www.dmu-mags.dk
2. Oplyst på TV 2's hjemmeside, 28. august 2001, www.tv2.dk
3. Opgørelse foretaget af Observer Danmark og omtalt i Michael Grønnegaard og Kaj Høivang: "Tv scorer millioner på presseomtale", *Børsen*, 16. maj 2001.
4. Resultater fra projektet er præsenteret i Kirsten Sparre og Lars Kabel: *Den glade journalistik: Om mediernes dækning af de kendte*, Forlaget Ajour, Århus, 2001. Se også tema på www.cfje.dk
5. For en nærmere diskussion af begrebet reality-journalistik se www.cfje.dk/reality
6. Aftalen blev beskrevet i to artikler af Øyvind Hesselager i det danske fagblad *Journalisten* no. 3, 2001 "Mediebryllup" og "Chefer siger nej."

Kilder

- Bjørn, Niels: "Globalt privatliv" på URL: www.kommunikationsforum.dk/ugensprofil/interview_ib_bondebjerg.htm
- Bundgaard, Bente (2001) "Kendthedsens pris" i Kirsten Sparre og Lars Kabel: *Den glade journalistik*. Århus: Ajour.

- Committee of Concerned Journalists (1998) *Changing Definitions of News*, findes på URL: <http://www.journalism.org/lastudy3.htm>
- Galtung, Johan og Mari Ruge (1965) "The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers", *Journal of International Peace Research*, vol. 1, pp. 64-91.
- Grønnegaard, Michael og Høivang, Kaj (2001): "Tv scorer millioner på presseomtale", *Børsen*, 16. maj 2001.
- Harcup, Tony og Deirdre O'Neill (2001) "What is News? Galtung and Ruge revisited", *Journalism Studies*, vol. 2, no. 2, pp. 244-261.
- Hesselager, Øyvind (2001) "Mediebryllup" og "Chefer siger nej", *Journalisten*, no. 3.
- Hjarvard, Stig (1999) *Tv-nyheder i konkurrence*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Jensen, Rolf (1999) *The Dream Society*. New York: McGraw-Hill.
- Langer, John ((1998) *Tabloid Television. Popular Journalism and the "Other News"*. London: Routledge.
- Sparks, Colin (1998) "Introduction", *The Public*, vol. 5, no. 3.
- Sparre, Kirsten og Lars Kabel (2001) *Den glade journalistik*. Århus: Ajour.

Om journalistikken i den akademiske republik

JØRN HENRIK PETERSEN

”.... the project of journalism education across the English-speaking world has not produced a professional discipline of great prestige and the field does not possess the levels of legitimacy marking schools of law, medicine, engineering, or even business”¹

Siden påbegyndelsen af den nye journalistuddannelse i 1998 ved Syddansk Universitet har vi med mellemrum på Institut for Journalistik ført en diskussion om forholdet mellem den håndværksmæssige *kunnen*, den akademisk baserede *indsigt* og *refleksionen* over journalistikkens samfundsmæssige rolle og funktion. Ofte har diskussionen taget udgangspunkt i det, en af uddannelsens arkitekter i planlægningsfasen kaldte ‘den journalistiske trekant’, jf. figur 1.

Figur 1.



Institut for Journalistik, Syddansk Universitet, Campusvej 55, DK-5230, Odense M, jhp@journalism.sdu.dk

Allerede dette udgangspunkt, der peger på en balance mellem tre dimensioner, førte diskussionen ud over den debat, som har eksisteret lige så længe, der har været uddannelse i journalistik, nemlig disputen om faget som udelukkende professionelt-erhvervsmæssigt kontra faget på den ene eller den anden måde placeret i den akademiske republik. Denne debat har først og fremmest været ført i udlandet, fordi vi i Danmark indtil for 30 år siden baserede uddannelsen på mesterlæren og derefter på en institutionaliseret form (Danmarks Journalist Højskole) stærkt præget af dens afsæt i mesterlæren. Først med initiativerne til nye journalistuddannelser (Syddansk Universitet og Roskilde Universitetscenter), som undervisningsministeren tog i 1997/98, blev denne diskussion også dansk.

Den faglige opbygning af journalistuddannelsen ved Syddansk Universitet²

Det timemæssige tyngdepunkt på den odenseanske journalistuddannelse ligger på *det håndværksmæssige*, d.v.s. ‘*kunnen-aspektet*’. Hertil kommer en omfattende *sprogundervisning*, undervisning i *det retlige system*, herunder *medieret*, og måske bør også *informationssøgning/kildekritik/samfundsvidenskabelig metode* henregnes til ‘*kunnen-aspektet*’. Samlet kan man tale om *journalistikkens hvordan-dimension*.

Den *faglige indsigt*, ‘*videns-aspektet*’ – uden for journalistikken som håndværksmæssig praksis – tilvejebringes gennem undervisning i *sociologi, dansk – og international politik, socialøkonomi og -politik, kulturanalyse og – journalistik, ‘virksomhed, marked og forbrug’ samt historie*.³

Endelig har vi i vore overvejelser været tilbøjelige til at se ‘*refleksions-aspektet*’ udmøntet primært i *mediesociologi* og *aktuelle samfundsmæssige pro-*

blemer, selv om denne dimension selvsagt bør indgå i alle fag.

Som det ses af den journalistiske trekant, har tanken været, at *kunnen, indsigt og refleksion* skal 'spille sammen' i frembringelsen af *det journalistiske produkt*. Det kan umiddelbart lyde tilforladeligt og problemfrit, men det betyder, at tyngden er lagt på det, journalister gør: det, der læses i avisen, det, der høres i radioen, det, der ses i fjernsynet, og det, der videreformidles via internettet. Den statiske 'state of the art'.

At sideordne de tre dimensioner i trekanten er fint nok og vil – forhåbentlig – give en bedre journalistik, men når der i trekantens kerne alene optræder en *produktorienteret gøren*, er der sket en perspektivindskrænkning. Når produktet i den grad betones, indebærer det risiko for en fremhævelse af det *færdighedsmæssige* på bekostning af det *forståelsesmæssige, det statiske* på bekostning af *det dynamiske*; men en kvalificeret journalistik er andet og mere end et sæt af færdigheder, som de udøves 'her-og-nu'. Den handler også om en dybtgående forståelse af den rolle, journalistikken spiller i udviklingen af den samfundsmæssige (be)tydning eller samfundets selvforståelse: *Journalistikkens hvorfor-dimension*.

Bagudskuende virker det ejendommeligt, at der ikke i uddannelsen er undervisning, der eksplicit betegnes *journalistik*. Man kan dog måske med fordel opfatte *mediesociologien* som det forbindende led mellem de håndværksmæssige fags '*hvordan*' og de mere teoretisk-perspektiverende fag. Med den vinkling optræder *mediesociologien* som 'the missing link' mellem teori og praksis, idet faget håndterer det manglende '*hvorfor*'. *Mediesociologien* burde måske betegnes *journalistik*, fordi det netop er her, der ud over det færdighedsmæssige arbejdes med en dybtgående forståelse af *journalistikkens dimensioner*, og det er her, der i flere henseender arbejdes med en brobygning mellem *teori og praksis*.

Mediesociologien eller *journalistikken* er da det fag, der

- løfter det journalistiske produkt op over dets umiddelbare frembringelse,
- indplacerer produktet i en større social sammenhæng,
- ser til- og fravalgene i nyhedsstrømmen som ideologisk betingede,
- udvikler journalistikkens praksiskontekst,
- præciserer journalistikkens betydning i meningsfrembringelsen,

- viser journalisterne konsekvenserne af den måde, formskærerlauget vælger, når det fortæller historier,
- tjener som brobygning mellem en række 'teorifag' og praksis, idet 'teorifagene' ses som mulige producenter af de *perspektiver*, der ofte savnes i den praktiske færdighedsudøvelse,
- sikrer en dybtgående indsigt i journalisterne samfundsmæssige rolle og funktion samt journalisterne mulige 'ansvarlighed' som dem, der skal sikre, at 'publikum' får de fornødne forudsætninger for at kunne agere som ansvarlige samfundsborgere.

I dette perspektiv fremtræder indholdet i den odenseanske journalistuddannelse, som vist i figur 2.

Når der lægges så megen vægt på den journalistiske '*hvorfor-dimension*', skyldes det en grundlæggende opfattelse – fælles med fagets 'founding fathers' – af journalistikkens betydning i og for *demokratiet*. Demokratiet er en konstrueret samfundsinstitution og ikke noget naturgivet. Derfor skal det som institution og kulturel praksis vedligeholdes. "In this vein, democracy is concerned operationally with constituting authority and providing citizens with the equipment to watch and evaluate the exercise of such authority. Journalists, among others, provide information and thought on which consciousness of the state and its officers is formed... journalists are prominently involved in the formation of social consciousness in the name of the public".⁴ Denne side af sagen er så meget mere vigtig, fordi nye medieteknologier tenderer mod underminering af den aktive offentlighed og indebærer risiko for ideologisk orkestrering, og fordi der er en voksende fornemmelse af 'et køligt forhold' mellem journalistikken og det demokratiske liv.

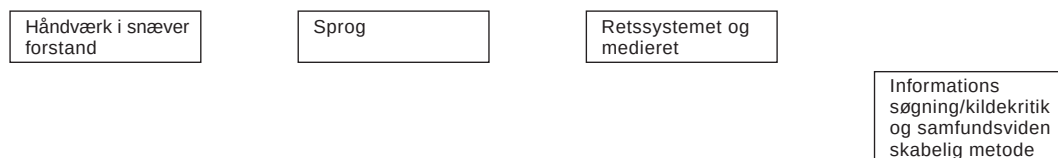
Det interne problem

Den hermed antydede stærkere vægtlægning på *videns- og refleksionsdimensionen*, d.v.s. det *journalistiske hvorfor*, accentuerer problemet om afvejningen mellem trekantens tre dimensioner, i særdeleshed afvejningen mellem det, der udvikler den studerendes forståelse af, *hvorfor?*, og det, som skal sikre den studerendes færdighedsmæssige kunnen: *hvordan?*

Det skærper afbalanceringen mellem det synspunkt, der lægger vægten på at tilvejebringe grydeklare journalister til umiddelbar anvendelse i medievirksomhederne – et synspunkt, der stærkt understøttes af 'kampen om praktikpladserne' og mulighederne i et vigende jobmarked -, og den position,

Figur 2.

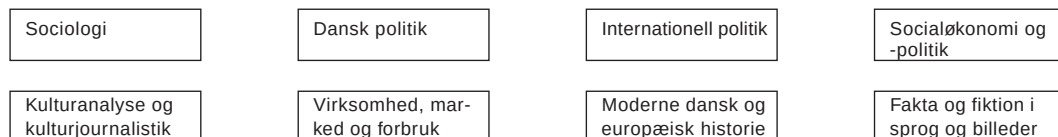
Hvordan?-fag



Hvorfor?-fag



Teori/perspektiverende fag



som gerne vil udstyre journalisterne med andet og mere end det, 'de faktiske forhold i jernindustrien' umiddelbart tilsiger.

De 'akademiske' og de 'professionelle' elementer i journalistuddannelsen kommer da til at fremtræde som aktører i en mere eller mindre civiliseret borgerkrig. Både blandt de involverede undervisere, der hver for sig typisk har tyngde i det ene eller det andet perspektiv på uddannelsen, og blandt de studerende, når de – tidspresset – i hverdagen foretager deres prioriteringer mellem at satse enten på den akademiske republik eller på de umiddelbare færdigheders imperativ. I mange tilfælde vil det sidste – færdighedernes imperativ – blive identificeret med journalistikken selv, hvilket her vil sige at blive identificeret med en ren *produktbetragtning*. *Hvordan*-højprioriteres på bekostning af *hvorfor*-dimensionen, selv om de burde være ligestillede.

"Borgerkrigen" afspejler selvsagt undervisernes forskellige baggrund, der fører til sondringen mellem at *være journalist* og at *tale om journalistik*. Håndværksfagene undervises typisk af tidligere praktikere uden akademisk baggrund, mens de, der varetager teori- og 'hvorfor'-fag typisk har deres rod i den akademiske republik uden synderlige praktiske erfaringer. Eller måske snarere med indsigt i genrer som kronik, kommentar og debatindlæg, der ikke er de typiske meddelelsesformer for den praktiske journalist.

Det er næppe heller utypisk, at begge grupper føler, at det er den del af uddannelsen, de selv identificerer sig mest med, som nedtones til fordel for den

anden. Det sete afhænger som bekendt af øjnene, der ser.

Det ligger næsten i begrebet 'det journalistiske håndværk', at der her arbejdes med journalistisk metode forstået som '*den rigtige måde*' at gøre det på. Der er i høj grad tale om 'learning by doing'. Det, der – set i akademiets perspektiv – mangler i den 'håndværksbaserede tilgang', er forståelsen af samspillet mellem teori og praksis, det perspektiverende, og forståelsen af, at det at tilvejebringe en fair, balanceret, nøjagtig gengivelse af en hændelse forudsætter langt mere end en simpel gengivelse af det, der opfattes som 'kendsgerningerne'. Det skyldes, at den journalistiske metode ikke har nogen relation til epistemologien (erkendelsesteorien). Den studerende lærer at se og at afbilde verden med udgangspunkt i en metode, der adskiller journalistikkens 'hvordan' og journalistikkens 'hvorfor'.

Ændringsforslag

Der er fremkommet mange forslag til, hvordan man kan forbedre forholdene. Nogle bevæger sig i samme retning. Andre præges af indbyrdes modsætninger.

Nogle appellerer til en forstærket professionalisme i staben på journalistuddannelsen udmøntet i et stærkere engagement i journalistikken og et tættere samspil med de professionelle mediefolk, uden af den grund at glemme, at det fremdeles er uddannelsens opgave at forberede den studerende ikke kun til beskæftigelse på de kendte branchevilkår

men også på vedkommendes effektive og kritiske deltagelse i det repræsentative demokrati.

Andre betoner et større islæt af kritiske studier, som bl.a. sætter spørgsmålstegn ved den praktiserende journalists overfladiske teori om viden baseret på kildeinterviews. Denne 'vidensteori' er løserevet fra de sidste mange års socialvidenskabelige indsigter. 'Sandheden' er ikke noget, der 'findes' og venter på at blive afdækket, men er defineret ved de metoder, det sprog, de teknologier, de kulturelle forudsætninger og de økonomiske imperativer, der er lagt til grund for en søgen efter 'sandheden'. Kendsgerninger, viden og sandhed eksisterer ikke uafhængigt af mennesket, men er sociale konstruktioner. Denne epistemologiske pointe bør spille med i 'praksis-undervisning'.

Atter andre lægger vægt på samme stærkere islæt af teori og metode, så den uddannede journalist får en mere grundlæggende fornemmelse af, hvad der er en kendsgerning end den, der ligger i, at nogen bekræfter, hvad andre har sagt. Megen journalistisk information er mere afhængig af de kilder, der (tilfældigvis) er til rådighed, end af et forsøg på falsifikation. I den sammenhæng argumenterer mange for, at en systematisk læsning af nyhedsartikler bør være en integreret del af uddannelsen med hovedvægten lagt på deres konstruktion af 'virkeligheden'.

Men der er samtidig nogle, der nok accepterer betydningen af mere kritiske elementer, men som på den anden side advarer imod, at journalistikken degenererer til en afart af socialvidenskabernes. Det er selvsagt vigtigt at fastholde praksisperspektivet, så man ikke i kritik af praksis og såkaldt journalistisk metode hælder barnet ud med badevandet.

Teori og praksis kan også, vil nogle mene, i højere grad integreres gennem selvrefleksion, hvor den enkelte sætter spørgsmålstegn ved sin egen rolle som upartisk gengiver af kendsgerninger og filosoferer over, hvordan kendsgerninger får et bestemt betydningsindhold gennem de valgte narrative strukturer. Opgaven vil da være at finde undervisningsformer, der stimulerer denne selvrefleksion.

Endelig er der dem, der hævder, at selv om kendskab til en række "fag" – de perspektiverende teorifag – er udmærket i sig selv, er det mindst lige så vigtigt at være opmærksom på, at disse fag ikke er elementer i en sammenhængende vidensstruktur. De lever hver deres liv med hver deres metode og hvert deres genstandsfelt uden nogen indre sammenhæng. Det perspektiv kunne føre til en omstrukturering af journalistuddannelsen, så hovedtemaet blev Journalistik som paraplybetegnelse for en række subgrupperinger – på samme måde som Statskundskab er en paraplybetegnelse for ret forskelligartede

felter. Konkret er det foreslået at arbejde med fem felter:

- *journalistikkens filosofi* (ytringsfrihed, moral, betydningen af journalistisk arbejde, analyse af journalistikkens intentioner og mål);
- *journalistisk praksis og metode* (mere eller mindre sammenfaldende med den håndværksprægede undervisning);
- *den sociale og politiske kontekst* (placerer medierne i et landskab præget af magt, social struktur, kultur og adfærd);
- *kritik* (refleksion over journalisters moralske, tekniske, intellektuelle og kunstneriske præstationer);
- *metode* (udvikling og vurdering af de metoder, der anvendes til at frembringe viden).

Om journalistuddannelsens teorifag

I figur 2 blev en række fag identificeret med '*hvor-dan-dimensionen*' og en anden række med '*hvorfor-dimensionen*'. Den tredje række blev kaldt de teoretisk, perspektiverende fag. Hvordan hænger de (eller burde de hænge) sammen med de to øvrige grupper?

Her kan det være nyttigt at gå tilbage til en af 'the founding fathers', nemlig Joseph Pulitzer.⁵ Da han ville udvikle et College of Journalism i tilknytning til Columbia University, lagde han stor vægt også på de traditionelle universitetsfag både i henseende til *hvilke*, der skulle indgå i uddannelsen af journalister, og i henseende til *hvordan*, der skulle undervises i disse fag, så de kunne tjene den perspektivering, som *den journalistiske hvordan-dimension* ofte savner.

Hans grundpointe var, at den professor, der skulle designe et kursus – det være sig i politik, økonomi, sociologi, historie etc. – som udgangspunkt skulle fokusere på den journalistikstuderende og glemme 'fagets traditionelle studerende': "Now, let us suppose that instead of lecturing for the general student in a general way, a professor of history should concentrate sharply upon the special object of the journalist, upon the special, separate needs of his training..."⁶ Pulitzers pointe var at organisere den faglige viden, så den henledte opmærksomheden på det, der spiller en rolle i den offentlige diskussion og i det offentlige liv – og dermed i den journalistiske praksis. Journalistikken skulle for ham være en anvendelse i den offentlige sfære af den viden og de indsigter, der sammenfattes og videreformidles gennem de universitære discipliner.

Over for dette synspunkt vil mange – også blandt de tænksomme – journalister mene, at det ikke er meget af det, der undervises i på en journalistuddannelse, som er uomgængelig viden. Det, der frembringer en god journalist, kan ikke læres på en skole, hvad enten uddannelsen er et-, to- eller tre-årig, siger Göran Rosenberg.⁷ Hvordan underviser man i fortælleglæde, formuleringsevne, videbegær, fantasi, vedholdenhed, receptivitet, kritisk tænkning, integritet og evne til at udholde stress? spørger han. Hertil er der to ting at sige. For det første at uddannelsesinstitutionen ved sin optagelsesprocedure kan gøre meget for at sikre 'de rigtige' studerende med de rigtige egenskaber. For det andet at en pædagogik meget vel kan være med til at fremme egenskaber, som man selv sagt ikke sådan i umiddelbar forstand kan 'undervise i'. Og for det tredje kan der være god grund til at erindre om Pultizers provokerende argument: "Is the man who is everybody's critic and teacher the only one who does not need to be taught himself?"

Opgaven i arbejdet med de universitære fag må være at overføre fagets sprog og tolkningsmetoder til de journalistikstuderende med vægten lagt på de dele, som er af betydning for den almene journalistik, mens fagets mere eksotiske sider negligeres.

Lad mig eksemplificere tanken med faget økonomi, som jeg selv underviser i. Udgangspunktet for planlægning af fagets indhold har været den observation, at næsten alle økonomiske og politiske diskussioner i Danmark ender i en debat om velfærdsstatens ydelser og finansiering. At det også er det tema, offentligheden og beslutningstagerne (og til dels journalisterne) tillægger størst betydning i mediedækningen, ved vi fra en undersøgelse af Anker Brink Lund.⁸

Undervisning i økonomi for journalistikstuderende kan derfor for det første med fordel tage afsæt i velfærdsstatens økonomiske problemer og dermed i socialpolitikken som økonomisk fag. Derfor har min version af faget titlen 'Socialøkonomi og -politik'. For det andet bør undervisningen begynde med en forskningsbaseret relaterende af faget til den journalistiske praksis. Det sker hos os

- ved en gennemgang af de skrevne mediers dækning af de velfærdsstatslige problemer i uge 46, 1999 – den nyhedsuge, vi i øvrigt på Institut for Journalistik har arbejdet meget med,⁹
- ved eksemplifikation af, hvordan et generelt økonomisk problem (vedtagelsen af 'euroen', den fælles valuta) ændrer karakter og ender i en debat om folkepensionen,¹⁰

- ved en diskussion af en rigtig fin journalistisk brøler hentet fra den pulserende virkelighed.¹¹ Den handler om journalisters fejllæsning af statistiske oplysninger vedrørende omfanget af arbejdstiden, et forhold der spiller en stor rolle i den aktuelle diskussion af velfærdsstatens fremtidige finansieringsproblemer.

Ved denne introduktion til faget er vægten lagt på at vise, at man med kendskab til faget socialøkonomi og -politik kunne have perspektiveret bedre, kunne have udviklet en helhedsbetragtning, kunne have stillet mere relevante spørgsmål, kunne have fundet andre vinklinger og kunne have undgået at begå direkte fejl. Formålet er selv sagt at åbne den studerendes øjne for, at faget kan bidrage til en bedre journalistik, og at det – i kraft af den vægt, der lægges på velfærdsaspekterne – berører enhver almen journalist.

Næste led i forløbet er, at alle undervisningstimer indledes med en præsentation af den forudgående uges centrale økonomiske begivenheder dækket af medierne med faglig begrundet ros og ris. Det svarer til Pultizers 'Study of Newspapers' – anvendt på det begrænsede område, der dækkes af faget økonomi.

Endelig er det tredje led i forsøget på at samtenke fag og journalistisk praksis, at de studerende i grupper forud for deres mundtlige eksamen skriver en større rapport over et selvvalgt emne. Enkelte eksempler fra sidste eksamen er 'Indvandringens økonomiske konsekvenser', 'Befolkningsudviklingen som en udfordring for velfærdsstaten', 'Øget efterspørgsel efter privat sygeforsikring', 'Truslerne imod den danske velfærdsmodel', 'Skattestoppet', 'EU's landbrugspolitik', 'Sort arbejde', 'Velfærdsdækning under valgkampe'.

Rapporten har to elementer. Dels redegør gruppen for det emne, den har valgt at behandle, og dels foretager den en kritisk gennemgang af mediernes dækning af det valgte tema. Ikke mindst det sidste styrker refleksionen over mediernes rolle og funktion. Mange praktiserende journalister kan være glade for, at de ikke i det daglige skal udsættes for en efterkritik, som den de studerende udøver, når de på basis af deres egen research kaster sig over de uddannede fagfæller.

Styrken ved 'modellen' er, at den tager udgangspunkt i den journalistiske praksis, de studerende identificerer sig med, at den fokuserer på de elementer af økonomisk teori, som den almene journalist vil møde, at den tilvejebringer et godt grundlag for tilegnelse af økonomisk sprog, tankegang og me-

tode, at den åbner mulighed for at behandle økonomi i samspil med de politiske rammevilkår, med historien, med etikken (bag velfærdsstaten), med kulturen osv., og at den sikrer refleksionen. Svagheden er, at den kun indirekte knytter an til den journalistiske praksis. Det hænger sammen med, at faget gennemføres sideløbende med den håndværksmæssige undervisning i radio/tv, der på introduktionsniveauet ikke hviler på de længere formater, som kunne give afløb for en økonomisk indsigt.

En supplerende journalistisk trekant?

Uden direkte at endorse enkeltelementer blandt de ændringsforslag, der er omtalt oven for, lader Skinner et al. sig inspirere af disse forslag, idet deres udgangspunkt er

- at ændre referencepunktet for udviklingen af uddannelsesstrukturen (curriculum);
- at nægte at acceptere journalistikken som en teknik,
- at understrege journalistikkens karakter af kompleks, professionel praksis, som forudsætter færdigheder, indsigt og refleksion.

Det forekommer at være et egnet udgangspunkt for fortsatte overvejelser over en uddannelse, der fra begyndelsen er tænkt med afsæt i 'den journalistiske trekant'. Skinner et al. fremhæver især tre forhold, der med fordel kan tillægges større vægt på vejen til en forståelse af det journalistiske '*hvorfor*': Journalistik som produktion af mening og betydning, journalistik i kulturel kontekst og journalistik som praksis for vidensproduktion. En supplerende journalistisk trekant?

Journalistik som produktion af mening/betydning

Journalister 'finder' ikke mening i rådata – observationer, interviews etc. –, men frembringer på det grundlag mening eller betydning. Nyhedsproduktion er en kompleks selektionsproces, som frembringer mening/betydning. Det peger iflg. Skinner et al. på en række områder, der med fordel kan indgå i uddannelsen:

- I og med at journalister anvender ord og billeder til at skabe betydninger er en vis forståelse af *Saussures lingvistik* – elementær semiotik – nyttig;
- Det samme gælder grundtræk af ideerne bag *socialkonstruktivismen*;

- Analyse af de *kulturelle, politiske og økonomiske kræfter*, der strukturerer den journalistiske praksis.

Journalistik i en bredere kulturel kontekst

Journalistikken i dens bredere kulturelle kontekst omfatter

- studiet af *stereotyper* som sådan;
- studiet af *narrative strukturer som stereotyper*; Da både tid og omfang er begrænset, når journalister skal fortælle en historie eller forklare undertiden komplekse situationer, anvender de hyppigt bestemte narrative strukturer eller 'nyhedsrammer' til at beskrive specifikke hændelser i et forsøg på at fortolke dem og give dem mening. Ofte indeholder de stiltiende teorier om, hvad der eksisterer, hvad der sker, og hvad der spiller en rolle, og de tenderer at undertrykke eller nedtone information, der ikke passer ind i rammen;
- i forsøget på at undgå stereotype fortællerammer, især når der berettes om kulturer, subkulturer, samfund og religioner, journalisten ikke selv tilhører, kan *etnografisk metode* være af stor betydning;
- også i denne sammenhæng spiller *videnssociologi* og *socialkonstruktivisme* en rolle.

Journalistik som en praksis for vidensproduktion

Med denne overskrift tænkes på reporterens test på informations præcision og på verifikationen med større vægt på de epistemologiske aspekter. I nyhedernes produktionsproces må der fokuseres på, *hvorviden kommer fra*, og *hvordan den frembringes*.

Ikke mindst refererer Skinner et al. til interviewet som vidensproducerende:

- hvem skal interviewes, hvordan skal der interviewes, og hvorfor skal der interviewes;
- ofte interviewes med henblik på tilkendegivelse af mening, perspektiv, kommentar eller citat – men selve det har mere at gøre med stenografi end med journalistik;
- i stedet bør interviewet anvendes til at konfrontere mere etablerede kilder med afledte konsekvenser, implikationer og modsigelser i allerede afgivne tilkendegivelser;

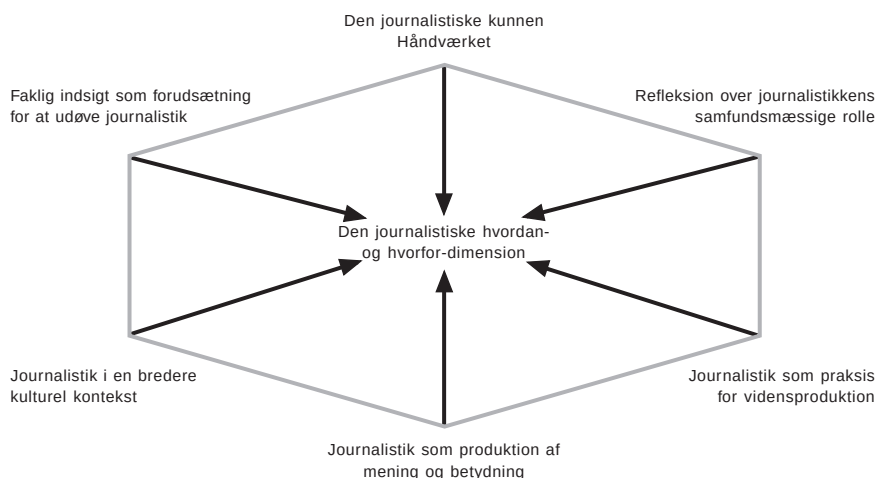
at udfordre folk, der producerer og reproducerer konventionel visdom, hvilket forudsætter, at journalisten kan skelne den konventionelle visdom fra anden indsigt;
 at producere offentlig viden og udfordre de konventionelle tolkninger;
 at stille udfordrende spørgsmål for at afdække, hvorfor den interviewede mener at vide det, vedkommende hævder at vide;
 at udfordre ekspertisen og at være sig ekspertisens grænser bevidst;
 at evaluere begrundelserne for de svar, der bliver givet.

Den dobbelte journalistiske trekant

En del af de forslag, Skinner et al. her fremsætter, er indarbejdet i første semester på den kandidatuddannelse i journalistik (cand.public.), som er påbegyndt d. 1.februar 2002 efter afslutning af det første gennemløb af uddannelsens bachelorforløb. Ikke

mindst forløbet i Journalistikkens filosofi vil tage disse elementer op og styrke uddannelsens *‘hvorfor-dimension’*; men der kan alligevel være grund til at spørge, om man ved enkelte ændringer i bacheloruddannelsens *‘mediesociologi’* med fordel kunne betegne dette fag *journalistik*, og om man kan bevæge sig længere i retning af en samtænkning af de enkelte universitære fag med den journalistiske praksis – både hvad angår *‘hvordan- og hvorfor-dimensionen’*. Det er min vurdering, at vi med den eksisterende grunduddannelse har bevæget os et pænt stykke ud over den en-gelsk/amerikansk/australsk/canadiske diskussion om forholdet mellem *‘vocational training’* og arbejdet med indsigt/refleksion. Dette notat er skrevet til yderligere inspiration under bevægelsen i den forhåbentlig rigtige retning. Vi har hidtil i høj grad ladet overvejelserne både om uddannelsens struktur og om det enkelte fags udformning styre af den tanke, der er udmøntet i den journalistiske trekant. Måske vi i den kommende tid skal tænke med udgangspunkt i den dobbelte journalistiske trekant, jf. figur 3.

Figur 3.



Dette notat er inspireret af David Skinner, Mike J. Gasher og James Compton, Putting Theory to Practice, A Critical Approach to Journalism Studies, *Journalism*, 2(3): 341-360, 2001. Overvejelserne afspejler Skinner, Gasher og Comptons tankegang anlagt på en række af de diskussioner, vi har ført på Institut for Journalistik, Syddansk universitet.

Noter

1. G. Stuart Adam, The education of journalists, *Journalism*, 2(3), pp. 315-339, 2001.
2. Om baggrunden og uddannelsesstrukturen, se Anker Brink Lund og Jørn Henrik Petersen, Ny journalistuddannelse i Danmark, *Nordicom-Information*, 21(3), 1999, pp. 87-94.
3. De fag, der er optaget i curriculum på bacheloruddannelsen ved Institut for Journalistik, Syddansk Universitet, adskiller sig ikke væsentligt fra dem, Joseph Pulitzer i sin tid anførte i 'Planning a School of Journalism – The Basic Concept', *The North American Review* (May):20, 1904. Hvad vi i dag kalder 'det journalistiske håndværk' omfattede hos ham: The Study of Newspapers, Style, Principles of Journalism og The News, mens han blandt de akademiske fag pegede på etik, litteratur, sandhed, historie, sociologi, økonomi, statistik, sprog, fysik og ideerne.
4. Adam, op.cit. p.316.
5. Jf. Adam, op.cit.
6. Pulitzer, op.cit., citeret fra Adam, op.cit. p.320.
7. Göran Rosenberg, *Tanker om journalistik*, København 2000.
8. Anker Brink Lund, Forskning om medier og demokrati, Danske Dagblades Forenings debatserie nr. 16, 2001-11-21
9. Jørn Henrik Petersen, Sygt, sundt og socialt, i Anker Brink Lund (red.), *Først med det sidste*, Forlaget Ajour, 2000, pp. 31-50.
10. Jørn Henrik Petersen, Mediernes eller politikernes plattenslageri, i Peder Skyum-Nielsen, *Stærkere Journalistik*, Odense Universitetsforlag, 2002, pp. 15-20.
11. Jørn Henrik Petersen, Statistik og Journalistik, *Jyllands-Posten* d.9.8 2001.

Sportsfotografiets estetikk

SIGRID LIEN

Under avislesning er det noen sider jeg vanligvis blar forbi – sportssidene. Det skyldes til dels opplevelsen av at fotografiene som ledsager sportsreportasje ikke er verd å feste seg ved. Som gammel håndballentusiast har jeg ikke engang latt meg fange inn av billedoppslagene fra håndballbanen. Den estetiske opplevelsen av spillet og samspillet, gleden og spenningen når de individuelle spilleres bevegelse på banen noen ganger med tilsynelatende letthet sammenføres i større, helhetlige mønstre som potensielt kuliminerer i praktfulle scoringer: Alt dette kan naturlig nok ikke kondenseres i ett enkelt stillsfoto. Likevel synes det å være langt mellom kreative krumspring og overraskelsesmomenter fra sportsfotografenes side. Sportreportasje-fotografiet framstår som en sterkt konvensjonalisert billedgenre, og erfaringen er at om du har du sett ett, har du også sett alle.

Derfor gjorde det inntrykk da jeg for noen år siden kom over noen oppsiktsvekkende og formalestetisk utfordrende fotografier med sportsutøvere som motiv. Jeg ”oppdaget” dem i noen relativt nylig publiserte verker om den russiske revolusjonens avantgardekunst, men fant snart ut at disse fotografiene opprinnelig hadde inngått i reportasjesammenhenger. Det var imidlertid ikke bare de estetiske kvalitetene ved bildene som var oppsiktsvekkende. Jeg ble også slått av kvantiteten, av den store utbredelsen av nettopp sportsmotivet innenfor den russiske avantgarde-estetikken. For affiniteten sport – avantgarde er i seg selv et overraskende moment, sett i relasjon til dagens situasjon der avantgardekultur – og sportsutøvelse blir betraktet som noe i retning av uforenlige størrelser. Og i motsetning til det russiske sportsfotografiet som var et produkt av aktiviteten til det som også den gang var velkjente, eksperimen-

mentelle kunstnere, er opphavsmennene bak samtidens sportsfotografi profesjonelle og relativt anonyme fagfotografer.

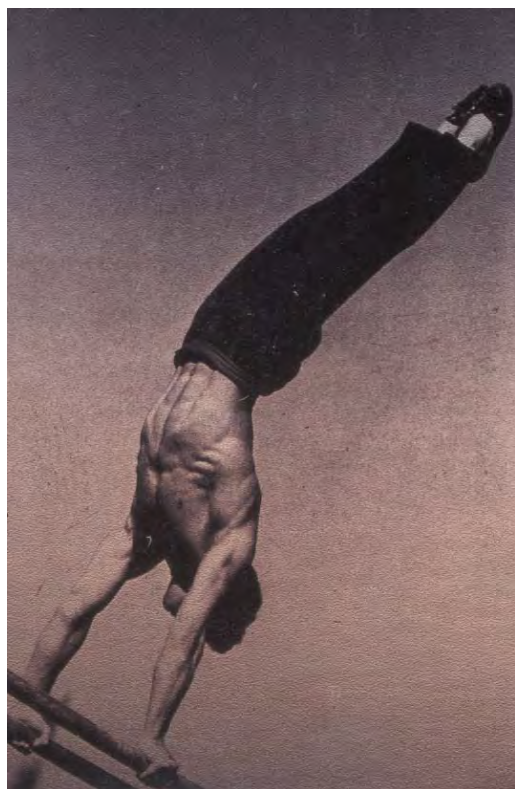
I dette paperet vil jeg undersøke sportsfotografiets estetikk ved å kontrastere to ulike nedslag av denne billedgenren: den form for fotografi vi finner i dagspressens sportsreportasjer i vår egen tid, og den russiske avantgardens tilnærming til genren. På denne måten ønsker jeg å vise hvordan disse har utspring i ulike oppfatninger – om idrett og idrettens samfunnsmessige rolle, om kunsten og estetikken betydning i kulturen og om fotografiet som medium. Hensikten er altså å sette en markant, men samtidig lite påaktet nisje i vår egen tids visuelle kultur i historisk perspektiv, og slik, med et grep som faktisk har slektskap til den russiske avantgarde-estetikken, forhåpentligvis underliggjøre det øyensynlig altfor velkjente.

Billedeksempler

La oss innledningsvis se nærmere på disse ulike former for sportsfotografi. Til dette har jeg valgt ut to eksempler som jeg mener er representative for de respektive fotoestetiske tilnærminger: et sort/hvitt fotografi fra 1938 tatt av den russiske fotografen Alexandr Rodchenko hentet fra et stort fotohistorisk billedverk,¹ (ill.1) og et reportasjefotografi i farger, presentert fredag 13.07. 2001, på sportssidene i en av Norges største dagsaviser, *Bergens Tidende* (ill.2).

I verket der Rodchenkos fotografi er presentert, finner vi også dets tittel angitt på engelsk: *On the Parallell Bars*. Det vi ser i bildet er, som tittelen signaliserer, en mannlig turner, en anonym utøver hvis ansikt skjules av den ene armen, i ferd med å gjøre gymnastisk øvelse i skranken. Bildet er åpenbart tatt utendørs. I høyre hjørne skimter vi såvidt vage konturer av arkitektur. Mannen som befinner seg i det som kanskje kan betegnes som et spenstig

Institutt for kulturstudier og kunsthistorie, Universitetet i Bergen, Sydnespl. 12 og 13, N-5007 Bergen, sigrid.lien@ikk.uib.no



1.

Alexandr Rodchenko: *On the Parallell Bars*, 1938. Hentet fra Simone Phillipi (ed.), *20th Century Photography. Museum Ludwig, Cologne*, Taschen, Köln, 1996, s. 545.

håndstående svev, er nøytralt iført sorte turnsko og vide bukser i samme farge, med et løst knyttet belte om livet. Overkroppen er naken, og dens stramme muskelspill understreker skikkelsens atletiske framtoning.

Utøverens kropp fyller hele billedflaten, og spennet i denne kroppen danner en stram diagonal komposisjonsstruktur som strekker seg fra høyre mot venstre. Selve turnapparaturen, skranken, er bare synlig i et lite utsnitt nederst i høyre hjørne, som et markant brudd med eller som en motvekt til, den dominerende diagonalsstrukturen. Fotografen har også valgt å se sitt motiv fra en svært lav synsvinkel, noe som bidrar til å forsterke inntrykket av dynamikk og bevegelse. Det lave perspektivet gir oss ikke noen horisontlinje som kan forankre skikkelsen i et rom eller et landskap. Det er med andre ord ingen elementer i bildet som plasserer seg mellom den svevende kroppen og det uendelige himmelrommet i bakgrunnen. Den sterkt stiliserte komposisjonen, svart/hvitt formen og det påfallende fra-

vær av "kontekstuelle clues", eksempelvis i form av tilhørere, teknologi, klesdrakt, tekstmessige innslag som reklame og annet, tilfører bildet en tidløs, nærmest klassisk karakter.

Mitt andre bildeeksempel er derimot rikt på kontekstforankrende elementer. I motsetning til Rodchenkos fotografi som nå er et museumsobjekt, og som i det fotohistoriske praktverket befinner seg langt fra sin opprinnelig brukssammenheng, kan vi betrakte dette fotografiet i den kontekst det hører hjemme: på avissiden i samspill med tekstlige innslag. Fotografiet som er tatt av pressefotograf Rune Sævig, viser en navngitt og internasjonalt renommert sportsutøver i aksjon: den norske håndballmålvakten Cecilie Leganger. Hun er fotografert i det hun etter alt å dømme foretar en redning av et skudd fra kantposisjon. Ute av fokus, til venstre i forgrunnen, ser vi kantspilleren som fremdeles har kroppen vridd skrått i retning av målet og skuddarmen hevet. Ballen er på vei mot Leganger som i avbildningsøyeblikket sprer armer og bein i et såkalt utfall mot venstre. Fotografiets fokus er talende nok også lagt på hennes, stjernens, skikkelse. Denne befinner seg i



2.

Rune Sævig: Reportasjefotografi. Presentert i dagsavisen *Bergens Tidende* 13.07.2001.

bildets midttakse. Legangers ansikt er vendt mot den angripende utespilleren i forgrunnen, og uttrykket signaliserer full konsentrasjon.

Bildet har en komposisjon som faktisk framstår som en speilvendt versjon av den vi fant i Rodchenkos fotografi. Diagonallinjen går imidlertid her fra høyre mot venstre: fra kantspilleren via ballens plassering og gjennom Legangers skråstilte kropp. Kantspillerens skikkelse avskjærer høyre hjørne og danner en slags motdiagonal – slik turnskranken gjorde det i det forrige eksempelet. Og fotografen har også her plassert seg relativt lavt i forhold til motivet. Men billedstrukturen er ikke så klar og stilisert som det vi så hos Rodchenko. Dette fotografiet er i større grad uryddig detaljrikt. Det skyldes ikke bare bruken av fargefilm, som i dette tilfelle gir billedflaten et nokså heterogent uttrykk på grunn av sterke kontraster mellom bildets ulike motiviske elementer: drakter, tekstinnslag etc. Informasjonsmengden er også blitt betydelig større ved at bildet gjengir en rekke detaljer som var fraværende i Rodchenkos fotografi, blant annet andre spillere i bakgrunnen, tribunestrukturen med publikum spredt plassert, og store reklameplakater langs banekanten. Reklameinnslagene er påfallende og påtrengende. Utøverne framstår nærmest som levende reklamesøvlere med sine tekstoversådde drakter. Et-

hvert potensielt eksponeringsfelt er utnyttet. Selv kantspillerens kortebuksekleddede rumpe framstår som en arena for aggressiv annonsering av produkter og tjenester, i dette tilfelle meierivarer og grafisk design.

Men det tekstlige innslag gir likevel en pekepinn om hva som fra redaksjonelt hold er intendert som det viktigste budskapet i dette avisoppslaget. Det forankrer fotografiet av Leganger til en konkret nyhetsmelding (ill.3). Denne er slått opp i fete typer i overskriften, som er plassert like over bildet: *"Skal trene med Tertnes"*. Og i billedteksten får vi angitt at det vi ser er et arkivfoto, samt presentert kortversjonen av oppslagets innhold. Det handler kort sagt om at mulighetene nå er tilstede for at det lokale topplaget, Tertnes, kan få sin tidligere storsjerne, som gjennom de siste årene har spilt for en rivaliserende toppklubb i Oslo, tilbake til Bergen.: *"Vil hjem: Cecilie Leganger har ikke lagt skjul på at hun lengter hjem til Bergen. Etter det BT erfarer, har hun sendt kontrakten sin til Håndballforbundet for å få svar på om Bækkelaget har brutt den eller ikke. Her spiller hun for Bækkelaget mot Tertnes, i neste uke trener hun med Tertnes."*

Etter denne presentasjonen av det utvalgte billedmateriale er det nærliggende å stille seg spørsmål om hva det er som til tross for de påpekte kom-

[illegible]

3.

Avisoppslag. Sport-
sidene i *Bergens Ti-
dende* 13.07.2001.

posisjonelle strukturlikheter, gjør at disse bildene ser så forskjellige ut som de faktisk gjør. Hvorfor valgte for eksempel Rodchenko sitt klassisk stramme, estetisk klare og informasjonsreduktive billedutsnitt, mens BT-fotografiet framstår som nærmest kaotisk breddfullt av meningsbærende elementer? Og hvorfor er Rodchenkos subjekt presentert som en anonym utøver, mens BT's sportsreportasje-fotografi i stedet ensidig framhever individet Leganger, og slik også idrettsutøverens stjernestatus?

Disse spørsmålene vil stå sentralt i det som følger, men først vil jeg rette oppmerksomheten mot det kanskje viktigste fellestrekk ved disse bildene: at de begge faktisk er fotografier. Hva har så det å si for forståelsen av bildenes estetiske karakter?

Diskursen om det fotografiske: fra brukskontekst til referensiell magi

Og når det sistnevnte spørsmål er stilt, er vi tilbake i en diskusjon som har pågått siden fotografiets introduksjon i første del av 1800-tallet, men som også i denne sammenheng fremdeles synes å være relevant. Jeg har imidlertid valgt å bruke fotohistorikeren Geoffrey Batchens bidrag til denne diskusjonen, nærmere bestemt hans doktoravhandling *Burning with Desire. The Conception of Photography* (1997), som et teoretisk springbrett til en analyse av mitt utvalgte billedmateriale.²

I denne teksten foretar Geoffrey Batchen en kritisk gjennomgang av fototeoriens sentrale verk og ulike faser. I realiteten dreier det seg om en to-faset utviklingsprosess hvis første fase bestemmes som den såkalte *modernistiske formalismen* – som også var den dominerende kunsthistoriske agenda på 1960 og 70-tallet. Denne var vel etablert i USA gjennom Clement Greenbergs virke som kritiker. Men de viktigste eksponenter for den modernistiske formalismen i fotografiet, var for det første den franske filmkritikeren André Bazin som i sitt verk *The Ontology of the Photographic Image* (forfattet i 1945 men publisert på engelsk i 1967) i prinsippet "oversatte" Greenbergs teorier til fotografiet. Dette gjorde han ved å fremme en oppfatning om fotografiets "grunnleggende objektive karakter" som den kvalitet som skiller **fotografiet** fra andre medier, og som gjør det i stand til å framstå som "sann realisme". Den andre av foto-formalismens hovedeksponenter var kurator for fotografi ved Museum of Modern Art i New York (Moma), John Szarkowski. Det Szarkowski i sin skribent – og kurator-virksomhet søkte å fastlegge, var ikke bare hvilke trekk som kan betraktes som mediespesifikke for fotografiet, men også hva kunstnere suksessivt har

utrettet med det fotografiet – og hvordan deres inn-sikter har bidratt til ytterligere kunnskap om fotografiet som medium. Han så derfor fotografiets historie som en kontinuerlig utvikling fram mot stadig dypere innsikt i mediets muligheter og begrensninger – et perspektiv som vi også gjenkjenner fra den tradisjonelle kunsthistorieskrivningen.

Det er dette synet på fotografiet og fotografiets historie som angripes innenfor den postmoderne fototeorien – som altså finner den formalistiske agenda både ufruktbar og politisk konservativ. Batchen lokaliserer de første kritiske røster i en rekke tekster som ble publisert i første halvdel av 1970-tallet: John Bergers *Ways of Seeing* (1972) og Susan Sontags *On Photography* (1977) og Roland Barthes *Image- Music- Text* (publisert på fransk i 1961 og på engelsk i 1977). På bakgrunn av et marxistisk og semiologisk teorigrunnlag bidro disse teoretikerene til utviklingen av en kulturell antropologi for fotografiet – en antropologi som omfattet alle tenkelige billeduttrykk, ikke bare kunstoffotografiet. Denne diskursen ble så inkorporert i den mer omfattende kritikken av moderne kulturelle og sosiale systemer som er blitt kalt postmodernisme. Og selv om den postmoderne kritikken har operert innenfor et svært heterogent teoretisk rammeverk av til dels konkurrerende modeller (marxisme, feminisme, psykoanalyse, semiotikk), har den i følge Geoffrey Batchen generert et oppsiktsvekkende konsistent syn på fotografiet.

Han dokumenterer hvordan dette synet på fotografi er gjennomgående i tekstene til en rekke av 70- og 80-tallets sentrale fototeoretikere: John Tagg, Allan Sekula, Victor Burgin og Abigail Solomon-Godeau. Det syn som her fremmes er at fotografiet ikke har noen statisk identitet eller singularer kulturell status. Fotografiets forstås snarere som et vidt utstrakt og dynamisk felt, konstituert av ulike former for teknologi, sosial praksis og bilder. Dette fotografiske feltet blir slik også betraktet som uatskillelig fra de institusjoner og diskurser som velger å gjøre bruk av det. Dermed blir fotografiet historie også den kollektive og høyst differensierte historien om disse institusjonene og deres diskursformer. I forlengelsen av dette kan det altså slutes at fotografiet ikke har noen sammenhengende eller enhetlig historie som "seg selv" – utover en selektiv dokumentasjon av ulike bruksformer og effekter. Og et individuelt fotografis mening vil på samme måte være avhengig av den kontekst som det befinner seg innen for på et bestemt tidspunkt. Et fotografi kan ha én mening i en kontekst og en annen i en annen kontekst. Fotografiets identitet blir altså ikke fastlagt gjennom en påvisning av en eller annen form for

iboende fotografisk kvalitet, men med Batchens egen formulering: i lys av "what it actually does in the world", med andre ord dets funksjon.

Selv om Batchen opplever den postmoderne kritikken så overbevisende at den "må tas for gitt", påpeker han at et viktig spørsmål likevel forblir ubesvart: Hva er egentlig den tingen vi i vår kultur kaller fotografi?³ Og skal fotografiet bestemmes gjennom referanse til sin egen natur eller til den kulturen som omgir det? Batchen argumenterer for fruktbarheten av å gå utenom den tradisjonelle polariseringen mellom en essensialistisk og en kontekstuell anlagt teoretisk tilnærming til fotografiet.

Dette gjør han på bakgrunn av en grundig empirisk studie av fotografiets tidlige utvikling i første del av 1800-tallet, der han foretar en nylesning av de diskurser som knyttet seg til oppfinnelsen av fotografiet. Med referanse til Derridas begrep om *différance*, viser han hvordan de såkalte proto-fotografene, presenterte sine oppfinnelser innenfor begrepsmessige rammer som totalt går på tvers av formalistenes og postmodernistenes tilstrebelser på å identifisere fotografiet med en enkeltstående generativ kilde: kultur eller natur, kontekst eller essens. De oppfattet fotografiet som noe som på samme tid var et magisk og referensielt medium. Jeg slipper taket i Batchen her, for det mest fruktbare i hans teoretiske diskusjon synes i min sammenheng å være aksentueringen av nødvendigheten av å gå inn og undersøke de diskurser og potensielt mangefasetterte fotokonsepsjoner som knytter seg til ulike former for fotografisk praksis. For det er det jeg nå vil foreta meg i forhold til mine utvalgte eksempler. Det vil jeg gjøre tentativt og trinnvis, ved først å lese dem med utgangspunkt i 70-80-tallets teoretiske tilnærming til fotografiet, dvs å betrakte sportsfotografiet i relasjon til dets brukskontekst – de institusjoner og diskurser det er forankret i. Deretter vil stille jeg spørsmål om det også kan være fruktbart å nærme seg sportsfotografiet i lys av den senere "ny-ontologiske" dreiningen i fototeorien, der det altså poengteres at fotografiet kan forstås både som et magisk og referensielt medium.

Sportsfotografiets brukskontekst I: den postrevolusjonære reportasje 1938

Om vi i første omgang retter blikket mot Rodchenkos fotografi for å foreta en kontekstuell rekonstruksjon, er det et spørsmål som umiddelbart melder seg. Hvordan ble et slikt fotografi anvendt i reportasjesammenheng?

Siden Rodchenkos sportsfotografi nå er et musealt, frittstående objekt, er det vanskelig å svare kon-

kret på dette spørsmålet. Men vissheten om at bildets opphavsmann hadde en sentral posisjon innenfor den russiske avantgarden, kan kanskje hjelpe oss et stykke på vei. Den russiske avantgardepraksis i tiden før og etter revolusjonen framstår som en åpning for en kontekstuell forankring av bildet. Hva ligger så i begrepet "avantgarde"? Hva kjennetegnet den russiske avantgarde praksis? Og hvorfor arbeidet en avantgardist som Rodchenko med reportasjefotografi og sportsmotiver?

Det opprinnelig militært forankrete begrepet avantgarde (en gruppe soldater som danner fortroppen i et felttog) ble allerede tidlig på 1800-tallet brukt i overført betydning om kunstneren som den sosialt visjonære og heroiske outsider.⁴ Men i følge Peter Bürger førte den tiltagende autonomiseringen av kunstsfæren og den tilhørende fokusering på selve kunstmidlene, til at kunstnerene i stor grad kom til å isolere seg fra de kunsteksterne forhold.⁵ Bürger karakteriserer dette som en *estetisk avantgarde*. Det han karakteriserer som den *kunstnerisk-sosiale* avantgarde, kom derimot som en motreaksjon på kunstens autonomisering. Den kunstnerisk-sosiale avantgardens fremste anliggende var å skape kunst som ikke utelukkende refererte til seg selv, til kunstens eget språk, men som direkte forholdt seg til erfaringer knyttet til det ytre og "virkelige" liv.⁶ En av de mest markante kunstnerisk-sosiale avantgardebevegelser i den europeiske historien var nettopp den russiske, som hadde sitt høydepunkt tidlig på 1920-tallet da Bolsjevikene konsoliderte sin makt. For første gang i det tjuende århundre fantes det en sosial kontekst som fremstod som en løfterik arena for avantgarde kunstnerene, hvis målsetning var å skape kunst som skulle være en fusjon mellom kunst og liv. For å markere nærheten til det produktive liv og for å avmystifisere den estetiske produksjon, valgte disse kunstnerene å betegne seg som *konstruktivister* eller *produktivister*.⁷ "Gatene er våre pensler – plassene er våre paletter" erklarte talende nok Rodchenkos nære venn, poeten Maikovsky.⁸ Alexandr Rodchenko som startet sin karriere som abstrakt maler, var en av de mest sentrale skikkelsene i dette miljøet. Og i et fotografi fra 1921 ser vi hvordan han lot seg avbilde, stående foran noen av sine konstruksjonsarbeider i metall, iført sin egenhendig designede konstruktør-arbeidsdress, sydd av hans kone, designeren Varvara Stepanova (ill.4).

Rodchenkos post-revolusjonære virke kan grovt sett beskrives som følger: I årene umiddelbart etter revolusjonen var han på samme måte som andre framstående kunstnere, opptatt av å utvikle strategier for anvendelse av konstruktivistisk maleri og tegning



4.

Mikhail Kaufman: Portrait of Alexandr Rodchenko, 1921. Hentet fra: Margolin, Victor, *The Struggle for Utopia: Rodchenko, Lissitzky, Moholy-Nagy 1917 - 1946*, The University of Chicago Press, Chicago and London, 1997, s.89.

som utgangspunkt for en diskurs omkring revolusjonær arkitektur og byplanlegging. Men i slutten av 1921 erklærte Rodchenko maleriet som dødt, samtidig som han begynte med å arbeide med ulike former for design. Det var også på denne tiden, tidlig på 1920-tallet, at han fattet interesse for fotografiet, og fra 1924 ble dette hans primære uttrykksform. Fra iverksettelsen av den første femårsplanen i 1929 ble sovjetiske kunstnere og designere henvist til å tjene staten på mer direkte vis enn tidligere, og i denne sammenheng måtte Rodchenko, i likhet med sine kolleger forholde seg til nye krav og begrensninger, men også til nye utfoldelsesmuligheter fra oppdragsgiverinstansen, Sovjetstatens side.⁹

Hva var så bakgrunnen for Rodchenkos og den russiske avantgardens store interesse for fotografiet? Et svar på dette finner vi i den amerikanske kunsthistorikeren Margareta Tupitsyns bok om Sovjetfotografiet.¹⁰ Hennes studie springer ut fra et ønske om å korrigere den eksisterende historieskrivning om avantgarden, en historieskrivning der man lenge har vegret seg mot å inkludere fotografiet. I følge Tupitsyn har dette sammenheng med at avantgarde-fotografiets utbredelse tidsmessig sam-

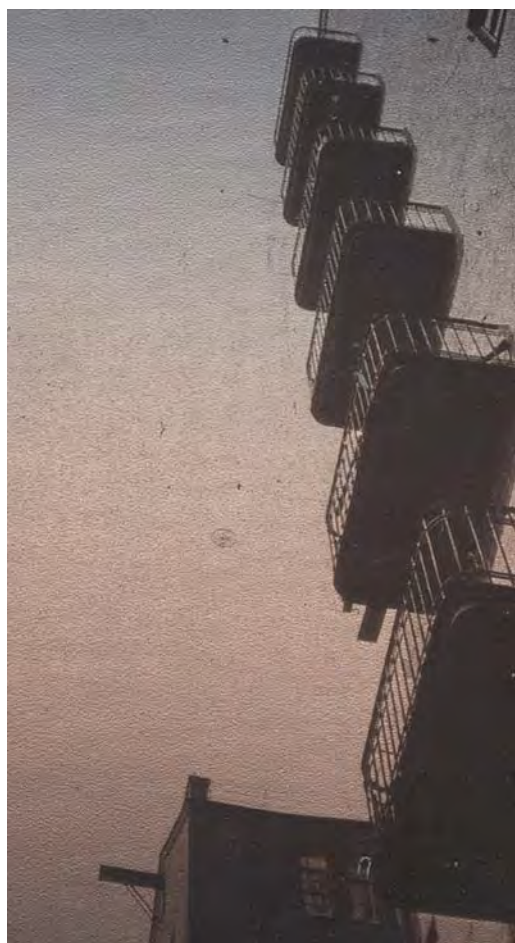
menfalt med figurasjonens tiltagende prominens i det sovjetiske avantgarde miljøet. Og på samme måte som figurativt maleri, ble alt fotografi fra omkring midten av 20-tallet lenge betraktet som en forløper til sosialrealismen. Tupitsyn utfordrer denne oppfatningen ved å vise at fotografiet, slik det ble brukt i fotomontasjer og i såkalt "straight photography" på slutten av 1920-tallet og tidlig på 1930-tallet, var integrert i en diskurs om de tema som også hadde vært de mest sentrale i de debatter som ble ført i de tidlige stadier av avantgardens virksomhet: spørsmål som dreide seg om formalismens posisjon, kunstnerens relasjon til massekulturen og Bolsjevikregimets rolle i utviklingen av kunsten og kunstlivet. I følge Tupitsyn kan derfor fotografiets funksjon i årene mellom 1924 og 1927 betraktes som et eksempel på det siste store eksperiment i retning av å etablere en effektiv forbindelse mellom kunsten, den radikale politikken og massene.¹¹

Tupitsyn skildrer imidlertid Rodchenkos omgang med fotografiet som en balansegang mellom formal-



5.

Alexandr Rodchenko: Portrait of Mother, 1924. Hentet fra: Tupitsyn, Margarita *The Soviet Photograph 1924-1937*, Yale University Press, New Haven and London 1996, s.40.



6.

Alexandr Rodchenko: *Bygningen i Mjasnitskigaten*, 1925. Hentet fra: Shudakov, Grigory *Pioneers of Soviet Photography*, Thames and Hudson, London 1983, s.51.

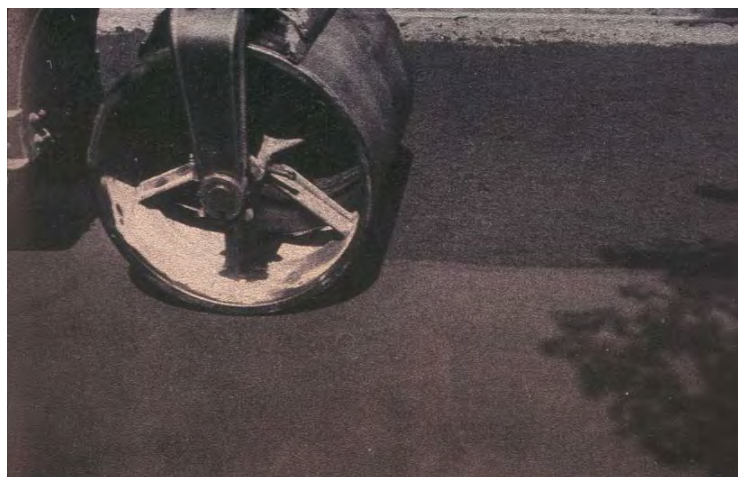
estetiske og politiske hensyn. Dette manifesterte seg allerede i hans første tilnærminger til fotografiet, i hans fotomontasjer fra det tidlige 1920-tallet. Disse vitner om en tilbakeholdenhet i forhold til å blande formalistiske komposisjonsmønstre med politisk ikonografi. Rodchenko var også selv opptatt av å skille sine mellom sine *fotokollasjer* (eksempelvis illustrasjonene til film og fototidsskriftet *Kino-fot* og til Maiakovskiis dikt *Pro Eto*), der han driver formal eksperimentering, inspirert av vestlige kubist- og dadakollasjer samt kollasjer i tyske billedmagasiner, og sine i større grad konvensjonelt anlagte, politisk ikonografiske *fotomontasjer* (eksempelvis den revolusjonshistoriske montasjen *History of VKP (b)*).

Fotografiet ble imidlertid tillagt tiltagende betydning i transformasjonen av det russiske samfunnet,

ikke minst i forbindelse med iverksettingen av den første femårsplanen. Avantgardefotografene ble i denne sammenheng oppfordret til å demonstrere sitt mediums overlegenhet i propagandavirksomheten for planens agenda. Og i dette klimaet publiserte kritikeren Ossip Brik et essay der han framhever fotografiet som *"den sanne revolusjonære kunst"*. I følge Tupitsyn var imidlertid Rodchenkos første *rene fotografier*, eksemplvis det berømte portrettet av hans mor (1924) (ill.5) og en rekke ulike versjoner av huset der han bodde i Miasnitskaia-gaten i Moskva (1924) (ill.6), ennå preget av hans motstand mot å gi opp interessen for modernistiske metoder i fotografiet, metoder som ikke nødvendigvis satte dokumentariske hensyn først. Brik kritiserte ham senere også for at slike fotografier ikke i tilstrekkelig grad imøtekom de sosiale hensyn, og at de i tillegg var innrettet mot å søke å løse maleriets problemstillinger gjennom fotografiet.

Trolig var det for å imøtekomme denne kritikken, at Rodchenko fra 1928 framviste en større interesse for sosialistisk hverdagsliv i sine fotografiske arbeider, slik vi eksemplvis ser det i fotessayet *Newspaper* der han møysommelig fotograferer de ulike arbeidsprosessene fram mot det ferdige produkt, dagsavisen. Og Rodchenko var fra dette tidspunkt fullstendig absorbert i reportasjefotografi og det han kalte *"faktografiske"* gjengivelser. Entusiasmen i dette arbeidet er tydelig i den samtidige beskrivelsen hans nære venn og kollega, Boris Ignatovich, gav av det såkalte Sovjetfotografiet: *"How Soviet photography is different from Western photography: no entertainment, no tricks, no commerce; with the people and for the people; life in all its typical manifestations, with typical people – that is the material Soviet photography uses. Photography is the most contemporary realist art"*.¹²

Om det i stor grad hersket enighet om at fotografiet var den mest tidsriktige realistiske kunstart, var det imidlertid ikke konsensus om hvordan man skulle framstille den sovjetiske hverdag. Majoriteten av fotografene delte seg i to leire: de som var av den oppfatning at innovative modernistiske former skulle anvendes som representasjonsform, og de som så konvensjonelle avbildningsmåter som mest velegnet for å reflektere hverdagsbegivenheter. Den første gruppen, der vi kan plassere Rodchenko, baserte seg på fragmentasjon – slik at den ytre virkelighet fremstod som et usammenhengende og gåtefullt rom. Tupitsyn eksemplifiserer denne strategien med et fotografi, nettopp av Rodchenko: *Paving Streets* (1929) (ill.7) som viser hvordan han har fotograferert arbeidet med å legge et veidekke, ved å framvise en serie av fotografier av fragmenterte ut-



7.

Alexandr Rodchenko: *Paving Streets: Leningradskoe Highway*, 1929. Hentet fra: Tupitsyn, Margarita *The Soviet Photograph 1924-1937*, Yale University Press, New Haven and London 1996, s.68.

snitt – hvert enkelt karakterisert av Tupitsyn som "interior monologues of the productive force"¹³. Den andre gruppen så i følge Tupitsyn, den ytre virkelighet som "en konkret, kontinuerlig entitet",¹⁴ en virkelighet som også ble gjengitt med billedstrategier som formidlet inntrykk av helhet og oversikt. Arkadii Shaikhets *Steamroller* (1931) (ill.8), der fotografen i et enkeltstående og totaliserende snapshot har illustrert den samme arbeidsprosessen som er skildret hos Rodchenko, eksemplifiserer denne posisjonen.

Rodchenkos billedstrategier, hans utstrakte bruk av fragmenterte utsnitt (framing) og påfølgende beskjæring, er noe som i Tupitsyns studie sees som et resultat av fotografens tilknytning til miljøet rundt det tidsskriftet *Lef* (Den venstreradikale kunstfronten). Spesielt framhever hun kritikeren Tretiakov som forsvarte det såkalte eksperimentelle "fotografiet" i 1928. Og hans forsvar viser at dette miljøet opererte med et syn på fotografi som noe mer enn ren dokumentasjon, ren virkelighetsavspeiling. Fotografen blir betraktet som en didaktisk konstruktør, en som hjelper billedbetrakteren til å se den ytre virkelighet med et radikaliserende blikk: "*It is necessary to experiment, as far as opportunity allows, in order to resolve concrete problems*"... "*photography is not just a stenographer, it also explains*". "*So for instance when a machine is photographed, its essential detail is singled out, while its other less important parts are obscured*". "...*To assert the primacy of the raw, unworked, unorganized fact is to threaten the practical, professional skill of the photographer*".¹⁵

I følge Tupitsyn var Rodchenko og hans kollegers avindividualiserte og kompositorisk poengterte fotografier i stand til å overskride sin historiske

spesifisitet, og slik bidra til å få proletariatet til å framstå som en samlet enhet, forenet under begjæret etter utopia.¹⁶ På dette grunnlaget knytter hun Rodchenkos fløy opp mot Trotskys ide om en verdensomfattende revolusjon, og får slik også distansert deres fotografiske estetikk fra stalinismen og oppfatningen om kommunismen som et prosjekt som bare kunne realiseres i Sovjetunionen.

De viktigste momenter i Tupitsyn studie er altså for det første påvisningen av Rodchenkos foto-



8.

Arkadii Shaikhet: *Steamroller*, 1931. Tupitsyn, Margarita *The Soviet Photograph 1924-1937*, Yale University Press, New Haven and London 1996, s.69.



9.

Alexandr Rodchenko: *Chauffeur, Karelia*, 1933. Hentet fra: Solomon-Godeau, Abigail, "The Armed Vision Disarmed. Radical Formalism from Weapon to Style" i: Solomon-Godeau, Abigail: *Photography at the Dock*, University of Minnesota Press, Minneapolis 1991, s.59.

estetikk som en konsekvens av hans tilknytning til den venstreradikale kunstfronten, og for det andre at hans fotografi blir betraktet som noe som står fjernt fra stalinismen. Disse momentene er også sentrale i en annen kvinnelig amerikansk kunsthistoriker, Abigail Solomon-Godeaus lesning av Rodchenko.¹⁷ Solomon-Godeau har imidlertid gått tettere inn på Rodchenkos forbindelse til det formalistiske litterære miljøet. Hun viser hvordan han for eksempel i fotografiet *Sjåføren* (1933) (ill.9), på samme måte som Roman Jacobson, synes å være ute etter å legge virkemidlene for dagen. Rodchenko inkluderer elementer som avslører hvordan bildet er konstruert. I følge Solomon-Godeau er store deler av Rodchenkos innovative fotografi fra 1920-tallet preget av at han forkaster de såkalt naturlige, konvensjonaliserte betraktningmåter ved bruk av ekstreme synsvinkler (dramatiske fugle- og froskeperspektiv), og av at han slik insisterer på at det er fotografiet som er instrument for denne måten å se på. Solomon-Godeau trekker her også paralleller til Victor Shlovskys begrep om å gjøre det kjente ukjent, *ostranenie*, for slik å skjerpe og radikaliserer blikket på den ytre virkelighet.

I likhet med Tupitsyn er Solomon-Godeau i sin framstilling opptatt av å distansere Rodchenko fra stalinismen. Hun beskriver hvordan den fotografiske formalismen fra omkring 1930 i økende grad ble utsatt for press fra myndighetene, og hvordan Rodchenko i 1936 gav etter for anti-formalistenes press, og erklærte seg villig til å forkaste det formalistiske fotografiet til fordel for et fotografiske språk som mer fullstendig kunne tjene sosialrealismen. På denne måten blir avantgarden framstilt som ofre for revolusjonens suksess. Solomon-Godeau tegner slik et bilde av Rodchenko som en tragisk helt som

overlevde revolusjonen, men som omkring 1940 vingeklippet vendte tilbake til maleriet, der en av hans motivpreferanser var sørgende klovner:

Four years later he returned to easel painting whose subjects came to include mournful clowns. In the space of about fifteen years, Russian formalism had passed from an officially tolerated, if not sanctioned art practice, conceived as a tool in the forging of revolutionary consciousness, to an "elitist", "bourgeois", "decadent", and "counter-revolutionary" practice that condemned those who employed it to exile, silence, repudiation, or death.¹⁸

I følge den britiske cultural-studies orienterte kunsthistorikeren Paul Wood, er dette en relativt utbredt type heltefortelling – en fortelling hvis implikasjoner er forførende, men nødvendigvis ikke historisk korrekte. Implikasjonene er her at avantgarden som hadde funnet et rom å agere i under kaoset umiddelbart etter revolusjonen, gjøres til gjenstand for undertrykkelse så snart det revolusjonære prosjektet er stabilisert, i det øyeblikk det autoritære og egentlig kunstfiendlige *Partiet*, viser sitt sanne ansikt. Wood tilkjennegir riktignok at det er en kjerne av sannhet i dette, men hevder at slike heltefortellinger, som i seg selv er ideologiske, har bidratt til å tilsløre at det faktisk var en kontinuitet mellom den estetiske aktivitet etter oktoberrevolusjonen, og det som fulgte i de senere statdannende faser.¹⁹

Victor Margolin har for eksempel i en studie av Rodchenkos aktivitet i perioden 1930-41, vist hvordan flere av de fremste avantgardistene fra 1920-tallet faktisk påtok seg omfattende statlige oppgaver etter at Stalin kom til makten.²⁰ Han har i denne

sammenheng undersøkt det arbeid Rodchenko utførte som en av de ansvarlige designere og fotografer for det russiske propaganda magasinet *USSR in Construction*, som rettet seg mot å fremme et positivt bilde av Sovjetunionen i utlandet. I sin studie tegner Margolin ikke et bilde av Rodchenkos virksomhet i tjeneste for dette magasinet som obligatorisk kapitulasjon under en repressiv statsmakt. Men studien gir heller ikke støtte til en oppfatning om at Rodchenko hadde en utvetydig positiv holdning til stalinist-regimet. Margolin stiller seg undrende til hvordan den eksperimentelle avantgardisten må ha opplevet å bidra til å fremme heltekulten rundt Stalin ved hjelp av tildelt materiale, småblomstret folkekunst og konvensjonelt fotografi, slik vi ser det i oppslaget *Our country's twentieth year* (1938), eller som i *The attack on the land took place with spades and explosives* (1933), å framstille kanal-bygningsprosjekter gjennomført ved det han opplagt må ha visst var politiske fangers slavearbeid – som heroiske, sovjetstatlige bragder.

Om vi her vender tilbake til utgangspunktet, billedeksempelet: Rodchenkos sportsfotografi fra 1938, vil vi kunne konstatere at vi nå, gjennom kontekstualiseringen av bildet til den russiske avantgardens fotografiske praksis, har fått en slags forklaring på dets formalestetiske karakter. Slik vil vi, med støtte i Tretiakovs formuleringer, kunne fastslå at fotografiet er langt fra å være en ansamling av rå, uorganiserte fakta. Det er snarere et resultat av en reflektert billedholdning. Vi gjenkjenner de avbildningsmetodologiske trekk som er beskrevet og belyst hos Typitsyn og Solomon-Godeau, og som kjennetegner Rodchenkos fotografiske arbeider: det usammenhengende, gåtefulle billedrom, billedutsnittet med markante objektoverskjæringer (turnskranken), den dramatiske diagonalkomposisjonen og det påfallende lave perspektivet. Men det som fremdeles er ubesvart, er spørsmålet om motivets karakter, spørsmålet om hvorfor Rodchenko har valgt en turner i aksjon som sitt motiv. La oss derfor se nærmere på hvilket syn på sport og sportsutøvelse som var framherskende blant de revolusjonære:

I følge idrettshistorikeren James Riordan kom pionerframstøtene for russisk sport, på samme måte som den kapitalistiske industrialiseringen i Russland, som et resultat av et felles pådriv fra staten og utenlandske interessenter.²¹ Han beskriver hvordan de viktigste impulsene i denne tidlige russiske sportsaktiviteten hadde sitt utspring i det relativt store miljøet av utlendinger – tyskere, engelskmenn, skotter, belgiere og franskmenn – som var bosatt i Russland før revolusjonen. Denne før-revolusjonære

sportslige aktiviteten var imidlertid ikke innrettet mot å imøtekomme den fattige bybefolkningens rekreasjonsbehov. På denne bakgrunn ble de første arbeidersportsklubbene opprettet i forbindelse med de revolusjonære opptøyene i 1905. Det å ta delta i sportslig aktivitet som rekreasjon og slik ha muligheter til å ta vare på kroppen sin, var altså noe som ble oppfattet som et privilegium for de relativt få. Og Riordan mener at det er liten tvil om at den russiske før-revolusjonære sportsaktivitetens karakter (i flere av arbeidersportsklubbene ble det i tillegg til ordinær ballsport og lignende, drevet kampsport, våpentrening, militærdrill og studier av marxistiske tekster), faktisk førte til at de senere bolsjevikledere la opp til en funksjonell, nyttemessig og politisert bruk av sporten etter revolusjonen. Dette var tilsynelatende også en nødvendighet i et samfunn der store deler av befolkningen var analfabeter, der statistikkene for spebarnsdødelighet, fødselshyppighet og dødelighet var mer illevarslende enn i noe annet vestlig industrialisert land – og der sykdom, sult og manglende kunnskaper om hygiene var svært utbredt.

For de nye revolusjonslederne var imidlertid sport noe som ikke bare lot seg begrense til den fysiske helse. Den var også betraktet som viktig for den ”sosiale helse”. Den revolusjonære sportsaktivitet skulle slik bidra til å utvikle hele mennesket: en sunn sjel i et sunt legeme. Utover dette fant det likevel sted livlige diskusjoner om sportens rolle i det nye samfunnet. I de første revolusjonsårene favoriserte revolusjonslederne masseidretten framfor konkurranseidretten. Denne ble assosiert med stjernedyrkelse og vestlig kapitalisme – og slik altså ansett for å være som noe som stod fjernt fra de sanne sosialistiske idealer. Riordan beskriver imidlertid hvordan den sportslige aktivitet i det påfølgende stalinistiske regime kom til å hvile på helt andre ideologiske premisser. Idrett ble brød og sirkus – og et propagandaverktøy for Sovjetstaten:

[...] the party (that is, Stalin) was beginning to see competitive sport (with its record breaking, individual heroes, and spectator – ”bread and circus” – potential) as a valuable adjunct to its impending industrialisation campaign.²²

Hva sier så dette om vårt utvalgte sportsfotografi? At Rodchenko og hans krets av likesinnede må ha vært opptatt av ideen om den for kropp og sjel harmoniske, postrevolusjonære tilværelse, framgår klart – ikke minst av deres designervirksomhet fra midten av 1920-tallet. Ikke bare var sportsutøveren prominent tilstede som motiv i avantgardens tekstil- og

draktdesign, keramiske dekor, malerier og fotografier. Rodchenko designet også slike ting som sjakk-brett og tilhørende møbler for denne aktiviteten for arbeiderklubbene. Og sportsutøveren har åpenbart vært oppfattet som et slags symbol på det nye mennesket og det nye samfunnet. På samme måte som fotografiet representerte bildet av sportsutøveren i aksjon, rasjonalitet, hurtighet, presisjon – i det hele tatt modernitet.

Fotografiet av skranketurneren fra 1938 ble imidlertid til i en tid da det som nevnt var vanskelig å være avantgardist i det sovjetiske samfunnet – og da synet på idrettens ideelle funksjon var i ferd med å endre seg. Rodchenko viser oss likevel en anonym utøver av det som mer enn noe annet ble oppfattet som massenes idrett, nemlig turnsporten. Men den perfekte atletiske framtoningen og den gjennomkontrollerte kroppsbeherskelsen vitner ikke akkurat om at det er gjennomsnittsborgeren i et samfunn hardt prøvet av voldsomme omveltninger, som her er avbildet. Typitsyn har beskrevet hvordan sovjet-fotografiet på slutten av 1930-tallet beveger seg fra å være såkalt *faktografi* til *mytografi*. Og vårt bildeeksempel har åpenbart trekk til felles med det hun karakteriserer som Rodchenkos mytografiske fotografi. Hun antyder også at det mytografiske fotografiets stramt regisserte karakter må sees på bakgrunn av at Rodchenko kun ble tildelt begrenset adgang til å fotografere offisielle begivenheter:

[...] the series of photographs he made during the various parades in 1936-38 were hardly "spontaneous". For the latter assignment he was given restricted access to record an official parade that included sport scenes, dances, a display of the achievements of the Republics, military might, and portraits of prominent political heroes. The minimalist photo-still of the October period, with their images of people caught on guard, are here replaced by photo-pictures of romanticized dancers and virtuosa athletes. These new Soviet heroes are not simply "found" jumping in the water, blowing into a trumpet, or exercising in the morning, but are recorded performing, after days of rehearsal, on the stage of Red Square. This new photo-reportage was based on maximum expressiveness, overt theatricality, and careful staging and resulted from strictly defined commissions with specific political aims.²³

Men samtidig er vårt utvalgte bildeeksempel som vi har sett, i besittelse av trekk som kan lokaliseres tilbake til 1920-tallets formalistiske fotoestetikk. Den

norske kunsthistorikeren Vibece Salthe har i en avhandling om Rodchenkos fotografi også vist at hans fotoproduksjon synes å ha vært sterkere preget av den eksperimentelle linje som kan tilbakeføres til det formalistiske litterære miljøet rundt magasinet *Lef* på 1920-tallet – enn den senere mer funksjonelle tankegang.²⁴

Fotografiet framstår slik som motsetningsfylt og gåtefullt. Det kan både leses som en stilisert, glatt, stalinistisk-mytologisk framstilling av sovjetstatens idealmenneske og som et uttrykk for kunstnerisk standhaftighet – en vilje til å holde fast ved et eksperimentelt billedsyn. For Rodchenko ble gjennom hele sin karriere, også så sent som i siste del av 30-tallet kritisert for å være en *metodefetisjist*, en som satte form foran innhold.²⁵ I så fall var det modig gjort å fotografere som han gjort i det utvalgte eksempl. Og kanskje er fotografiet mer enn noe annet å forstå som en kompromissløsning, et forsøk på å stabilisere en ukonvensjonell form i et motiv som kunne bidra til å nøytralisere det Rodchenko samme år som bildet ble tatt, gav uttrykk for å oppleve som en utrygg virkelighet:

These are strange times. Everyone is whispering. Everyone is afraid. It is nerve-wracking that everyone has friends who has been arrested. I do not know for what reason and where they are.²⁶

Sportsfotografiets brukskontekst II: norsk dagspresses reportasjepraksis 2001

Når vi så flytter fokus fram mot vår egen tid og det andre bildeeksempel, fotografiet av den norske håndballspilleren Leganger, befinner vi oss brått langt fra avantgardetankegang og politiske kontroverser. Det vil imidlertid også her være relevant å stille spørsmål om hvorfor bildet ser ut som det gjør – og hvilket syn på fotografi og idrettsutøvelse som er lagt til grunn for denne formen for fotografisk estetikk. Og i den kontekstuelle rekonstruksjon av dette fotografiet vil jeg gå konkret til verks med utgangspunkt i Barbara Rosenblums pionerarbeid fra slutten av 1970 tallet: *Photographers at work*.²⁷ I denne studien har Rosenblum analysert et pressefotografisk materiale på basis i det vi kan kalle en problemløsningstankegang. For å belyse pressefotografiets estetikk, vil det i følge Rosenblum være nødvendig å undersøke aktørens adferd og intensjoner: "What do people actually do while making [art] objects? What procedures are employed and for what purposes? How does the practitioner fore-

see the outcomes of various processes? What kinds of constraints affect behavior?”²⁸

Hun fastslår at pressefotografens problemløsnings situasjon generelt sett vil være betinget av to typer føringer (*constraints*), som henholdsvis karakteriseres som *strukturelle* og *situasjonsbestemte*. De strukturelle føringene defineres som et produkt av selve strukturen i avisredaksjonen, eksempelvis teknologiske forhold og arbeidsfordelingsmønstre. De situasjonsbestemte bestemmes nærmere som de trekk ved som vedrører de praktiske og sosiale situasjoner som pressefotografene må forholde seg til, eksempelvis i en sportshall. Den spesifikke konfigurasjon av de situasjonsbestemte og strukturelle føringer vil igjen i følge Rosenblom, danne et parameter for de *kvalitetsmessige vurderinger*. Hun refererer her til pressefotografenes og fotoredaktørenes vurderinger av kreativitet, og de premisser som legges til grunn for å si at noe er godt eller dårlig fotografi.

For å danne meg et inntrykk av hva som kan ha representert noe i retning av strukturelle, situasjonsbestemte og kvalitative vurderinger i produksjonen av Leganger-oppslaget, tok jeg kontakt med fotografen bak bildet, Rune Sævig, som også er nestleder for Bergens Tidendes fotoavdeling. Følgende skisse av fotografiets produksjonkontekst er tegnet på bakgrunn av opplysninger som framkom under samtale med ham.²⁹ La oss først se på de strukturelle føringer:

Bergens Tidendes fotoavdeling er relativt stor, og omfatter i tillegg til 12 fast ansatte fotografer, en omtrent like stor stab som betjener billedarkiv og fotodesk. For omkring ti år siden, i kjølvannet av diskusjonene om den tiltagende utbredelse av arrangert nyhetsfotografi, utarbeidet avdelingens ledelse et dokument der avisens såkalte *billedsyn* er nedfelt. I dette dokumentet heter det blant annet at ”*Bergens Tidende skal tilstrebe dokumentariske, aktuelle og troverdige bilder.*”³⁰ Det er altså fotografiets dokumentariske funksjon som vektlegges i avisens offisielle fotopolisy.

Arbeidsfordelingen mellom fotografene er basert på en uformell struktur der personlige preferanser og erfaring synes å være avgjørende. Noen viser seg ganske enkelt å være flinkere enn andre til for eksempel å drive med sportsfotografering, og blir følgelig primært tildelt slike oppdrag. I følge Sævig har imidlertid sportsfotografiet hatt nokså lav status internt i avdelingen, noe han mener kan ha sammenheng med at den kvalitetsmessige standard innenfor denne genren ikke alltid har vært tilfredsstillende:

Sportsfotografi har egentlig ikke noen høy stjerne – i motsetning til nyhetsbilde og

reportasjefoto. Det kan vel være fordi det har vært veldig dårlige bilder, og fordi det har vært veldig få flinke fotografer. En må drive på med det lenge for å bli flink til det, kjenne spillerene, måten de spiller på. De som er flinke i sportsfotografi, det er de som kun jobber med sport.

Denne form for erfaringsmessig basert, spesialisert kunnskap som Sævig hevder er nødvendig for å kunne ta gode sportsfotografier, er noe han mener de spesialiserte internasjonale billedbyråenes fotografer, mer enn andre, er i besittelse av. Og i en viss utstrekning – vanligvis i forbindelse med dekning av sportsbegivenheter i utlandet, der avisen ikke sender egne fotografer – kjøper også fotoavdelingen opp bilder fra disse byråene, for eksempel fra Reuters og Scapix.

Avisens dekning av sportsbegivenheter er eliteorientert. Det er de store publikumsattraksjonene, henholdsvis byens toppklubber i fotball (Brann) og håndball (Tertnes) som prioriteres – selv om Sævig for ordens skyld opplyser at avisen også har hatt oppslag om marginale idrettsgrener, eksempelvis om det lille miljøet for Sumobryting på den sydvestlandske øyen Stord. Selv har han spesialisert seg på håndballdekning, og arbeider som regel relativt selvstendig i forhold til avisens utsendte journalister. Men han gir samtidig uttrykk for at avisen forsøker å unngå et altfor sprikende forhold mellom tekst og bilde. Under den kampen som var rammen for vårt bildeeksempel, var det for eksempel på forhånd avtalt at både fotograf og journalist skulle rette oppmerksomheten nettopp mot den gjestende stjerne, Leganger, i håndballmålet:

Da vi var på den kampen var det jo også i utgangspunktet henne [Leganger] som var mest interessant. Og da er det mye enklere å få gode bilder. Da kunne vi konsentrere oss om henne... Hun er et veldig takknemlig fotomotiv. Hun er veldig fotogen. Så uttrykksfull. Det er egentlig luksus å ha én spiller i fokus slik, ofte må det du vente til godt ut i kampen for å se hvem som skiller seg ut.

Dermed er vi også over i de situasjonsbestemte føringer. I følge Sævig er det tre momenter som gjør at håndballfotografering kan være teknisk og estetisk problematisk: For det første at det som regel er lite lys i idrettshallene der kampene finner sted. For det andre at tempoet i spillet er hurtig, og at det som regel alltid er de samme spillerne som markerer seg i angrepsposisjon. Dette gjør at det blir vanskelig å oppnå motivisk variasjon, noe som igjen fører til at bildene

oppleves som kjedelige. Sævig forteller at dette problemet nylig har vært tatt opp internt i avisen:

Det var en diskusjon, Eir Steigane [B.T.'s håndballjournalist] sendte ut en mail der hun var litt irritert for at det var altfor like bilder. Alle bildene tatt fra sidene og alle bildene var av folk som hoppet inn. Men det som er problemet i håndball, er at det kanskje er to spillere, som er veldig gode å hoppe fram, og om du skriver om de, la oss si tredivet ganger i året, og det er de som er i bildet, da blir det ofte veldig kjedelig. Så det var liksom en oppfordring om å tenke nytt.

De mange reklameinnslagene i idrettshallene representerer et tredje moment i fotografenes problem-løsningskontekst. Reklame på drakter og på plakater gjør det estetisk sett vanskelig å oppnå rene bilder (et problem som ofte søkes løst ved bruk av telelinse og ved å gå tett inn på objektet). Den virker også begrensende med hensyn til den fysiske tilgjengelighet til motivet:

Før hadde vi stort sett fritt leide, men det har forandret seg. Nå er det sånn at om du sitter foran en reklameplakat så kommer det en tulling av en vakt og jager deg vekk. Det blir bare mer og mer makt til reklamen. Jeg tror det er blitt verre å ta rene, gode bilder nå, enn det var for tjue år siden.

Som et tillegg til den nevnte, overordnede målformulering om at Bergens Tidendes fotografi skal være av dokumentarisk karakter, heter det i notatet om avisens billedsyn at "*Bildene skal gjenspeile samfunnet rundt oss*".³¹ Hvilket bilde formidler så avisens fotografier av sportens rolle i samfunnet rundt oss? Bergens Tidende viser oss ikke den sportslige aktivitet som foregår i bredden, i amatørernes og mosjonistenes rekker, slik 20-tallets russiske idealister søkte å gjøre – selv om håndball også i Norge har hatt tilknytning til den såkalte arbeidssportbevegelsen. Det er heller ikke et bilde av idrett tatt i bruk i den politiske propaganda vi her ser. Det er snarere et bilde av idrett som en spesialisert, stjernefokusert og bredt kommersielt anlagt underholdningsvirksomhet, i høy grad basert på næringslivets sponsorinnsatser.

Oppsummeringsvis kan det anføres at min første og umiddelbare opplevelse av dagspressens sportsfotografi er blitt bekreftet. Vi har sett at manglende variasjon og kvalitetsmessig ujevnheter innenfor denne genren til dels anses som et problem også i sportsfotografenes og journalistenes egne rekker.

Men undersøkelsen av forhold i bildets nære produksjonskontekst, har også ført til en nærmere forståelse av *hvorfor* mitt utvalgte bildeeksempel ser ut som det gjør, og til en slags erkjennelse av sportsfotografiets estetiske karakter som et resultat av en avveining mellom redaksjonelle og teknisk/estetiske hensyn og de rammevilkår som er lagt av idrettsorganisasjoner og sponsorinteresser.

Sportsfotografiet som mental realisme?

Med utgangspunkt i en oppfatning av fotografiets identitet og mening som betinget av dets funksjon ("what it actually does in the world"), er de utvalgte fotoeksempler blitt betraktet i lys av deres bruksmessige forankring, henholdsvis i en historisk, postrevolusjonær russisk – og i en samtidig, norsk reportasjekontekst. Dette åpner som antydning, for en forståelse av hvordan bildene er vevet inn i ett tett nett av diskurser og institusjoner. Men hva betyr det egentlig for forståelsen av disse bildene at de faktisk er fotografier? I det følgende avsluttende avsnitt vil jeg kort gjøre et forsøk på å antydning en kompletterende lesning av dem, en lesning basert på en oppfatning av fotografiet som såkalt *mental realisme*. Dette begrepet låner jeg fra den danske fotohistorikeren Mette Sandbye, som i sin nylig publiserte doktoravhandling har videreført Geoffrey Batchens ontologiske nylesning av fototeorien, i form av analyser av fotobasert samtidskunst.³²

Hennes analytiske tilnærming hviler nettopp på en antagelse om at fotografiet er innspunnet i det hun kaller en seiglivet epistemologi, en epistemologi som fremdeles preger vår persepsjon av fotografiet – upåaktet av poststrukturalismens representasjonsskritikk.³³ I dette er hun opptatt av å forstå fotografiets affektive betydning og retter her oppmerksomheten mot fotografiets særlige forhold til tiden: fotografiet som "det som har vært", slik Roland Barthes formulerer det i sin bok om fotografiet, *Det lyse kammer*.³⁴ Barthes beskriver hvordan kamera, samtidig som det fryser fast tiden også gestalter et slags nærvær: en emosjonell og direkte kontakt med en annen tid eller temporalitet. Sandbye bruker blant andre Sophie Calles, Larry Sultan og Christian Boltanskis arbeider som eksempler på kunst som med utgangspunkt i et slikt syn på fotografiet, etablerer en slags alternativ realisme: En realisme som ikke baserer seg på en mimetisk virkelighetsgjengivelse, men på fotografiets indeksikalske karakter. Det er denne formen for realisme hun karakteriserer som mental realisme, en realisme som altså både er magisk og referensiell. Sandbye viser

hvordan de nevnte kunstnerene spiller på en fenomenologisk side av fotografiet og utnytter indeksikaliteten, fotografiets sporkarakter som strategi.

Det som kan ha overføringsverdi til analysen av sportsfotografiet synes nettopp å være aksentueringen av fotografiet som en opplevelsesmåte, og spørsmålet om hvordan det kan fungere i en dialektisk, historie-erkjennende prosess. Kan vi i forståelsen av de utvalgte bildeeksempler utnytte trekk ved erkjennelsen av fotografiet som punktvis stansing av tiden og som støttepillars for den personlige erindring og opplevelse av identitet? Hvilken virkelighetseffekt oppstår i møtet med disse fotografiene?

For å sirkle inn virkelighetseffekten av sportsfotografiet fra vår egen samtid, vil jeg støtte meg til noen av de refleksjoner Norbert Elias har gjort angående sportens sosiale funksjon i høyt industrialiserte samfunn.³⁵ I følge Elias er sportens rolle i det moderne menneskets liv noe som strekker seg langt utover det å styrke den enkeltes fysikk gjennom egenaktivitet. Han viser her til sportens stress-stabiliserende og sosialt terapeutiske betydning som underholdning – på linje med film, dans, billedkunst, opera eller kriminalfortellinger. Underholdningsverdien ligger nettopp i det spenningsgenererende i disse aktivitetene skriver Elias – i det han trekker paralleller mellom den emosjonelle opplevelsen av en fotballkamp og en klassisk tragedie:

A tragedy enacted in a theatre, as Aristotle discovered, may evoke in an audience feelings of fear and pity closely related to those experienced by human beings who witness from nearby a real condition of others tragically caught in the snares of their lives. But the imaginary setting of the theatrical tragedy is human-made. Here humans are the creators of their own world, masters of human destiny. The heaviness of the real life is lightened, the feeling itself is purified by the mimetic symbols of music and poetry, bodily movements or masks and by the mimetic tensions experienced by those who witness human suffering and pain in the imaginary setting of a human-made tragedy [...] The spectators of a football match may savour the mimetic excitement of the battle swaying to and fro on the playing field, knowing that no harm will come to the players or to themselves. As in real life they may be torn between hopes of success and fear of defeat; and in that case too strong feelings aroused in an imaginary setting and their open manifestation in the company of many others may

be all the more enjoyable and perhaps liberating because in society at large people are more isolated and have few opportunities for collective manifestations of strong feelings.³⁶

Kanskje er det også mulig å lese dagspressens sportsoppslag som en slags kontinuerlig fortelling, en føljetong, som nettopp har sitt utspring i sporten slik Elias beskriver den, som en arena for kollektive manifestasjoner manifestasjoner av sterke følelser? Den følelsesladde, klisjépregete og melodramatiske språkbruk i sportsreportasjenes headinger er i seg selv en indikasjon på dette: "Det fjerde gullet som glapp", "Det var tungt å si nei", "Stord i bakus", "Mettes vanskelige valg", "Den bortkomne frelsen", "Verdens beste storesøster" osv.

Reportasjen om Cecilie Leganger skriver seg inn i en serie av oppslag der Bergens Tidendes håndballinteresserte lesere nærmest fra dag til dag har kunnet følge utviklingen i den lokale håndballklubben Tertnes – med hensyn, ikke bare til de rent sportslige begivenheter som laguttak og selve kampenes forløp, men også til trenervalg, sponsoravtaler og innkjøp av spillere. Sportsfotografiet befinner seg altså innenfor en narrativ ramme der det både finnes helter ("Det var en gang en talentfull spiller som dro ut i verden [altså Oslo]") og skurker ("inkomptente klubbledere, trenere, dommere etc."), der det eksisterer eventyrlige belønninger til de som fortjener det, altså heltene ("spillerlønninger og reklameinntekter"), og der det typisk nok alltid vil være spørsmål om hvem som får hverandre ("Får Tertnes og Bergen tilbake sin storspillende publikumsfavoritt?"), og om hvem som elsker hvem ("Men vil hun egentlig komme? Kanskje vil hun heller være i Oslo? Eller får Tertnes en annen, et nytt stortalent [fra Larvik]? – slik det ble meldt bare kort tid etter vårt utvalgte oppslag). Fotografiet er ladet med henvisning til virkeligheten, men samtidig også til erindringer og fortellinger som knytter seg til sport som et lokalt forankret, og dermed også identitetsskapende, emosjonelt drama. Den indeksikalske fetisjisme som fotografiet i denne kontekst synes å representere, kan slik betraktes som et motstykke til det narrative begjær som genereres i de fortellinger som bidrar til å konstituere dette drama.

Men hva så med vårt historiske eksempel Rodchenkos sportsfotografi, der disse fortellingene, om de så har eksistert, er gått tapt? Hvilken virkelighetseffekt vil det her være tale om? I følge Sandbye er tilbyr fotografiet i egenskap av sin indeksikalske karakter *"en anden adgang til historien enn den tradisjonelt narrative, konfigurierende, Erindringsbaserte historiefortelling; nemlig en punktvis,*

dialektisk billedfortælling.” Og hun tilføyer at dette også ”kræver en betragter til at udfolde dets betydning”.³⁷ Det melder seg derfor et spørsmål om hvordan vi gjennom dette fotografiet kan lese fortiden i nåtiden.

Sluttord: Den indeksikalske melankoli

Vi har allerede sett hvordan Rodchenkos fotografi framstår som et gåtefullt historisk dokument. Men det vekker også andre følelser: begeistring og melankoli. Begeistring fordi de oppsiktsvekkende kulturprodukter som ble skapt i sammenheng med den russiske avantgardens storslåtte framstøt for å fusjonere kunsten og livet, lenge har representert et ukjent felt i kulturhistorien: et felt som nå er i ferd med å bli trukket fram i lyset. Paul Wood har beskrevet dette som en kulturhistorisk utgravningsprosess som også kaster lys over vår egen tid:

The excavation of the full scope of the work of Rodchenko, Vertov, Klutsis, Vladimir Tatlin, Maiakovskii, and Lissitzky, not to mention the related theoretical perspectives of Osip Brik, Viktor Shklovskii, Valentin Voloshin, and others, has achieved that rare thing: the erup-

tion of the historical work into the practical conjuncture of the present. It would not be going too far to say that a culture has been recovered – a culture, moreover, that is still revolutionary with respect to our own.³⁸

Melankolien knytter seg til den kontrasten som så tydelig framstår for oss, den nedslående kontrast mellom vår egen tids offentlighet – som sportsfotografiet er en del av – og den radikale og kreative estetiske kulturen som utfoldet seg i en femtenårsperiode etter Oktoberrevolusjonen. Det vi ser er sporene etter en kultur der idrett var noe som skulle tilføre bredden i befolkningen adspredelse, sunnhet og glede. Og der kunsterne som fungerte som premissleverandører i utformingen av den visuelle offentlighet, også formidlet verdien av dette. Det gjorde de, slik vi har sett det hos Rodchenko, på grunnlag av en kritisk, teoretisk diskurs og gjennom et fotografi som skulle utfordre betrakterens perseptuelle og estetiske sensibilitet – en tilnærming som synes å være uten sidestykke i vår egen tids påkostede, pressefotografiske praksis. Det er dette forholdet som mer enn noe annet blir satt i relieff i den foregående sammenligning mellom Rodchenkos – og samtidens reportasjefotografi.

Noter

1. Simone Phillipi (ed.), *20th Century Photography. Museum Ludwig, Cologne*, Taschen, Köln, 1996, s. 545.
2. Geoffrey Batchen, *Burning with Desire. The Conception of Photography*, MIT Press, Cambridge, Massachusetts, London 1997.
3. Ibid s. 17.
4. Victor Margolin, *The Struggle for Utopia: Rodchenko, Lissitzky, Moholy-Nagy 1917 – 1946*, The University of Chicago Press, Chicago and London, s.2.
5. Peter Bürger, *Theory of the Avantgarde*, University of Minnesota Press, Minneapolis, 184 s.20-27.
6. Ibid. s. 91.
7. Selve termen konstruktivisme var hentet fra arkitekturens/ bygningsindustriens begrepsapparat. Den hadde faktisk allerede vært i bruk i det russiske kunstmiljøet før revolusjonen, da anvendt om både skulptur og maleri – i betydning kunstverk som konstruksjoner og med henvisning til den analytiske behandling av kunstmidlene som vi kjenner fra tradisjonen etter Cezanne. Men etter revolusjonen fikk begrepet konstruktivisme også andre meningslag. Det ble assosiert med ideen om kunstneren som en konstruktør, altså en som driver samfunnsmessig nyttig og oppbyggelig arbeid. Denne ideen plasserte seg som en kontrast til forestillingen om den individualistisk innrettede og selvsentrerte borgerlige kunstner. Se Briony Fer, ”The language of Construction”, i: Briony Fer, David Batchelor, Paul Wood, *Realism, Rationalism, Surrealism. Art Between the Wars*, London 1993, s. 87-167.
8. Abigail Solomon-Godeau, ”The Armed Vision Disarmed. Radical Formalism from Weapon to Style” i: Abigail Solomon Godeau: *Photography at the Dock*, University of Minnesota Press 1991 s. 57.
9. Margolin, op.cit. s.6. Forskningslitteraturen tegner imidlertid et nokså sammensatt bilde av den russiske avantgardens forhold til revolusjonen og til sovjetstaten. I følge Paul Wood representerer dette en tematikk som fremdeles er utilstrekkelig forskningsmessig behandlet. Han viser imidlertid hvordan den eksisterende litteraturen beskriver forholdet mellom avantgarden og revolusjonen på bakgrunn av tre ulike, mer eller mindre eksplisitte

- sett av antagelser om dette forholdets karakter: for det første en antagelse om at avantgarden egentlig var distansert fra, eller ikke genuint engasjert i den revolusjonære politikk, for det andre en tese som aksentuerer avantgardens revolusjonære tilknytning som en forutsetning for mangfoldet av formale innovasjoner, og for det tredje studier som har fulgt i kjølvannet av sovjetmaktens sammenbrudd – undersøkelser av et hittil lukket felt: forholdet mellom avantgardens aktiviteter på 1920-tallet og kunsten under stalinismen. Paul Wood, "The Politics of the Avant-Garde", i: *The Great Utopia. The Russian and the Soviet Avant-Garde 1915-32*, Guggenheim Museum Publications, New York 1992, s. 1-8.
10. Margarita Tupitsyn, *The Soviet Photograph 1924-1937*, Yale University Press, New Haven and London 1996.
 11. Ibid s.8.
 12. Ignatievich sitert i Tupitsyn, ibid s. 47.
 13. Ibid s.67.
 14. Ibid s. 67.
 15. Tretiakov sitert i Tupitsyn, ibid s. 67-68.
 16. Ibid s. 98.
 17. Abigail Solomon-Godeau, op.cit. note 11.
 18. Ibid s.60.
 19. Paul Wood, op.cit. 1992 (note 9), s. 5.
 20. Margolin op.cit.1997 s. 163-213.
 21. James Riordan, "Worker Sport Within a Worker State", i: Arnd Krüger og James Riordan (red.), *The Story of Worker Sport*, Human Kinetics, Champaign, USA 1996 s. 45.
 22. Ibid s. 56.
 23. Typitsyn op.cit. s.156.
 24. Vibeche Salte, *Russisk kunstteori i praksis? Alekandr Rodtsjenkos 1920-tallsfotografier*, Hovedoppgave i kunsthistorie, Universitetet i Bergen, 2000, s. 101.
 25. Typitsyn op.cit. s.152.
 26. Rodchenko sitert i Typitsyn, ibid s. 172.
 27. Barbara Rosenblum, *Photographers at work. A Sociology of Photographic styles*, N.Y./ London 1978. Med refereranse til Meyer Schapiros marxistiske kunsthistoriekrivning, arbeider Rosenblum ut fra en målsetning om å kaste lys over sammenhengen mellom sosiale strukturer og stilistiske uttrykk.
 28. Ibid s. 4.
 29. Samtalen fant sted 18.07.01.
 30. Øyvind Christensen, notat om Bergens Tidendes billedsyn, mai 1991.
 31. Ibid.
 32. Mette Sandbye, *Mindesmærker. Tid og erindring i fotografiet*, Politisk Revy, Rævens Sorte Bibliotek, København 2001.
 33. Ibid s.9
 34. Roland Barthes, *Det lyse kammer. Bemærkninger om fotografiet*, København 1987.
 35. Norbert Elias og Eric Dunning, *The Quest for Excitement. Sport and Leisure in the Civilizing Process*, Basil Blackwell, Oxford 1986.
 36. Ibid s. 42-43.
 37. Sandbye op.cit. 2001, s.138.
 38. Wood, op.cit.1992 s.4.

Referanser

- Barthes, Roland, *Det lyse kammer. Bemærkninger om fotografiet*, København 1987.
- Batchen, Geoffrey, *Burning with Desire. The Conception of Photography*, MIT Press, Cambridge, Massachusetts, London 1997.
- Bürger, Peter, *Theory of the Avantgarde*, University of Minnesota Press, Minneapolis, 1984.
- Fer, Briony "The language of Construction", i: Briony Fer, David Batchelor, Paul Wood, *Realism, Rationalism, Surrealism. Art Between the Wars*, London 1993.
- Margolin, Victor, *The Struggle for Utopia: Rodchenko, Lissitzky, Moholy-Nagy 1917 – 1946*, The University og Chicago Press, Chicago and London, 1997.
- Nakov, Andrei, Stylistic Changes – Painting Without a Referent", i: David Elliott, (ed.), *Alexander Rodchenko*, utstillingskatalog, Museum of Modern Art, Oxford 1979.
- Phillipi, Simone (ed.), *20th Century Photography. Museum Ludwig, Cologne*, Taschen, Köln, 1996.
- Rosenblum, Barbara, *Photographers at work. A Sociology of Photographic styles*, N.Y./ London 1978.
- Riordan, James, "Worker Sport Within a Worker State", i: Krüger, Arnd og Riordan, James (red.), *The Story of Worker Sport*, Human Kinetics, Champaign, USA 1996.
- Sandbye, Mette, *Mindesmærker. Tid og erindring i fotografiet*, Politisk Revy, Rævens Sorte Bibliotek, København 2001.
- Solomon-Godeau, Abigail, "The Armed Vision Disarmed. Radical Formalism from Weapon to Style" i: Solomon-Godeau, Abigail: *Photography at the Dock*, University of Minnesota Press, Minneapolis 1991.
- Salte, Vibeche *Russisk kunstteori i praksis? Alekandr Rodtsjenkos 1920-tallsfotografier*, Hovedoppgave i kunsthistorie, Universitetet i Bergen, 2000.
- Tupitsyn, Margarita *The Soviet Photograph 1924-1937*, Yale University Press, New Haven and London 1996.
- Wood, Paul, "The Politics of the Avant-Garde", i: *The Great Utopia. The Russian and the Soviet Avant-Garde 1915-32*, Guggenheim Museum Publications, New York 1992.

"The Best Cinema System in the World"

The Municipal Cinema System in Norway: Historical and Comparative Perspectives

DAG ASBJØRNSSEN & OVE SOLUM

In the Norwegian context, for many years one could hear slogans like "Norway has the best cinema system in the world" and "We can see more and better films on the Norwegian cinema screens". However, we lack a substantiation of such and similar claims about the uniqueness of the municipal cinemas in Norway.

The aim of this article is to shed light on central aspects of the municipal cinema system. First, we will briefly discuss the development which led to an institutional organisation of the cinemas in Norway involved at both public and municipal level and which was fully implemented in 1925 with the establishing of Oslo Kinematografer (Oslo Municipal Cinemas). We will also discuss how this system has changed, reflecting modifications in the economic and cultural framework. In addition to a historical perspective we will focus on the present situation. We will do this by analysing current film programmes – the repertoire which the cinemas provide to the audience. Using surveys of cinema repertoires we have attempted to find out whether the claims of the advantages of the unique Norwegian system may be shown to be true. Central to the analysis is whether the offer of films in Norway differs considerably from that of the private cinema institutions in neighbouring Sweden and Denmark. The crucial question is: does the municipally -based cinema system offer a better film repertoire to its audience? An additional question is: can existing differences be

explained by reference to the different institutional organisations?

Public Service

In the discussion of the municipal cinema institution we will start by introducing the concept of "public service" to the analysis of the cinema systems. This concept is usually connected with the role of broadcasting companies and with broadcasting history. When using the concept of public service in relation to the Norwegian cinemas, we intend to contribute to the understanding of the system in a general perspective of cultural and media policies. When looking into early broadcasting history there are obvious similarities between the developments in the field of radio and television in Norway, and other Scandinavian countries, and in a country such as Great Britain. What was later termed the public service model was the starting point for the development of the above-mentioned broadcasting institutions. Such development in Norway was part of a general development in Central Europe.

One of the more important characteristics of the different public service institutions was that, as public institutions, from the very beginning, they were assigned particular social roles or a special responsibility for the society (Syvertsen, 1992). This fact provided the main basis for legitimacy for those institutions. Interestingly in this context, a publicly managed cinema also had to legitimise itself in relation to the society. It is therefore essential to ask what the reasons for this were, or what was the basis for the legitimacy for organising municipal cinemas. The concept of public service has rarely been discussed with regards to film, but when using it, ex-

*Department of Media and Communication Studies,
University of Oslo, Box 1093 Blindern, N-0317 Oslo,
dag.asbjornsen@media.uio.no,
ove.solum@media.uio.no*

actly at this point we find interesting links between discussions within public service broadcasting and the Norwegian cinema institution.

Privileges and Social Responsibility

A central point in this development is the way in which the concept of public service signals that a privileged position is linked to social responsibility. The basis for the legitimacy of a public service institution lies in the performing of certain duties towards "the public" or society (Syvertsen, 1992). Such a basis for legitimacy is not stable, however, but develops and interacts with the general development of society. At the same time, the basis for legitimacy of an institution obviously constitutes that institution's possibilities to survive and develop. The ability of an institution to survive largely depends on how this basis can accommodate opposing interests and resistance. If the basis for legitimacy is weakened, the grounds for the very existence of that institutions also weakened.

The municipal cinema institution which emerged between 1913 and 1920 was granted an immediate protected position, primarily through the change in conditions for competition. This privileged position was based on the ability of the institution to prove itself economically profitable and to cater to different social and societal interests. Contemporary municipal council recommendations openly express such qualities.

When discussing the establishing of the first public broadcasting companies, Trine Syvertsen uses a similar argument, emphasising the mutual relationship between obligations and privileges:

All institutions are expected to fulfil certain duties in return for a privileged position, and the privileges are usually seen to be necessary for the institutions' ability to fulfil their obligations. If privileges were to be removed or obligations added without reimbursement, there is a danger that the institution may simply exhaust itself. It may become overstrained and impossible to manage, or it may collapse under the weight of external pressures. To prevent this from happening i.e. to survive in this organisational sense, the strategies of the institution must include provisions to keep the privileges intact: This implies designing strategies to legitimise the institutional arrangements. (Syvertsen 1992: 32)

Legitimacy: Privileges and Obligations

Legitimacy is the key word in understanding such institutional survival. If legitimacy is to be obtained, a kind of social sanction or acceptance is needed. For a process of institutionalisation it is essential to define strategies to attain some sanctioning on which the desired legitimacy may rest. A fundamental principle is that the basis for the justification of certain institutional organisational forms lies in external and not internal factors. Somehow it must be justified that the manner of organising is advantageous, if only, to state it negatively, as the least of two evils (Syvertsen, 1992). This is normally done by connecting institutionalisation to different forms of consensus values or to broad, general, value systems.

Instability will always be present since the basis for legitimacy is never constant but relates to historically conditioned social and political circumstances. The ability of an institution to survive is dependent, therefore, on its ability to deal with relevant changes, and to develop a readiness to respond to new demands for legitimacy. In other words, alertness and sufficient flexibility are needed to enable the institution to meet possible new external challenges. The balance between different interests may be disturbed; counter-movements may mobilise and lead to crises and demands for change inside the institution. One way of meeting challenges may be to adapt to whatever the new demands might be. However, crises and conflicts may arise which need different solutions while at the same time attempts are needed to keep the basic organising of the institution intact.

We can clearly see that in Norway this was the kind of crisis that culminated within the private film and cinema institution at the time of the first municipal organising of the cinema sector. The establishment, in 1917, of the National Organisation of Municipal Cinemas (Kommunale Kinematografers Landsforbund, henceforth NAMC)¹ was one of the early signs of the power struggle which took place within the film institution at the time. The crisis, and the open conflict between private and public interests, meant that the private cinema business, after a failed boycott action, and reluctantly and somewhat astonished, had to face the reality of the inevitable municipalisation of the private cinema business². Strong social and political forces had worked against private interests, and at the same time the private film and cinema business had never been

able to repair the loss of legitimacy they experienced especially in the years immediately before and after 1910. As a kind of compensation for the take-over we may note that several private cinema owners were offered central positions within the new public cinema sector.

Three Phases in Norwegian Cinema History

In Norwegian film and cinema history we may distinguish three main phases which have been decisive in the development of the municipal cinema system³. The first period of the first phase is obviously centred on the establishing of the municipal system. There then follows a period of consolidation and what must be considered the heyday of the municipal system, culminating with the introduction of television in the 1960s.

The second phase is the period in which the cinemas started to show deficits as a consequence of the competition from television. The result was that the ideological basis for the system had to be redefined in terms of what may be seen as a "modernised" public service concept. The system had to be given a new rationale to be able to sustain and to develop further the basis for the privileged position that the municipal system had attained.

The third and last phase in the development of the cinema system relates to the present situation, and our programming surveys are mainly concerned with the challenges of this period. This is a period where the preconditions in society for the municipal system have changed. Contemporary solutions have to do with deregulation and adaptation to the market. Considering the municipal cinema institution in the light of present solutions to problems in society (implying the liberation of public institutions from their bonds to state and municipality, and leaving them to the forces of market regulations), to many the institution appears old fashioned and unsuitable. Having been established in a period of an expanding public sector, today the main challenge for the municipal cinema system is its ability to argue for the preservation and protection of an institutional mode of organisation. This is one which many consider to be outdated.

Phase one: the Establishing of the Municipal Cinema System

The so-called Cinema Act of 1913 provides the formal background for the development of this particular Norwegian cinema system. The first paragraph

shows that whoever wanted to "publicly exhibit cinematographic images" needed a municipal licence to do so:

"Public exhibition of cinematographic images may not take place without the consent of the local council or its executive committee or the body to whom it according to paragraph 2, may give such authority". (authors' translation).

However, the cinema act and the introduction of an obligatory licence were not the reason for Norway's developing a municipal cinema system. Having to apply for a licence to manage a cinema was not unique, e.g. early on Denmark established a system based on licences in which private cinema owners needed permission to exhibit films publicly. The special feature of the Norwegian film and cinema history is that the municipalities themselves seized the opportunity in the municipal licence regulations of the Cinema Act to licence the right to public exhibition.

In Norway, a seemingly important factor for the establishment of the municipal cinema system was that strong production companies never emerged that needed to obtain or defend legitimacy by stating the importance of maintaining private cinema companies. The first Norwegian film producers were closely connected with the cinema business, but their contribution was limited compared to that of producers working in the neighbouring countries. The production that did take place was such that neither in terms of quantity nor quality could it be an argument for using cinemas as a corner-stone in a private film and cinema sector. From the debate on the municipalisation we note that very early the question came up whether private cinema owners should be allowed to profit from the notable surplus from film exhibition, when they had been unable to create the arguments that the sector had needed. Furthermore, since the owners were willing to actively enter film production only to a limited extent, they had a problem of legitimacy when, increasingly, proposals were made that the public sector (the municipalities) should be able to utilise that surplus for common benefit of the community.

Social Responsibility and Public Education

The most important argument used in the earliest processes of municipalisation had to do with the need for social control over what was considered an irresponsible and indecent mode of expression. It

was argued that the take-over of the private cinemas by the municipalities would lead to higher cultural status for film. Furthermore, it was argued that a public cinema would become part of general public education, and last, but not least, that the activity would contribute considerably to filling empty municipal treasuries. Central aspects of the argument used in the decisions on municipalisation were concurrent with the ideology of social responsibility generally prevalent in society. This is the same ideological basis that is also central in the classical public service concept.

Organisations for the preservation of public morals, politicians and concerned educationalists watched the growing popularity of the new media with increasing scepticism in the years immediately preceding the parliamentary decision to introduce censorship on films and mandatory licences. In newspapers and public meetings people stated that "this can not be good for children and young people", and that cinema programming almost exclusively consisted of sensations and attractions with appeal to people's less honourable inclinations. Film titles from the earliest cinema advertising seemed to confirm this, such as *The last night after the wedding*, *The white slave girl*, and *The bride of the robber*. The expansion and popularity of film as a medium had created the first modern instance of media panic. The low position of the film and cinema institution in the cultural hierarchy contributed to the small effect of the private business' arguments against public take-over.

There were demands that the municipalities should themselves introduce control and censorship systems. Certain voices proclaimed that the municipalities would need to take over cinema management for the media to maintain some degree of decency. In Parliament, when the Cinema Act was passed, the Parliamentary Church Committee emphasised that cinemas could not be considered decent as long as they were subject to the laws of competition. In other words, there was widespread scepticism against letting market forces rule. This was in line with the above-mentioned ideology of social responsibility, which was also common within the dominating political party of the period, that is the "Venstre" (Liberal party).

Social responsibility and the education of the people were core issues in liberal ideology. The growing social democratic movement also supported this. Decentralisation was a word with positive connotations in the same political groups, with emphasis on transferring power to the local municipalities. The expansion of cinemas coincided with a pe-

riod when a huge number of other municipal companies were established, e.g. within electrical power supply, communications and other services. The need for municipal financial investment increased, and this contributed to the argument that cinema revenue should be spent on beneficial, municipal projects rather than being left to private owners.

Money, Culture and Morality

Two main arguments – one moral/cultural and one economic – may be distinguished to defend the decision for the public take-over of cinemas. In autumn 1913, one of the earliest local council committee recommendations concerning the decision to establish a municipal cinema in the northern city of Tromsø referred to the fact that the issue of public cinemas had also been discussed in Stavanger in the south west, where specific values such as moral and educational causes had characterised the issue. The recommendation from Tromsø stated that this moral argument was now less relevant, since the Cinema Act had been passed earlier in the same year, entailing "a nation-wide censorship committee for the images".⁴ The recommendation still emphasised that "with the introduction of censorship of images not all requirements have been addressed", meaning that since the cinemas had become main cultural and social centres, for children as well as for adults, certain demands must be imposed on them – on the halls, the music, etc. This had, however, "been difficult in many instances, since the cinema owners seem to be concerned only with making money". It was emphasised that a municipal cinema should not be guided by such demands alone. The rooms, equipment and music must all be as good as possible. Furthermore, a municipal cinema must have higher standards for the simple reason that it shares with all other municipal activities the risk of coming under public scrutiny.

Thereafter, the recommendation turned to economical arguments for municipal cinemas, where first of all it was stated that "regarding economic considerations, it is beyond doubt that a municipal cinema in Tromsø will provide revenue to the city"⁵. Sigurd Evensmo cites corresponding views from a municipal committee recommendation from the town of Sarpsborg, which concluded that the municipality should take over cinemas in order to counteract the harmful effects of cinemas, to utilise cinemas for public education and to provide the municipality with revenue (Evensmo, 1967).

Thus, in order to legitimise the municipalisation of cinemas, the municipalities partly used issues of

social responsibility and morals, preferably with the notion of young people using a new means of expression at the bottom of the cultural hierarchy, and partly addressed the economical opportunities of municipal cinemas. These two elements constitute the core values for the municipalisation of the film and cinema institution in Norway.

Phase Two: The Television Age and Failure in Cinema Revenues

When in 1917 the first municipal cinemas organised themselves into the National Association of Municipal Cinemas (NAMC), municipal cinemas held a share of 20 per cent of gross box office revenues. Less than a decade later, after the completion of the municipalisation through the establishing of a municipal cinema monopoly in the capital, the public cinema system held about 90 per cent of the turnover. This is a market share it has maintained until now.

The running of cinemas was a good source of revenue for the municipalities and the system remained stable until the 1960s. With the introduction of television, however, the cinemas started to show deficits. Instead of being sources of revenue able to finance several types of municipal activities, the cinemas slowly came to be in need of financial support. After some time, only the cinemas in the cities still showed surpluses. The role of cinemas thus changed, creating the need to revise the motivations for public management of cinemas.

At the same time, the status of the film media had changed from what it had been when the municipal system was established. In the 1960s, the emerging consciousness of film as an artistic means of expression, (with the recognition of *auteurs* such as Bergman, Fellini, Truffaut, Resnais and Antonioni), led to an increase in the cultural prestige of film. In Norway, the film journal *Fant* was an important mediator of new trends in international film, and contemporary films came to be seen as pieces of contemporary art. As a consequence, awareness grew that it was necessary to give financial support to so-called art film, which had little commercial potential in cinemas. The issue was raised on the quality of film programming in municipal cinemas: did film with high ambitions get a fair chance? In 1969, this and similar issues led to the first state import support for valuable film.

It also became clear concerning art film that the municipal cinemas had a role to play. Due to the new cultural prestige film had gained, it was now possible to support films and cinemas over municipal cultural budgets. The municipalities were also

given greater responsibility for cultural policies during the 1970s, which had led to the setting up of separate municipal cultural boards. Cinema management became a natural part of this. What had initially been a negative starting point or motivation for the municipalities' involvement in film and cinemas was now being turned into positive involvement and cultural commitment.

Thus, in the years before and after 1970, there was a public debate on the goals for Norwegian cinema politics as cultural policies. When, in 1969, the cinema director of Oslo, Arnljot Eng, formulated a motivation for municipal cinema management in the journal *film & kino* he was concerned with the improvement of conditions for art film, "film for the selective minority" as he put it. This issue is also prominent in what may be called NAMC's first cinema political manifesto, the booklet *Kinoen i dagens samfunn* (Cinema in contemporary society) from 1976. Here, a totally different view on the medium appears than that of the earlier phase discussed above. Film, it says, must be selected on the basis of quality, while at the same time considering the interests of the wider public who seek the film only for pleasure. The classical ideas of popular education and of the protection of public morals, having been the original motivation for public involvement in film, have now lost their importance as an argument for the public cinema system. Film is seen here as a piece of art with independent value, to which the population should have their share. To ensure quality in film culture, the municipal system is needed, with its commitment to cultural policies, financial support systems and municipal subventions. Film as a cultural offer is given prominence in the new basis for legitimacy of the system. Only a municipal cinema, it is said, will be able to consider issues beyond market-based and commercial ones.

This positive attitude towards film as art is predominant also in the Public Reports and Parliamentary White Papers following in the wake of the discussions in the 1960s and the 1970s. In the Parliamentary White Paper discussing the role of film, those films which are not catered for by a commercial system are especially considered: art film, Norwegian film, short film and films for children and adolescents. If we read the subsequent White Papers, *Kultur i tiden* (Contemporary culture) (White Paper no. 61 to the Storting, 1991-92) and *Media i tida* (Contemporary media) (White Paper no. 32 to the Storting, 1992-93), both from the time of Minister of Culture, Mrs. Åse Kleveland, the same kind of goals are emphasised. The following citation from the former may illustrate this:

The intention is to preserve our de-centralised cinema system, which provides, also in an international perspective, a uniquely balanced offer of art film and entertainment film to the whole country.

... a uniquely balanced offer of art film and entertainment film to the whole country. (authors' translation)

We want to emphasise that here a modern, reformulated ideology of cinema policy is expressed, in line with the above-mentioned policies developed in the 1960s and 1970s. Cinemas are no longer associated with negative motivations or the need to protect or educate, as in the ideologies of morality and educationalism of former times.

In place of social responsibility and public education there is now the argument that cinemas must be able to provide a cultural offering to everyone, independently of taste and living area. The old public service motivations that had been closely linked to morals, education and municipal revenue have now been replaced with terms such as quality, variety and access. Incidentally, this coincides also with the modern, reformulated public service concept we find in contemporary public service broadcasting institutions. The issue that has recently been raised is, however, whether one needs a *municipal* cinema to attain these goals.

Phase Three: Threat of Privatisation and New Needs for Legitimacy

Today within cultural policies we see that discussions on the issue of the basis for the cinema system have been linked to the challenges and crises that the system has had to face over the past few years. These challenges are to some extent triggered by increased competition from other media and other methods of film exhibition that are threatening the economic basis for running cinemas, such as video, cable-TV, satellite channels and the Internet. This is in many ways a reinforcement of the tendencies that the introduction of television in the 1960s represented. When cinema management shifted from the income side to an item of expenditure on many municipal budgets, several municipalities decided to limit or discontinue their involvement in running cinemas, or attempted to offer their cinemas to private companies to avoid economic risks. This is motivated in a new political climate in which there has been a shift towards dissolving monopolies and towards privatisation in many fields, not least in the media and telecommunications sector.

Today, it is primarily the modern ideology of deregulation that challenges the municipal cinema system. We may well ask whether it is not old-fashioned to defend a public system when exposure to market forces and competition has been launched as the new solutions to most contemporary challenges. As we have pointed out, large private cinema actors prefer the profitable segments of the Norwegian cinema market, and they apply for a licence to run cinemas, often in competition with established municipal cinemas.

Thus, the main challenge to the municipal cinema system is the threat of privatisation. The defenders of the municipal cinema system, therefore, again need to substantiate the advantages of a public system over a possible private alternative.

These are processes that have occurred in the history of broadcasting over the last couple of decades. The first advances towards abandoning the monopoly situation were made when local radio was deregulated at the beginning of the 1980s. The former broadcasting monopoly was forced to adapt to the new situation and it succeeded in doing so. As mentioned above, the privileged position of an institution depends on its ability to sustain and develop its basis of legitimacy in pace with other developments in society. The question then is whether the municipal cinema system has developed relevant arguments, sufficient to withstand the challenges it faces today as well as those concerning the future institutional organising of cinemas in Norway.

A Modern Concept of Public Service

Today, defendants of the municipal model of cinemas use arguments like "equal access for all, quality and diversity" in debates on reasons for keeping the system; the updated and more general concept of public service is applied. Generally, we may state that the motivation for a publicly managed public service cinema has moved towards regarding film in a cinema as a cultural offering to an audience which is seen as consumers. There is, thus, a move from the traditional public service idea that the audience should be given what is good for them, towards a "modern" way of thinking, and that the audience must be given what they want. This is a parallel to the development within the broadcasting sector. However, a basic problem with this idea is that naturally private, commercial cinemas are also concerned with their consumers.

What distinguishes a modern public service based institution from a commercial one is said to be that a public service institution provides its audi-

ence with an offering even in cases when this is unprofitable. This is the obligation of the modern municipal cinemas towards society and the audiences they serve; until now this has been the motivation for giving the cinema institution its privileged position.

The offering by the cinema to its audience is, in other words, the key to the legitimacy of the municipal cinema system. The moment a cinema model based on private ownership can perform such tasks just as well or even better than the municipal one, the most important argument for preserving the public cinema system will crumble. We have thus reached the very foundation of the municipal cinema structure.

Comparative Studies – Who is More Public Service?

We have already described the ideological basis for, and the legitimacy of, the Norwegian cinema system. A main challenge for single projects within the research programme "The Norwegian municipal cinema system" was to establish which results this system accomplishes, that would distinguish it from systems based on private ownership. This is interesting from a public service perspective, since a system based on goals such as quality, variation and access should ideally be complementary to an offering based on sheer market-oriented evaluations. This type of documentation, where an "additional offer" is substantiated, is becoming more and more important in a market characterised by deregulation and competition, in which public intervention needs a motivation beyond the ideal goals. It is no longer sufficient to claim to be acting in the interest of the audience or for the benefit of public interest; it is also necessary to show proof of the results. Failing to do so may provoke criticism of spending public resources to favour one's own enterprise, or of preferring public enterprise at the cost of private ones.

The public Norwegian cinema system is unaccustomed to providing documentation about its results. There is no lack of self-advertising in favour of the system, however. In an article in the journal of the cinema business *film&kino* (Film and Cinema), Kristin Clemet, then chairman of the board of the National Association of Municipal Cinemas, made the following unsubstantiated statement: "We go to the movies more frequently, we watch more quality film, we get a higher number of film releases, we have more cinemas in sparsely populated areas...." (4/1998: 75). Clemet does not specify the countries with which she compares Nor-

way. This is understandable since research has no hard job in proving that she is wrong. Thus, in Iceland people go to the cinema more frequently; the Swedes have higher density of cinema theatres, the French have a higher number of film releases and nobody has surveyed who views more quality film.

To Measure Public Service

In our survey we intended to find systematic differences in the programming of cinemas between the municipal system in Norway and private systems of other countries with which Norway may be compared. For several reasons, the offer of film to the spectators was the main focus of our studies. The repertoire is important in a public service perspective, where the quality and diversity in the film programming set the terms for the freedom of choice of the cinemagoers. The notions of quality and variety are, as shown above, central values for the concept of public service. A main political argument in favour of the Norwegian cinema system is that it provides a better (broader, more varied) repertoire than other systems. Another reason for our focus on the repertoire is that the lack of documentation is greatest on this point. Much of the empirical research in the project has been about the analysis of the cinema repertoire in Norway, and comparisons with the offerings by cinemas in other countries.

We have also looked into admission figures. High admission figures are often presented as a merit in favour of the Norwegian cinema system, but high admission figures may not be regarded as a public service value. A fully commercial system may attain high admission figures by exhibiting exclusively commercial products. We have therefore discussed admissions in relation to the repertoire, in order to try to find indications whether higher admission figures may be a sign of a better offer to the audience.

We have no intention to set up a Scandinavian championship in public service cinema – the rules of the game are too loosely defined to do so, and the goals of the countries also vary. We will, though, attempt to produce rankings in relation to the simple statistical measures we use, and discuss these rankings with regard to general public service values. While avoiding a final verdict on which country is "better", it is still our intention to provide some research-based insights into the understanding of the different systems, and into the debates on their future.

We have mainly based our research on our own comparative studies, selecting Sweden and Den-

mark for most of our comparisons. These two Scandinavian neighbours show many similarities with Norway – they are welfare states with active cultural policies, they have a cultural basis and values quite similar to those of Norway, and like us they are small nations on the fringe of Europe. Both countries have private-based cinema systems, which are very different from each other, giving us the possibility of comparison with two different private systems. Significant differences, such as the difference in the size of the population and the size of the national film production are taken into consideration in the comparisons as far as possible.

Admissions and the Size of the Cinema

One of the assumed differences between private cinema systems and public systems is that the public systems may provide film even when this is not economically profitable. In the cinema market this should be more visible in smaller municipalities, where the basis in terms of the size of its potential audience base is insufficient to run cinemas commercially. In other words, a publically financed cinema will be able to provide quality and a varied offer even when the market is too small for it. Such an offer will contribute to higher admissions. Another factor to consider here is the quality of the screening halls. It is thus possible to state that high admissions *may* be an indicator of a good offering, particularly in smaller markets. However, this must also be seen in relation to other variables, at the same time keeping in mind that high attendance is not a public service value.

In order to investigate correlations between admissions and market size, we have compared cinema-going cities with the same level of admissions⁶

in Norway, Sweden and Denmark⁷. In these figures some interesting differences appear (Table 1).

It is difficult to establish what the actual market for the cinemas in a city is since many cities attract considerable audiences from the neighbouring municipalities. The number of inhabitants in a given municipality will, therefore, often be different from the actual potential audience base of a cinema. For example, the Oslo Cinemas estimate that 25 per cent of its audience is from neighbouring municipalities (Oslo kinematografer, 1997). For this reason the figures after the decimal cannot be given too much importance. Still, there are some clear tendencies.

In Norway the figure is falling with the size of the city, but so that all the included cities are above the national average. It is quite clear, therefore, that the admission figure for small municipalities is the factor that presses the national average down. In Sweden and Denmark the tendency is the same – the smaller the cinema-going city, the lower the per capita admissions.

When comparing the countries, the admission figures for the capitals are more or less the same⁹, admissions in Oslo being slightly below that of Copenhagen and Stockholm in 1998, whereas in 1996 it is on fairly the same level. Explanations for the differences in the national admissions statistics are thus not found in the figures for the capitals.

The big divide comes with the remaining cinema-going cities. For big cities as well as medium-sized cities admission figures are considerably lower in Sweden and Denmark than in Norway. Here we may expect to find an explanation for the high average admission figures for Norway. Even if the figures are based on only a few cinemas, there is no reason to assume that they should not be typical for the country as a whole. We have taken care to

Table 1. *Cinema Admissions per Capita*⁸

	National 1998	Capital ^a 1996	1998	Large town ^b 1998	Medium town 1998
Norway	2,61	6,1	5,5	5,4	4,5
Sweden	1,79	5,9	6,0	2,8	2,5
Denmark	2,08	6,7 ^c	6,1	3,2	2,4

a) Sources: Willbergh/Asbjørnsen 1998, *film&okino* 3A 1999. The Swedish Film Institute, The Danish Film Institute.

b) The figure here and that in the next column is taken from Igddun (2000). The large cinema-going cities surveyed are Trondheim (N), Malmö (S) and Odense (DK). The medium-sized ones are Drammen (N), Gävle (S) and Esbjerg (DK). Henceforth referred to as "The 1998 survey".

c) The figure is valid for the municipalities of Copenhagen and Fredriksberg, i.e. the central parts of Copenhagen. If one includes Gentofte (as is done in *Danmarks statistik*), the figure for 1998 is 6.1 visits per capita, bringing us even closer to the Oslo and Stockholm figures, (see *Danmarks statistik* 1999:3).

select typical cinemas, based on the available information. Naturally, certain background variables may have escaped our attention, but we assume that admissions in big cities and medium-sized cities in Norway are higher than in Sweden and Denmark.

There are several possible explanations for *why* admissions in Norway are higher than in Sweden and Denmark. One variable is the number of cinema screens. An increase in the number of cinema screens are quite likely to lead to an increase in admissions. We do have some evidence of that effect in our material: in Odense (DK) as well as in Malmö (S) large, new cinema centres were opened towards the end of 1998. This was visible in the admissions statistics for 1999 – admissions per capita increased from 2.8 to 2.9 in Malmö and from 3.2 to 3.5 in Odense. The increase in the number of screening halls thus leads to some increase in admissions, but this alone will hardly bring admissions figures in the Swedish and Danish cities up to the Norwegian level.

As mentioned above, in a public service perspective, access to cinemas is important. We may assert that in the Danish and Swedish cities in our survey there is equal or better access to screening halls and a higher number of seats than in Norway (see Willbergh/Asbjørnsen 1998, Igdun 2000). Lower admission figures are thus not a sign of lower level of access to cinemas. However, as we have stated above, diversified programming may contribute to explaining high admissions. In such a perspective, this will be a merit in favour of the public system: by providing an offer to all audience segments one attains higher admissions. To establish whether there really is such a correlation, we need to examine the film programming in the three countries. Repertoire is naturally a value in itself in a public service perspective.

Number of Films

The number of films released annually may be an expression for success in the public service goal called diversity; the higher the number of films the greater the diversity and options for the cinemagoers. A high number of film releases is also an advantage for the cinemas, which can choose between more titles, and have access to new titles to replace those which are not a success. The number of film releases has to do with the size of the production of national film and the size of import of film from abroad. In recent years, Norway has generally had a relatively equal number of film releases as Sweden, and lately considerably more than Den-

mark (see Kalkvik 1998, MediaSalles 1998a)¹⁰. In the same period there is also a tendency towards more film releases in Norway than in Sweden.

The reasons for variations in the number of film releases are complex, an essential element being demand: Denmark most probably has a lower number of new films than Norway and Sweden because of its lower number of screening halls.

We suggest a structural explanation for the higher number of film releases in Norway, though. Willbergh and Asbjørnsen (1998) showed that Oslo Cinemas had a somewhat higher number of *new* film releases than the cinemas of Copenhagen and Stockholm, but that those cities had a considerably higher number of different *titles* annually. Repertoire policy in Oslo thus gives priority to new releases, Oslo Cinemas having few re-releases. Since Oslo is the more important Norwegian market, with approximately one third of national gross box office, and it is the gate to the rest of the Norwegian market, one may assume that this repertoire policy stimulates import. The cinemas demand "fresh products" and the distributors comply. Films that do not attain satisfactory admission figures are immediately replaced with new films. This is an advantageous system for the cinema, because the losses for an unsuccessful film must be borne by the distributor. The advantage for the cinemagoers is, as mentioned before, more options in terms of number of titles. The disadvantage is that a film may be taken off the bill before the audience gets a chance to see it. The effect of the lack of special re-release cinemas in Norway (except Rock Cinema in Oslo) is that for cinemagoers, film clubs and cinematheques are the only remaining options to see films which have been taken off the bill in cinemas where they were originally released.

The Norwegian collective film agreement is an important reason for films being taken off the bill when admission figures are low. For most films the cinema pays rentals as a flat percentage, independent of audience figures. Swedish and Danish cinemas pay lower film rentals if the audience figures decrease, and therefore they are able to leave the film on exhibition for a longer time without losses, since they may keep a higher share of box office revenue. This obviously stimulates the cinemas to screen the films for a longer period. The collective Norwegian film rental agreement prohibits negotiations on levels of film rentals.

Another possible explanation for the higher number of new film releases in Norway may be that the film titles are given ample distribution in towns and districts across the country. A higher number of

screenings per title gives higher profits and is the basis for further imports. For this we still do not have exact figures. We do have figures, though, showing how many films are released in cinemas of different sizes in the three countries, which may give an indication of the size of the market for imported films in cities of different sizes in the three countries (Table 2).

Concerning the capitals the situation is as stated above: Copenhagen and Stockholm have a higher number of different film titles, whereas Oslo has a higher number of new films. Coherence is good between the national figures given earlier on and the number of new releases in the three cities. We may assume a pattern in which Oslo has the highest number of new releases, Stockholm is second and Copenhagen third. The size of the differences and what counts more for cinemagoers may only be roughly estimated. The Oslo audience has 30 more new title options than that of Copenhagen and ten more than in Stockholm. There is, thus, greater diversity in *new* titles. Conversely, the new titles will probably be kept in exhibition for longer in Copenhagen and Stockholm, and the total number of title options will be higher¹¹.

Looking at the large cities, differences are small. It is, therefore, problematic to explain differences in audience frequencies with the number of films. The offer to the audience in terms of number of titles seems to be fairly equal in Trondheim (N), Odense (DK) and Malmö (S). In the medium-sized cinemas in the 1998 survey differences are considerable, and the same tendency is present in the 1996-survey figures. We note that Drammen in Norway may be compared with the considerably larger cities Odense (DK) and Malmö (S) in terms of number of titles.

Also, the number of titles is higher in Norway for all categories outside the capitals.

There is a clear tendency of high consumption of titles in Norwegian cinemas. The difference from Sweden and Denmark increases in inverse ratio to the size of the city. The high consumption of titles supports our hypothesis that the high number of releases in Norway may be ascribed to a high demand for new films by the cinemas. The competition between the import agencies implies that this demand leads to higher import.

In relation to the number of titles it is also remarkable that in the 1998 survey, Norwegian large and medium-sized cities show considerably higher admission figures per capita than Swedish and Danish ones. In short, the Norwegian cities of Trondheim and Drammen have attendance levels and title offers which in Denmark and Sweden are limited to larger cities.

The Repertoire

In a perspective of public service not only the number of titles is important, but also *what kind* of films are exhibited in terms of diversity of the repertoire as well as its quality. In several surveys we have compared the repertoires of Norwegian, Swedish and Danish cinemas in order to uncover what kind of films are offered.¹² As our point of departure we have taken the country of origin of the film, which is used in most contexts for the classification of film repertoire. One may object that country of origin does not express anything about quality, and that the quality of American film may be as good as or better than European film. Yet, films that are not American will more often be imported because of

Table 2. *Number of Different Titles Exhibited in Different Cinemas/Cities in Norway, Sweden and Denmark*

	Capital 1996 ^a	Large town 1998	Medium town 1998	Medium theatre 1996 ^b	Small theatre 1996
Norway	248 (213)*	237	211	156	93
Sweden	321 (203)	219	154	**	**
Denmark	358 (183)	229	122	131	65

a) The figure here, and those of the following tables are taken from Willbergh/Asbjørnsen, 1998.

b) The figure here, and those in the next column are from Aanes 1998. The surveyed medium-sized cinemas are Mo i Rana (N), Aveny (in Skellefteå, S) and Gladsaxe Bio (DK). The small ones are Nes (N), Stjärnan (in Torsby, S) and Tisvilde (in Tisvildeleje, DK). The comparison has been made between cinema companies with comparable audience sizes and not between cities.

* The number of new releases in parenthesis.

** The figures are not comparable since there is more than one cinema in the municipality.

Table 3. *American Film in Percentage of Total Number of Titles*

	Capital 1996	Large town 1998	Medium town 1998	Medium theatre 95-96	Small theatre 95-96
Norway	55	51,1	52,6	51	53
Sweden	45	59,4	67,5	65	58
Denmark	57	49,3	70,5	45	49

their quality, often by means of public support, than American ones. US films are more often than other films commercial genre films, which primarily are made for reasons of profit. Admittedly, American film is wide-ranging, including everything from art film and independent-films, to films awarded with Oscars – dramas and action films with huge budgets.

Another reason for basing the analysis on nationality is that American films dominate cinema repertoires and that they are the films that traditionally become blockbusters. Therefore, most European nations in their cultural policies have as their goal to limit the share of American film, a fact that is also true in the Scandinavian countries. The share of American titles that are imported and exhibited in cinemas is interesting both with regard to commercialism and cultural policies (Table 3).

This table does not show any particular national pattern concerning which country offers more American film. The stability in the Norwegian film offer regardless of the size of the cinema theatre is noteworthy, though, all cinemas carry between 51 and 55 per cent American films.

Apart from this, Norway and Denmark are fairly similar in four of the categories, whereas the Danish medium-sized cinema theatre in the year 1998 (Esbjerg) is remarkable for its high share of American titles. This probably has a structural explanation. Odense (DK) has an art cinema to supplement the city's repertoire offer, which Esbjerg does not. The medium-sized Danish cinema theatre in the 1995-96 survey (Gladsaxe) carries a share that is below average. This is, however, a municipal cinema on the outskirts of Copenhagen, and is thus some-

what atypical for medium-sized Danish cinemas in general. The small Danish cinema in the 1995-96 survey is managed by a volunteer organisation. Differences in structure and in the organising of cinemas make the material too diverse to draw general conclusions on cinema categories in Denmark.

The table also shows that Sweden has a very high share of American titles in all categories except the capital, where it is very low. There is thus a clear tendency that the film offer outside the capital in Sweden is more dominated by American film than in Norway and Denmark.

The figures do not allow us to conclude that Norway has higher attendance due to more emphasis on American audience-friendly films. The share of such films is more or less equal to that of Denmark and lower than that of Sweden, with the deviations that we have already commented above. However, the total number of film titles exhibited in Norwegian cinemas is higher than in Sweden and Denmark, meaning that Norway does not have a smaller offering of American film. The number of titles and the share of American film must be seen in relation to each other.

In a cultural policy perspective, the share of national film in the cinemas is an important element. Supporting national film is, however, not a public service value in itself. If it is used, the national element must be seen in relation to arguments of variation and quality. This is a discussion we cannot address here. The essential thing is that national film is present in the cinema repertoire. In the next section we shall look into its presence in the surveyed Scandinavian cities.

Table 4. *National Film in Percentage of Total Number of Titles*

	Capital 1996	Large town 1998	Medium town 1998	Medium theatre 95-96	Small theatre 95-96
Norway	9	8,9	9	10	15
Sweden	19	12,8	11	13	14
Denmark	10	13,5	13,1	15	13

A striking feature of table 4 is the weak position of Norwegian national film, especially in larger cinemas. Naturally, this is a result of Norwegian film production being relatively small. Production also varies to a considerable extent from year to year to the extent that it is difficult to draw general conclusions across the years of our survey. If it is a goal to increase the share of national film, this can only be done by increasing production, since Norwegian cinemas screen most Norwegian films that are made. Norwegian cinemas also carry many national film as re-releases (Kjelstrup 2000).

In other Scandinavian countries, the ‘share of Nordic film’ is a less used category for the classification of the film repertoire. We consider this to be an important category, however, due to the general public service goal of variation as well as due to the fact that, in relation to film, the Scandinavian countries culturally and as a market, are quite uniform. An important goal in cultural policies has also been to present films from one Scandinavian country to other Scandinavian countries.

One very obvious feature of table 5 is the high share of Nordic film in Norwegian cinemas. Compared with the other Scandinavian countries it is twice as high in the capital and three times as high in large and medium-sized cinema-going cities. Here there is a clear Norwegian tendency towards prioritising Nordic film. This may possibly have to do with the low share of Norwegian national film which is “compensated” with a high number of films from other Nordic countries. Norwegian national film not being strong on the home market is probably equally weak in the other Scandinavian countries. Even if we have not made exact calculations here: a very low share of the category Nordic

film in Sweden and Denmark is likely to be Norwegian film, a fact that is naturally disappointing from a Norwegian point of view.

An important category with regard to cultural policies is the share of other European film. It has been a pronounced goal for Norwegian cinemas to increase this share. Considerable effort and capital is spent also within various EU programmes to encourage European film in European cinemas.

Whereas European film is more or less equally represented in the capitals, there is great variation between the cinemas and within the categories of cinemas in those countries. Denmark has the highest share in three of the categories, particularly high in Odense, which is due to special concentration on European film in its art cinema. Apart from this, there are no other clear tendencies apparent in the table.

‘Other film’ is a category comprising film from Asia, Africa and Latin-America, and also Australia and New Zealand. With the exception of Australia, these are marginal areas in the cinema market all over Europe.

Here variations are also small, and the divide does not follow national borders. The particular score for Odense is due to special campaigns on exhibition of films from “the South” offered to Danish art cinemas.

Despite the differences we did find in the cinema repertoire, the main tendency is still similarity. All cinema repertoires are dominated by American film. European, Nordic and national film have lower shares, whereas other types of film are marginal. The figures here also give no reason to assert that Norwegian cinemas are more “public service” than Swedish and Danish ones. We found significant

Table 5. *Nordic Film in Percentage of Total Number of Titles*

	Capital 1996	Large town 1998	Medium town 1998	Medium theatre 95-96	Small theatre 95-96
Norway	8	15,2	13,3	10	13
Sweden	4	5	3,9	4	3
Denmark	4	3,1	4,1	8	8

Table 6. *‘Other European Film’ in Percentage of Total Number of Titles*

	Capital 1996	Large town 1998	Medium town 1998	Medium theatre 95-96	Small theatre 95-96
Norway	24	15,6	16,6	24	16
Sweden	26	15,5	11	15	20
Denmark	23	21	8,2	26	23

Table 7. 'Other Film' in Percentage of Total Number of Titles

	Capital 1996	Large town 1998 ^a	Medium town 1998	Medium theatre 95-96	Small theatre 95-96
Norway	24	15,6	16,6	24	16
Sweden	26	15,5	11	15	20
Denmark	23	21	8,2	26	23

variation between the categories of cinema-going city sizes, however, but only a more comprehensive survey will show whether Norwegian medium-sized cinema-going cities generally have a broader repertoire than those of Sweden and Denmark.

The Norwegian cinemas, carrying a lower share of American film compared to Swedish and Danish cinemas, still show higher admissions despite the fact that American films are regarded as more audience friendly. However, the figure for the share of titles does not express how many times each title is screened, nor which films the spectators actually see. There is, therefore, a possibility that the high Norwegian audience figures may still come from our watching many American films. We will discuss this further in the next section.

Market Shares in Norway

The distribution of titles seen in relation to national categories expresses which films the audience has the possibility of seeing, but does not to the same extent reveal their priority in the cinemas and attendance. The number of shows is an indicator for the priority in the cinema, since it discloses whether the title has been screened several times. Gross box office figures or audience figures show the types of film which attract an audience. For this there are, unfortunately, no national, Norwegian statistics. As a result, we can only make limited comparisons between market shares in Norwegian, Swedish and Danish cinema-going cities. Let us therefore look

into some available Norwegian national figures before making comparisons with Sweden and Denmark (Table 8).

Some clear tendencies are discernible. American film has a higher share of the total number of shows than the total number of titles. Each title is, thus, exhibited more often and thus for a longer time than other types of film. For Oslo and Kristiansand we also find a very clear tendency that profit is higher than what the number of shows should indicate. This is mainly because these films attract a larger audience per show than other films¹³. American film thus has a higher share of number of shows and turnover than suggested from the number of titles. More than 70 per cent of turnover for these two cinemas comes from American film.

The town Hønefoss is an interesting exception. The share of titles and shows of American film is much higher than in Oslo and Kristiansand, but the share of gross box office for the films is lower. This is probably due to the fact that Norwegian film was quite successful in Hønefoss, where particularly the box office hits *Gurin with the Foxtail* and *The Olsen Gang's Final Mission* took the market share from American film. These films were also exhibited in Kristiansand, but here Norwegian film was unable to gain the same market share. We do not possess statistical evidence for the possible existence of a general tendency for Norwegian film to be more successful in smaller cinemas.

Concerning Norwegian film, the tendencies are also complex. In all three cities, Norwegian film has

Table 8. *The Relationship Between Titles, Number of Shows and Gross Box Office in Three Norwegian Cinemas. All Figures in Percentage of Total Number/Sum*

	Oslo 1996			Kristiansand 1998-99			Hønefoss 1998-99		
	titles	shows	gbo	titles	shows	gbo	titles	shows	gbo
USA	55	61	71	52	59	73	66	70	65
Norway	9	11	7	9	14	11	9	14	24
Europe	24	17	9	21	12	6	9	6	2
Nordic	8	9	9	13	11	7	10	5	6
Others	5	2	1	5	4	2	6	4	3

a higher share of the number of shows than what their share of titles predict. This indicates that cinemas prioritise Norwegian film, exhibiting each title more often. In Oslo and Kristiansand the share of gross box office is also lower than the share of screenings, which indicates that these films are given more screenings despite low admissions. In Hønefoss, however, the gross box office share for Norwegian film is very high (as much as 24 per cent), implying that revenue on Norwegian film is high, which in itself is a reason to keep exhibiting them.

Screening European film is not very profitable for any of the cinemas especially compared with American film: a considerable number of titles are launched, but many turn out to be failures and are taken off the bill after only a few screenings. In Oslo, Nordic film shows a better balance between number of titles, share of screenings and attendance/earning power. In Kristiansand and Hønefoss, however, there is a clear tendency for Nordic film to be given a lower number of screenings and having a lower share of admissions than what may be expected from the share of titles.

These Norwegian figures disclose that Norwegians are very fond of American film, and that there is little coherence between what the cinemas screen and what is actually seen. It is therefore interesting to note that the surveyed cinemas display quite a number of films with limited market potential. This may indicate that Norwegian cinemas feel a public service obligation to have a broad repertoire. All the screening halls in multiplex cinemas could have been filled with audience friendly films, but this is not done. One might of course ascribe this fact to market considerations: to attract wider audience groups than just young people it is necessary to offer a certain share of film with appeal to a "grown-up" audience. This is a way, then, of expanding the cinema's audience base.

The question remains, though, whether the above scenario is actually an effect of the public, municipal system. Do Norwegians watch fewer American films than Danes or Swedes? We do not have figures for the relationship between repertoire and market shares in single cinema theatres in the Scandinavian countries. Instead, we must study the national figures.

Market Shares in the Scandinavian Countries

As mentioned above, with the exception of Norwegian film, there is no registration of admissions and gross box office in relation to the film's country of origin. Thus, it is not possible to compare with European figures for the audience distribution between American, European and other films.

Our material is sufficient, though, to make an estimate for 1998. Figures from the Association of Norwegian Film Agencies (Norske Filmbyråers Forening), shows that for film rental, American film had a share as high as 82.2 per cent in 1998¹⁴. This was a year in which the market share for American film increased considerably in Europe because of the blockbuster *Titanic*, and the figure shows how important American films are for distributors. The percentage of revenue in cinemas is somewhat lower, blockbusters being more expensive to rent than other films.¹⁵

We have made the following comparison with Denmark and Sweden based on estimations for Norway and figures given by Media Sales:

The figures for market shares (Table 9) differ most significantly for national film. We regard the weak position of national film in Norway, compared to that of Sweden and Denmark, as the more important explanatory factor. Norway's film production is low compared with that of Sweden, which in average produces almost twice as many films as Norway (23.8 in average in the last ten years against 12.3 in Norway). In Denmark, however, only a few more films are produced (14.2 in average) and these have a much higher market share.¹⁶ Kalkvik (1998) gives figures supporting the argument Danish more often go to see national film in their cinemas. Whatever the reason, Norwegian film has a relatively weak position on the home market.

The share of European film is somewhat higher in Norway than in Sweden and Denmark. This is perhaps because of the number of other Nordic films. We have already seen that Norwegian cinemas screen many more Nordic titles than their Swedish and Danish counterparts. If we look at the figures in Table 8, Nordic film in Norway has a higher share of gross box office than other European

Table 9. *National Market Shares for Film with Different Countries of Origin in 1998*

	National	USA	Europe	Others
Norway	8	80*	11*	1*
Sweden	14,6	76,1	8,6	0,7
Denmark	12,8	77,8	9,1	0,4

film. We do not have figures for the market shares of Nordic film in Sweden and Denmark, so exact comparisons are impossible. Still, it is tempting to assume that Nordic film in Norway takes some of the market shares that Norwegian film hypothetically could have had. In other countries in Europe it is also primarily the *national* film that causes the largest variations in market shares.

The market share for American film is highest in Norway. Here we need to adjust figures for the weak position of Norwegian national film, so that with a stronger position of national film the share of American film would probably have been lower (see the example of Hønefoss). It is still remarkable that out of 10 Norwegian kroner spent by ticket buyers, 8 kroner were spent on American films, and that this share is higher than in Sweden and Denmark. Norwegian cinemas offer a variety of titles from other nationalities, in most cases more than the other countries, but these are not the films cinemagoers come to see. This is particularly so in a year with blockbusters like *Titanic*.

To summarise this, we may say that market share for American, European and other film is very similar in the three countries if we adjust the figures for the amount of national film. Norway is first and foremost different with regard to its low share of national film.¹⁷ Whereas Norwegian cinemas offer the highest number of titles, the American films are the ones cinemagoers choose to see, just as in other Scandinavian countries. The difference is that in other countries, national film has the possibility to take considerable market shares from the American film. As we have seen above, the low Norwegian figures are not due to lack of priority in the cinemas.

It is arguable whether low market share is a problem in relation to public service. To screen national, European and other films despite their low market share may be taken as an indication that these films are prioritised in order to expand the repertoire. Still, in terms of cultural policies it is puzzling that there are few visible results from this prioritising, especially since these films are also the recipients of support from various public support systems.

Summary of the Findings

To conclude, we can say that concerning the general structure of the repertoires, there is great similarity between Norwegian, Danish and Swedish cinemas. In all three countries, American films dominate what is offered. Concerning the number of film titles we have found that the Norwegian cinema cities

generally carry a higher number of titles on their repertoire during one year than those of their neighbouring countries. This is a tendency which increases markedly when comparing smaller towns like Drammen (N), Esbjerg (DK) and Gävle (S). When looking at the share of American film, the repertoire survey shows that this is greater in the smaller towns of Sweden and Denmark compared to corresponding towns in Norway. Another difference is the position of Nordic film. In Norway, films from the neighbouring countries have a larger share of the repertoire than in Sweden and Denmark.

Concerning national film we see that Norway scores lower than Sweden and Denmark. In other words, the position of Norwegian film is weaker than that of Swedish film in Sweden, and Danish film in Denmark. There is no reason in our material to believe that this is due to Norwegian films not being prioritised by Norwegian cinemas. On the contrary we find that cinemas in Norway give Norwegian film a rather higher number of viewings when taking into account the audience figures. An obvious difference is that the number of productions is lower in Norway, but it seems clear that Norwegian film does not enjoy the same popularity as Danish and Swedish film with their respective home audiences.

Concerning what the audience chooses to see in a cinema, we have found that preferences are fairly similar in the three countries. The cinema audience spends about 8 out of 10 cinema crowns (monetary unit of the Scandinavian countries) on American film in Norway as well as in Denmark and Sweden. European film (including Nordic film) has, however, a higher share of the market in Norway than in the neighbouring countries. This variation between countries is due to national film having a weaker position in Norway, which gives space for a higher share of other European film.

Finally, we point to the fact that Norway has higher audience figures per capita than Denmark and Sweden. This difference is particularly accentuated outside the capitals Oslo, Copenhagen and Stockholm.

Based on the results of our study, we believe it is possible to see what may be termed a "public service effect" of the Norwegian municipal cinema system. This effect becomes more visible outside the capitals, where the Norwegian cinemas carry a higher number of titles and have a more heterogeneous repertoire than their Danish and Swedish counterparts. The dominance of American film outside the capitals is also weaker in Norway, a fact that also indicates the existence of such an effect.

We conclude that in Norway the cinemas offer more variety in their repertoires, thus providing their audiences with more options and that this stems from a public service effect pertaining to the organisational structure of the Norwegian cinema system.

Conclusions

In this article our first ambition was to explain why the particular unique Municipal cinema system was established in Norway. To do this we borrowed the concept of "public service" from the field of broadcasting research. We hope to have shown that similar arguments were used for establishing the public, municipal cinema system, as for the establishment of public radio and television. The concept of public service also proved to be fruitful in analysing how the legitimacy of the Norwegian cinema system changed according to the modifications in the more general cultural policies. We therefore conclude this part of our investigation with the observation that the modern concept of public service in cinema policies is now similar, if not the same, as in broadcasting, the main elements being equal access, quality and diversity.

The second part of our project was to investigate the "performance" of the public service cinema system according to the modern definition of public service. We did this recognizing that as such a system cannot survive for ideological reasons alone, it

would at some point have to prove that it delivers what it promises. Through comparative studies, mainly with the other Scandinavian countries, we found great similarities between public and private systems. However, we found that the Norwegian cinemas had a somewhat better offer of films from a public service point of view; thus being more diversified, and allowing for a greater choice for the audience.

It is not certain, however, that a system that has proved to be effective and useful in the past will survive in the future. The wider "mega-trends" of economy and technology may doom this system as out-of-date, or even unfashionable. The system might die due to ideological reasons. The current tendencies of privatisation of the Norwegian system has led to great confusion among the players. The old owners – the municipalities – are trying different ownership models to meet this new situation. Some municipalities have lost a significant amount of money in this process and others have big problems making up their mind what to do. Given this state of uncertainty, we do not want to make too many speculations about what will happen. The system might collapse, it might survive in a slightly modified version, or it might change more profoundly. What one might hope for – if we are allowed to be somewhat normative here – is that some of the public service values we have identified will still survive.

Notes

1. Today the organisation is called Film og Kino (Film and Cinema).
2. The private film and cinema business reacted to the emerging municipalisation with an attempt to block access to films for the municipal cinemas in 1919. The boycott was a failure, and after some months cinema distribution returned to normal. See Evensmo, 1967.
3. See Asbjørnsen and Solum, 1998.
4. Tromsø kommunale cinematograf gjennom 35 år (Tromsø Municipal Cinema through 35 years), Tromsø 1951.
5. Net revenue is estimated to NOK 17,250, based on figures from the municipal cinema in the town Notodden.
6. The basis for our comparison is thus the number of people in the cinemas (actual attendance) and not the size of the market ("potential attendance").
7. The problem in establishing what is the actual potential audience for a cinema, and in using the population in a municipality as the basis for it, has been discussed in Kjelstrup 2000. We still find that the figures give good indication of a pattern in admissions frequencies in relation to cinema and market sizes in the three countries.
8. The number of sold tickets divided by the number of inhabitants in the country/municipality on 1 January of the given year.
9. For a discussion of the computation basis we refer to Willbergh/Asbjørnsen 1998.
10. There is a certain amount of uncertainty also in these figures. The Norwegian figures are based on the number of films censored by The Norwegian Board of Film Classification in the given year. Due to changes in age limits releases must be re-censored and are therefore included twice in the statistics, which is not the case e.g. in Sweden. In addition, from 1998 IMAX films are included. Sometimes there is no distinction between import and release, so that also national films are included in "import" figures (e.g. in Kalkvik) A more thorough study,

over a longer time-span, is needed to make hypotheses on the reasons for a possible higher number of film releases in Norway.

11. This is an assumption, since we do not have figures for average exhibition time for new titles in a cinema. But the relationship between the number of titles and number of releases makes the assumption probable: the titles that are not releases must be older films.
12. We have used the titles that are actually screened, without discerning between releases and re-releases. We have not included national figures, partly because they are non-existent for Norway, partly because where they exist, they are based on different estimation methods (number of films imported, censored, shown, number of releases, etc.)
13. Due to variations in ticket prices there is a difference of 1-2 per cent between the audience share and the share of turnover for American film.
14. The figure is the one reported to MediaNorge, University of Bergen, see URL: <http://www.medienorge.uib.no/>
15. The film rental (i.e. the distributors' share of gross box office revenue) is calculated on a model in the film rental agreement. See Kalkvik 1998 for a description of it. Due to the complexity of the calculation model it is difficult to assess exactly the difference between the share of revenue for the distributors and that of the cinemas.
16. In 1999 Denmark had a market share of no less than 27% for national films.
17. We presume that these figures are more reliable than the estimations made in Kalkvik (1998), which we think calculate a far too low market share for American film in Norway. An inquiry made to the European Audiovisual Observatory on their method of calculation disclosed that for several years the share of titles had erroneously been used as basis for the Norwegian figures.

Literature

Asbjørnsen, Dag & Solum, Ove (1998) Public Service Cinema? On Strategies of Legitimacy in Policies for Norwegian Cinema, *Cultural Policy*, 2/1999.

Asbjørnsen, Dag & Solum, Ove (1998) Public service-kino? Legitimeringsstrategier i norsk kinopolitikk, *Norsk Medietidsskrift*, 1.

Asbjørnsen, Dag & Solum, Ove (eds.) (2000) *Det norske kommunale kinosystemet. Legitimeringsstrategier og filmrepertor*. Universitetet i Oslo: Institutt for medier og kommunikasjon. (Rapport nr. 39)

Bjørkås, Svein & Mangset, Per (ed.) (1996) *Kunnskap om kulturpolitikk, Urviklingsstrekk i norsk kulturpolitikkforskning*. Oslo: NAVF. (KULTs skriftserie nr. 56)

Bächlin, Peter (1977, 1945) *Filmen som vara*. Lund: Cavefors.

Contardo, Irene & Mortensen, Truls (1996) *Kino – privat eller kommunal?* Bergen: Norges Handelshøyskole.

Clemet, Kristin (1998) Forskning, *Film og kino* nr. 4, Oslo.

Dahl, Hans Fredrik (1975) *Hallo – hallo, Kringkastingen i Norge 1920 – 1940*. Oslo: Cappelen

Danmarks Statistikk: *Uddannelse og kultur Statistiske efterretninger* 1993: 3.

Engh, Arnljot (1969) Synspunkter på kommunal kinodrift nå og i fremtiden, *Film og kino* nr. 5, June/July Oslo.

Evensmo, Sigurd (1967) *Det store tivoli*. Oslo: Gyldendal.

Grønnestad, Dag (1996) *Filmdistribusjon i Norge*. Universitetet i Bergen: Institutt for medievitenskap. (Rapport nr 4)

Kalkvik, Arild (1995) *Hjelp, vi ser på filmleieavtalen*. Bergen: S.n.

Kalkvik, Arild (1998) *Fire kinomarkeder i en sammenhengende studie*. Utredning for Kommunale kinematografers landsforbund.

KKL (1976) *Kinoen i dagens samfunn*, Oslo.

Mangset, Per (1992) *Kulturliv og forvaltning*. Oslo: Universitetsforlaget.

Mehlum, Jan (1995) Det norske kinosystemet. Børs eller katedral, *Z* nr. 2, Oslo.

Mehlum, Jan (1996) Kinosystemet under press, in Bjørkås & Mangset (red.) *Kunnskap om kulturpolitikk*. Oslo: Norges Forskningsråd.

MediaSalles (1998a) *European Cinema Yearbook 1998*. Milano: MediaSalles.

MediaSalles (1998b) *White Book of the European Exhibition Industry*, Vol 2 1998b, URL: <http://www.mediasalles.it/whiteboo/wboo/wbvol2htm>.

Mortensen, Frands (1993) *Den danske biografsektor*. Aarhus. (Report for Media Salles).

NOU 1978:41: *Import og distribusjon av spillefilm*. Oslo (Green Paper)

Oslo kinematografer (1950) *Oslo kinematografer gjennom 25 år*. Oslo.

Oslo kinematografer (1997) *Strategiplan 1997-2001*. Oslo.

St.meld. nr. 17 (1981-82) *Filmen og samfunnet*. (White Paper)

St.meld. nr. 21 (1983-84) *Film i mediesamfunnet*. (White Paper)

St.meld. nr. 61 (1991-91) *Kultur i tiden*. (White Paper)

St.meld. nr. 32 (1992-93) *Media i tida*. (White Paper)

Syvartsen, Trine (1990) Kringkasting i 1990-åra: hvem er mest public service? in Carlsson, Ulla (red) *Medier, Människor, Samhälle*. Göteborg: Nordicom.

Syvartsen, Trine (1992) *Public Television in Transition*. Oslo: NAVF.

Vesteheim, Geir (1995) *Kulturpolitikk i det moderne Norge*. Oslo: Samlaget.

Willbergh, Ilmi & Dag Asbjørnsen (1998) *En kino – flere biografer: struktur og repertoar hos de skandinaviske hovedstadskinoene*. Universitetet i Oslo: Institutt for medier og kommunikasjon.

With, Anne-Lise (1992) Kvalitetsfilm og norsk kinopolitikk, *Levende bilder* nr 3/92, Oslo: NAVF

Aas, Nils Klevjer (1994) *Municipal Cinema 1910-1925: Building a Unique Exhibition, Levende bilder*, Oslo: NAVF.

Aanes, Guttorm (1998) *Repertoaret ved 6 små og mellomstore kinoer i Norge, Sverige og Danmark*. Universitetet i Oslo: Institutt for medier og kommunikasjon.

Kommunikasjon, IKT, medier (KIM)

Innstilling om et forskningsprogram fra et utvalg nedsatt av Området for Kultur og samfunn, Norges forskningsråd

KNUT LUNDBY, KRISTIN BRAA, KIRSTEN DROTNER,
TRINE SYVERTSEN, BJØRN SØRENSEN, JOSTEIN HÅØY

Planutvalget for programsatsingen 'Kommunikasjon, IKT, medier' (KIM) la den 6. mai. 2002 frem sin innstilling.

Forslaget er utformet med sikte på å anlegge perspektiver og temaområder som skal kunne være åpne for ulike konkretiseringer innenfor IKT- og mediefeltet fra søkeres side.

Både IKT- og medieforskningen er brede felt. Utvalget har derfor, i samsvar med mandatet, forsøkt å formulere problemstillinger som er felles for de to områdene. Dette innebærer at det er store deler av IKT- og medieforskningen som ikke favnes av dette programforslaget, og som det derfor bør finnes andre muligheter for i Forskningsrådet.

Utvalget har hatt en stor oppgave på kort tid. Arbeidet ble påbegynt midt i mars 2002 og ble gjennomført med fire møter i løpet av seks arbeidsuker.

Prosess og mandat

Planutvalget for forskningssatsingen KIM ble oppnevnt for perioden 4. mars til 22. mai 2002 av Området for Kultur og samfunn i Forskningsrådet.

Mandatet

Planutvalget fikk følgende mandat:

"Arbeidsgruppen skal utarbeide et forslag til faglig grunnlag for satsningen 'Kommunikasjon, IKT, medier' (KIM). Forskningen skal være tverr- og flerfaglig. Det skal legges vekt på problemstillinger og perspektiver som er felles for de to områdene IKT og medier, særlig knyttet til konvergensfenomenet. Forskningen skal holde et høyt internasjonalt nivå, være langsiktig og gi grunnleggende bidrag til faglig utvik-

ling ved bl.a. teori- og begrepsutvikling. Forskningen skal også være handlingsorientert og gi bidrag til politikkutforming og offentlig debatt, organisering og regulering av IKT og mediefeltet, samt kunne bidra til næringsutvikling.

Forslaget skal ivareta vedlikehold og utvikling av den kompetanse som er bygget opp gjennom de foregående programmene 'IT og samfunn' og SKIKT'. Forslaget skal ta utgangspunkt i programbeskrivelsen (februar 2002) og bygge på innspillet fra programstyret for SKIKT og innspillene fra medieforskningsmiljøene, samt de to notatene fra Syvertsen og Godø. Innstillingen skal omfatte følgende punkter:

- *En analyse av forskningsbehov på feltet og forskningspolitisk innretning (innenfor en antatt økonomisk ramme på ca 15 mill kr pr år over 5 år).*
- *Identifisering av de mest sentrale brukere og andre interessenter*
- *Vurdere forskningens forhold til praksisfeltet (utviklingsorienterte IKT-miljøer, medieproduksjon og journalistikk)*
- *Identifisere og vurdere forholdet til pågående og planlagt tilgrensende forskning i Norge*
- *Identifisere og vurdere internasjonal (primært nordisk) forskning på området, eventuelt med forslag til komparativ forskning"*

Utvalget

Planutvalget har hatt følgende sammensetning:

- Professor Knut Lundby, InterMedia, Universitetet i Oslo (UiO)/SKIKT (*leder*)

- Professor Trine Syvertsen, Institutt for medier og kommunikasjon, UiO
- Forskningssjef/førsteamanuensis Kristin Braa, Telenor FoU/Institutt for informatikk, UiO
- Professor Bjørn Sørenssen, Institutt for kunst- og medievitenskap, NTNU
- Professor Kirsten Drotner, Institut for Litteratur, Kultur og Medier, Syddansk Universitet

Avdelingsleder Jostein Håøy, Siemens Business Services/SKIKT har vært sekretær.

Mandatet og tidsfristen satte stramme rammer for utvalgets arbeid. Utvalgets forståelse av mandatet er gjenspeilet i disposisjonen og dens oppbygging. Planutvalget så som sin hovedoppgave å foreta en analyse av forskningsbehovet på feltet og identifisere hva som skal til for å være på høyt internasjonalt nivå. På denne bakgrunn argumenterer utvalget for innhold og angrepsmåte i forskningen (kap. 3). Tverrfaglighet og organisering tas opp (kap. 3.2), og utvalget har laget et forslag til hvordan KIM-problemstillingene kan presenteres for aktuelle søkermiljøer (kap. 3.3) og hvilke tilnærminger som anbefales for forskningen, herunder forskningens forhold til praksisfeltet (kap. 3.4). Planutvalget har også identifisert hvem som anses å være de mest sentrale brukere og interessenter til programmet (kap. 2.3).

Når det gjelder identifisering og vurdering av forholdet til annen forskning i Norge og internasjonalt, så har utvalget avgrenset dette til å gi en oversikt over noen forskningsprogrammer eller initiativer som anses å ha direkte relevans og betydning for KIM, og er av interesse for KIM-forskere (Kap. 4). Planutvalget har avstått fra å vurdere forskningen, da dette er en omfattende oppgave som det verken har vært mulig eller ønskelig å gjennomføre innenfor de rammer utvalget har hatt for sitt arbeid. Men utvalget vil bemerke at det er opparbeidet mange gode miljøer både i medievitenskapen og i den tverrfaglige IKT-forskningen, som kan bidra i en ny og større satsing på dette området.

Planutvalget hadde sitt første møte 13. mars 2002 og har hatt 3 halvdags møter samt et avsluttende møte 2. mai 2002.

Utvalget har hatt følgende grunnlagsdokumenter for sitt arbeid:

- Forskningsrådet: Programbeskrivelse KIM, februar 2002
- Programstyreleder Helge Godøs notat: KIM – forslag til nytt forskningsprogram, utkast 2, 24.1.2002

- Professor Trine Syvertsens notat med kommentarer til KIM-instillingen (Godøs notat), 21.1.2002
- Rådgiver Turid Markussen, Forskningsrådet sitt notat med oppsummering av innspill til sterkere satsing på medieforskning, 27.11.2001
- SKIKTs programstyre: Forslag til forskning om samfunnsmessige og kulturelle forhold i IKT-utviklingen – etter at SKIKT avsluttes i 2002, 15.10.2001
- Forskningsrådets IKT-forum: Forslag til strategi for IKT-forskningen, 28.9.2001
- Forskningsrådet: Store satsinger 2003 – innspill til statsbudsjettet for 2003, februar 2002

Forarbeider

Det er flere initiativer og prosesser som ligger til grunn for dette utvalgets forslag til innretning og satsing på et nytt forskningsprogram for kommunikasjon, IKT og medier.

For det første gikk Forskningsrådet sommeren 2001 bredt ut og inviterte medieforskningsmiljøene til innspill om en sterkere satsing på medieforskning. I invitasjonen ble SKIKT nevnt siden programmet har tematisk fokus på teknologisk konvergens på IT- og mediefeltet, på samspillet mellom samfunn og kultur og på teknologisk utvikling, noe som også er relevant for en satsing på medieforskningen. SKIKT har dessuten gitt støtte til medievitenskapelige prosjekter. Men i Forskningsrådets brev påpekes det at medieforskningen spenner videre enn dette. Miljøene ble derfor invitert til å gi innspill til innhold og struktur i en evt. satsing på medieforskning med forslag til overordnede forskningsområder og perspektiver. Det kom innspill fra miljøene ved universitetene og fra høyskoler med journalistikk- og medieutdanning, samt fra Norsk medieforskerlag. Gjennomgående peker innspillene på behovet for langsiktig kompetanseutvikling, tverrfaglighet og grunnforskning. Forslagene og innspillene fra medieforskningsmiljøene har vært viktige i utvalgets arbeid, men de er bredere og omfatter mer enn det mandatet som utvalget ble bedt om å arbeide ut fra.

For det andre har programstyret i SKIKT på eget initiativ utarbeidet et notat med en oppsummering og anbefaling om videreføringen av forskning om samfunnsmessige og kulturelle forhold i IKT-utviklingen når SKIKT avsluttes i 2002. SKIKT-programmet har bidratt til å videreutvikle flere tverrfaglige IKT-miljøer og lagt stor vekt på forskerutdan-

ning på området. Det er derfor gjennom programperioden lagt et fundament for en videre satsing. Resultater fra SKIKT vil utgjøre en relevant basis for nye prosjekter. SKIKTs programstyre foreslår at noen temaområder videreføres, men også at det tas initiativ til nye temaområder der kommunikasjon og medier i IKT i større grad vektlegges.

Forskningsrådet kom fram til at man ønsket å kombinere en videreføring av SKIKT med en satsing på medieforskningen. For å klargjøre dette nærmere ble Helge Godø, programstyreleder i SKIKT, og professor Trine Syvertsen, Institutt for medier og kommunikasjon, UiO, bedt om å gjøre et forberedende arbeid med å utarbeide et utkast til program-satsingen 'Kommunikasjon, IKT, medier' (KIM). Dette lå til grunn for programbeskrivelsen som ble vedtatt i områdestyret i februar 2002.

Forskningsrådet så imidlertid behov for ytterligere analyse og begrunnelse for satsingen, og besluttet derfor å nedsette et eget planutvalg for KIM. Denne rapporten er planutvalgets innstilling, og vil ligge til grunn for Områdestyret for kultur og samfunn sin beslutning om etablering av programmet og oppnevning av programstyre 22. mai 2002. Programstyret vil som sin første oppgave utarbeide programnotatet for satsingen, som så vil være grunnlaget for utlysingen.

Innledning

Digitaliseringen øker mulighetsrommet sammenliknet med tradisjonell, analog teknologi. Samhandling i arbeids- og hverdagsliv foregår i økende grad ved hjelp av IKT og digitaliserte medier. Dette bidrar til å skape nye former for innhold og anvendelser. Digitaliseringen har ledet til *konvergens*, lagt grunnlaget for nye digitale medier og uttrykksformer, og endret produksjon, distribusjon og bruk av tradisjonelle medier. Konvergens bringer brukere, produsenter, bedrifter, bransjer, og institusjonelle aktører nærmere hverandre. Planutvalget for KIM ser *konvergens* som den viktigste underliggende faktor som har skapt forutsetningene for slike endringer.

Mobilitet, med bedre muligheter for mobil kommunikasjon, og *globalisering* med fremveksten av verdensomspennende kommunikasjonsinfrastrukturer, endrer rammer og forutsetninger for kommunikasjon mellom mennesker. Det vokser frem nye uttrykksformer og måter å samhandle på. Samfunnsmessige, politiske og kulturelle strukturer og rammer utfordres. Og IKT veves inn i stadig flere sammenhenger i samfunnet, samtidig som det skjer store endringer i mediestructur og innhold. Vi er nå midt inne i en overgang fra tradisjonelle til digitale

medier, og samtidig skapes nye uttrykksformer gjennom teknologiske innovasjoner og innovativ bruk.

Konvergens kombinert med mobilitet og globalisering skaper store kunnskapsbehov og forskningsutfordringer. Det kreves utvikling av kunnskap om forholdet mellom kommunikasjon, medier og IKT. Det er nødvendig å søke etter nye begreper og forståelsesrammer. Dette gjelder på samfunnsnivå (makro), individnivå (mikro) og på organisatorisk nivå (meso). Denne forskningen kan bygge videre på resultater fra tidligere medie- og IKT-forskning.

Både medieforskningen og den tverrfaglige IKT-forskningen trekker på et bredt spekter av humanistiske og samfunnsvitenskapelige perspektiver. Begge er relativt nye felt med et visst preg av 'nybyggerånd'. Planutvalget ser behov for å kombinere perspektiver og metoder fra flere fag og disipliner for å sette begreper på og søke svar på de utfordringer som digitaliseringen og konvergensen skaper. Dette gir mulighet for å stimulere kvaliteten i forskningen og fremme den faglige integrasjonen i feltet.

Bakgrunn

IKT-feltet har gjennomgått en rivende utvikling, fra fokus på IT, til også å inkludere digital kommunikasjonsteknologi og etter hvert nye digitale medier og multimedier. Forskningen på samfunnsmessige og kulturelle forutsetninger for og konsekvenser av IKT, har sammen med medievitenskapen, bidratt til alternative og supplerende forståelsesrammer til den teknologisk orienterte forskningen, og utviklet kritisk kunnskap som har bidratt til samfunnsdebatten og politikkutviklingen innenfor medie-, telekommunikasjons- og IKT-området.

Det er bygget opp kompetanse og miljøer gjennom de foregående programmene 'IT og samfunn' (1992-1996) og 'Samfunnsmessige og kulturelle forutsetninger for IKT – SKIKT' (1997-2002). Og det er bygget opp medievitenskapelige forskningsmiljøer ved universitetene og høyskolene. Konvergens bidrar til en ny og videre integrasjon av den fler- og tverrfaglige IKT- og medieforskningen. Samtidig er det et ønske om å videreføre og øke kontakten og forskningssamarbeidet mellom de teknologiske og mer tverrfaglige medie- og IKT-forskningsmiljøene.

Politiske signaler

I den siste *Forskningsmeldingen* (St. meld nr 39 (1998-99)), som danner grunnlaget for gjeldende forskningspolitikk, er IKT-forskningen en av fire

prioriterte satsningsområder. Etter at meldingen ble behandlet i Stortinget har de politiske signalene vært at IKT-forskningen, også den som tar for seg samfunnsmessige og kulturelle aspekter, skal ha prioritet. Dette gjenspeiles også i tilleggsproposisjonen fra Bondevik II-regjeringen, for budsjettåret 2002. I Forskningsmeldingen heter det at "Det er behov for mer kunnskap om hvilke effekter og konsekvenser bruk av IKT har i et samfunnsmessig kulturelt perspektiv" (s. 90). Hittil har forskningsprogrammet SKIKT vært et slikt virkemiddel med et årlig budsjett på overkant av 13 millioner kroner. De politiske signalene er tydelige mht behovet for en videreføring av denne type forskning når SKIKT avsluttes ved utgangen av 2002.

Som en respons på de klare politiske signalene om å gi IKT-forskningen høy prioritet, etablerte Norges forskningsråd i 2000 et IKT-forum for å foreslå en opptrappingsplan for den norske IKT-forskningen. I forslaget til strategi for IKT-forskningen, som forelå høsten 2001, blir det pekt på at "Økt utbredelse og bruk av IKT reiser nye forskningsspørsmål i skjæringsfeltet mellom teknologi, humaniora og samfunnsfag. Både forutsetninger for og konsekvenser av IKT står sentralt./.../ I møtet mellom basis IKT og andre fag oppstår muligheter som kan legge grunnlag for nye anvendelser, eller det reises problemstillinger som krever flerfaglig perspektiv" (s.31). Ut fra dette anbefaler innstillingen en kraftig økning i grunnleggende og anvendt IKT-forskning, og en opptrapping av forskningen som tar for seg IKT-utviklingen i et samfunns- og kulturvitenskapelig perspektiv. Sentralt i dette er 'innhold' og anvendelser av IKT. Konvergens gjør at medievitenskapen og IKT-forskningen bør sees i sammenheng.

I Forskningsrådets budsjettinnspill *Store satsninger 2003*², fra desember 2001, blir IKT-forskning foreslått som et høyt prioritert område. Tema som 'E-samfunnet' og 'E-media' prioriteres høyt³. Det fremheves behov for tverrfaglig forskningsinnsats. Som begrunnelse for tema 'E-media' heter det: "Utvikling av nye typer "innhold" og nye medieformer (nye sjangre som spill og annen interaktiv underholdning) krever også tverrfaglig forskning om metoder, teknikker og verktøy" (s.20).

I den siste *Mediemeldingen* (St. meld nr 57 (2000-2001) – i yttingsfrihetens tjeneste. Mål og virkemidler i mediepolitikken) signaliserer Kulturdepartementet en mer "...samlet og målrettet forskningsinnsats på medieområdet", med større grad av konsentrasjon og kvalitet og med Forskningsrådet i en mer sentral rolle⁴. Kulturdepartementet ønsker å prioritere forskning som øker "...kompetanse og bevissthet i for-

hold til utsatte grupper som minoriteter og barn og ungdom", samt "...jevnlige undersøkelser av rikets tilstand med hensyn til informasjonsfrihet og informasjonstilgang".

Mange etterspør forskningsbasert kunnskap om hva mediene gjør med oss og med samfunnet. Med økende fokus på 'eInnhold' ventes etterspørselen å øke. Det er stor interesse for kunnskap om medier, mediebruk, nye digitale medier etter som nye programformater (eks. *Big Brother*) som kombinerer flere kanaler (tradisjonell TV, SMS, Internett, digital TV) brer seg.

Sentrale interessenter

Allmennheten, mediene og de politiske miljø nasjonalt og lokalt er interessert i kunnskap og innsikt i forhold som har stor betydning for samfunnsutviklingen, for arbeids- og hverdagsliv for den enkelte, og bidrag til den allmenne samfunnsdebatten. I kap. Politiske signaler har vi sett at de viktigste aktørene på 'eiersiden' til forskning omkring kommunikasjon, IKT og medier har store behov og forventninger. I første rekke er dette departementer med ansvar for IKT-, tele- og mediepolitikken: Nærings- og handelsdepartementet, Samferdselsdepartementet, Kirke- og kulturdepartementet. Konvergensutvalget⁵ identifiserte en rekke mediepolitiske utfordringer, og planutvalget antar det er behov for å utvikle mer innsikt i de spørsmålene som konvergens reiser. Men også departementer med ansvar for store brukermiljøer og satsing innenfor elektronisk forvaltning, som Arbeids- og administrasjonsdepartementet, har interesser og forskningsbehov på feltet. I statsråd Victor D. Normans redegjørelse om modernisering, effektivisering og forenkling i offentlig sektor for Stortinget 24. januar 2002 heter det at det blir etablert særskilte moderniseringsprosjekter, bl.a. knyttet til IKT i offentlig forvaltning og tjenesteytelse.

IKT-, telekommunikasjons- og medievirksomheter og deres interesseorganisasjoner antas å være interessenter til forskningsresultater på området. Disse er aktører innenfor felt som er i rivende utvikling, og der praksis og forskning kan være tett sammenvevd. For det første er det behov for mer innsikt i innovasjon, og hvordan bruk kan lede til innovasjon innenfor både IKT og medier. For det andre er eInnhold i vekst og ny innsikt vil være viktig i forhold til å utvikle en sterk innholdsnæring i Norge, jfr. Nærings- og handelsdepartementets "Strategi for elektronisk innhold – styrking av norsk innhold i elektroniske tjenester, 2002-2004" som ble lansert på SKIKT-konferansen 9. april 2002. For

det tredje trenger både IKT- og medievirksomheter ny kunnskap om samfunnsmessige og kulturelle forutsetninger for IKT og medier.

Forskningsmiljøene er ressurser som er tilgjengelige for alle interessenter. Det ligger allerede ressurser og mye kompetanse i forskningsmiljøene, men det er fortsatt behov for en større og mer systematisk integrasjon i tverrfaglighet. Også fagmiljøene nærmer seg hverandre som følge av konvergens. Noen miljøer er fortsatt under oppbygging, mens andre miljøer er etablerte og videreutvikler sin forskning, undervisning og forskerutdanning. Kvalitetsreformen i norsk utdanning og økende satsing på forskningsbasert undervisning gjør at utdanning og forskning innenfor dette området må gå hånd i hånd.

Hva vil den tverrfaglige IKT- og medieforskningen bidra til?

Behovet for videre forskning om kommunikasjon, IKT og medier i et kultur- og samfunnsperspektiv er forankret i flere hensyn som dels også kan være motstridende. De følgende momenter anses å være de mest sentrale:

Videreutvikle en generell kunnskapsplattform: For å få tilgang til og delta i den internasjonale kunnskapsutviklingen på IKT- og medier må vi ha folk i norske miljøer som har innsikt, kompetanse og kontakter. Dette forutsetter forskningsorganisasjoner og utdanningsinstitusjoner som kan skape slike eksperter og miljøer. Forskningsmiljøenes bidrag er nye teorier, metoder og begreper for å forstå endringer i samfunnet, og kritiske innspill som kan gi en bedre offentlig forståelse. Det er også behov for bedre samspill på tvers av disipliner gjennom tverrvitenskapelig forskningssamarbeid og mellom ressursene innenfor forvaltning, forskning og næringsliv.

Mer kunnskap om medienes rolle i samfunnsutviklingen: Det faktum at stadig flere samfunnsmessige prosesser og fenomener – fra demokratiske prosesser og kultur, til barneoppdragelse, sosialisering og pardannelse – i større grad blir *medieformidlede*, understreker nødvendigheten av mer kunnskap om medienes logikk, struktur, innhold og virkninger. Dette behovet blir ikke mindre ettersom flere medier tas i bruk og spiller sammen i formidling og samhandling. Konvergens setter andre rammer for medier og yringsformer, endrer tradisjonelle medier og skaper nye medier. Problemstillinger knyttet til offentlighet, yringsfrihet, demokrati, identitet, kriminalitet og vold, samt diskusjoner om nedbrytning av skillet mellom generasjonene, kjønn, etnisitet og mellom den offentlig og private sfære, er bare noen av de temaene

i samfunnsdebatten som setter medienes rolle i fokus. Journalistikkens vilkår og arbeidsformer endres. Den digitale utviklingen stiller nye krav til journalistikken både når det gjelder tekniske ferdigheter hos den enkelte journalist og profesjonsfaglige utfordringer på vesentlige områder som kildekritikk og etikk. Etter spørsele etter kunnskap om medienes rolle avspeiler seg i en stor offentlig interesse for medievitenskap og bruk av medievitere til å vurdere og kommentere ulike trekk ved samfunnsdebatten, IKT- og medieutviklingen.

Bidra til politikkutforming og offentlighet: IKT, medier og nye kommunikasjonsformer har etter hvert blitt en viktig faktor i politikkutformingen og den offentlige diskurs på de fleste samfunnsområder. Fordi utviklingen innen IKT og medier er så rask og formbar, er det behov for personer som kan formidle kunnskap inn i arbeid med politikk for IKT-utviklingen og ellers i det sivile samfunn. Denne kunnskapen må i økende grad kunne anvendes kritisk og proaktivt der IKT er en forutsetning. Den kan bidra til nye former for organisering av samfunnet og viktige samfunnsfunksjoner der bruken av IKT og IKT-baserte medier og informasjonssystemer er i støpeskjeen. Sentralt i all politikkutvikling er en åpen og offentlig kritisk debatt. Her har de vitenskapelige miljøene en særlig rolle, og kan advare mot lettvinde forenklinger, påpeke svakheter og bidra med ny viten.

Utvikling av eMedia og eInnhold: Det er en økende erkjennelse av at kunnskapsgrunnlaget om innholdet i IKT og medier er for svakt. Samtidig fremholdes 'innhold' som en viktig drivkraft for å oppnå økt tilgjengelig og båndbredde (jfr. Regjeringens Bredbåndstrategi og Handlingsplanen for elektronisk innhold). Her synes det å være et misforhold mellom hva som er samfunnsmessig ønskelig og hva som er realistisk. Dette omhandler et vidt spekter av problemstillinger – noen med store samfunnsøkonomiske implikasjoner, for eksempel i forbindelse med investeringer i kostbar kommunikasjonsinfrastruktur, eller knyttet til hvordan man skal kunne skape universell tilgjengelighet for brukergrupper med ulike forutsetninger. Forståelsen av 'innhold', prosessene og de institusjonelle rammene for å skape 'eInnhold' er utilstrekkelig i forhold til utfordringene og forventningene, og det er i liten grad kritisk refleksjon rundt dette.

Bidra til næringsutvikling: Teknologi-, produkt- og tjenesteutvikling innenfor IKT og medier er hurtig og dynamisk, men vellykket kommersialisering krever at samfunnsmessige og kulturelle aspekter bringes inn i tjeneste- og produktutviklingen. I IKT-næringen, mediebransjen og i alle andre sektorer

hvor IKT i økende grad tas i bruk, er det behov for et bredt spekter av kunnskap om IKT-utviklingen og strategisk IKT-kompetanse for at potensialet ved innføring av IKT-baserte løsninger til for eksempel elektronisk handel og forretningsdrift, skal gi forventet gevinst. Med økende globalisering av IKT-sektoren må IKT-forskningen også ha en internasjonal orientering.

Kunnskapsutvikling i samarbeid mellom næringsliv og akademien: IKT-forskning og medievitenskap er anvendte områder som kan tjene på stor grad av praksisorientering. Næringslivet innenfor IKT og medier er kunnskapsintensivt, og trenger et samspill med forskningsmiljøer, både i forhold til produkt og tjenesteutvikling, men også i forhold til markeds- og brukerforståelse. Gjennom samarbeid om kunnskapsutviklingen kan de vitenskapelige miljøene få tilgang til praksismiljøer, hente konkrete problemstillinger som det søkes løsninger på, i større grad få muligheter til empiriske studier, og samtidig får næringslivet formidlet sin erfaring og innsikt til forskningen og møter forskningens kritiske perspektiver. Dessuten finnes noen av landets tyngste forskningsmiljøer i næringslivet, eks. Telenor FoU.

Innspill til organisering og koordinering av IKT-, tele- og mediepolitikken: Dette er i seg selv en utfordring, da IKT-politikken spenner vidt fra nærings-, tele- og mediepolitikk til anvendelser, innhold og ivaretagelse av samfunnsmessige hensyn. Mens det tidligere var adskilte politikkområder for IKT, medier og telekommunikasjon, har digitaliseringen og konvergens ført disse områdene sammen og skapt en debatt mhp hensiktsmessig organisering og ansvarsdeling mellom myndigheter, bl.a. fordi feltene i økende grad griper inn i hverandre. Ulike land har valgt ulike modeller, og det er her behov for både komparative analyser og kritisk refleksjon som bidrag til debatten. Det er også behov for mer og ny kunnskap om hvordan IKT kan tas i bruk innenfor ulike samfunnsområder og behov for kritisk innsikt i forbindelse med utforming av politikk for utbredelse og bruk av IKT.

Forskningsbehov og forskningspolitisk innretning

Det skjer noe i kultur og samfunn når gamle og nye medier smelter sammen, når kommunikasjon og samhandling medieres digitalt, og når IKT tas i bruk på alle områder i hverdags- og samfunnsliv: når 'alle' får tilgang til og bruker PC, mobiltelefon og andre avanserte IKT-verktøy. Denne 'demokratiseringen' av IKT kombinert med sammensmelting av medier, telekommunikasjon og IT, såkalt konvergens, er en

prosess med rekkevidde langt utover det tekniske. Konvergensutviklingen utfordrer våre forestillinger om IKT, medier og kommunikasjon.

Konvergens og kommunikasjon

IKT fungerer ikke bare som 'verktøy'. Datamaskiner framstår også som medier for sosial og kulturell kommunikasjon. Mediene blir på sin side i økende grad digitalisert. Konvergensutviklingen gjør det naturlig å se forskningen på IKT og medier i sammenheng.

Konvergens er selve løftestangen i det forskningsfeltet som tegnes her. Digitaliseringen gir ikke bare muligheter til å regruppere biter av informasjon. Digitalisering og konvergens er viktige endringsfaktorer for sosiale og kulturelle mønstre og prosesser. Teknologisk konvergens må forstås i sammenheng med konvergens i økonomien, i samfunnets institusjoner og organisasjon, i kompetanse- og kunnskapskrav, og i samhandling og kulturytringer.

Konvergens kan like gjerne forstås nedenfra, ved at medienes estetiske uttrykk nærmer seg hverandre og gjennom dagliglivets handlinger og fortolkninger, som i samfunnets makroforhold. Motstykket til konvergens er divergens og fragmentering. Aktører, markeder og teknologier smelter sammen, men digitaliseringen legger samtidig grunnlag for divergens i artikkelasjon og bruk. Slik divergens kan ha utgangspunkt i ulikheter basert på smak og stil, i interesser og behov og mellom sosiale miljøer og subkulturer. Men divergens kan også skyldes teknologiske rammer og føringer. Eksempelvis har fremveksten av kompakte uttrykksmåter i SMS-meldinger også bakgrunn i de begrensninger SMS-formatet har og utformingen av mobiltelefonens lille skjerm bilde.

Fokus i dette forskningsprogrammet er på *kommunikasjon*. Siktemålet er å forstå kommunikasjonsprosesser der konvergerende medier inngår, og de vilkår for sosial og kulturell kommunikasjon som IKT er med å forme. Det foregår konvergens mellom forskjellige artikkelasjonsformer, eksempelvis smelter spillefilm og animasjonsfilm sammen, og data-spill og spillefilm glir over i hverandre i en felles estetikk. Nye digitale medie- og kommunikasjonsformer må også forstås historisk i forhold til kjente medier og former.

Kommunikasjon med konvergerende teknologi krever ny kompetanse både for den som skal bruke teknologien, for den som vil artikulere seg i de nye mediene og for den som vil påvirke de strukturelle rammer. Det reises en rekke nye problemstillinger for humaniora og samfunnsvitenskap. Konvergens gjør det nødvendig å se på en rekke sosiale og kulturelle prosesser og fenomener i nytt lys og med nye

begreper. Det er behov for ny kunnskap, systematisering og analyse, for å bidra til debatten om samfunnsutviklingen, til politikkkutforming og hensiktsmessige rammebetingelser, til utviklingen av nye medier og digitalt innhold, og for å bidra til forståelsen av mediert kommunikasjon og samhandling under disse vilkår.

Planutvalget vil peke på to sider ved den kompliserte og dynamiske konvergensutviklingen som særlig setter premisser for forskningen i det feltet som tegnes her:

- *Globalisering*, som følge av at infrastrukturene for digital kommunikasjon er verdensomspennende (som for eksempel Internett). Det blir tydelig hvordan 'alt henger sammen med alt'. At Microsoft lanserer nye 'standarder', får konsekvenser for min hverdag. Det lokale forstås i lys av det globale. Mange av de samme konvergensprosessene foregår parallelt over hele verden. Men nye muligheter til samarbeid følges av nye 'digitale skiller'. Utvidet integrasjon har økt sårbarhet og overvåking som sitt motstykke. Et annet motstykke er eierkonsentrasjon hos store og globale aktører, med de konsekvenser dette kan ha for redaksjonell frihet og innhold.
- *Mobilitet* og mobil kommunikasjon, muliggjør fleksibilitet i organiseringen av hverdags- og arbeidsliv. Neste generasjon mobilnett ventes å gjøre mobil kommunikasjon alminnelig og viske ut skillelinjene mellom fastnett og mobil kommunikasjon. 'Innvevd IKT' øker mulighetene til å være mobil. Fleksibiliteten i et mer 'nomadisk' samfunn og i nye organisasjonsformer kan ha sin pris i økt stress og slitasje på sammenbindende sosiale og kulturelle mønstre. Samtidig utvikles nye kommunikasjonsformer. De egenskapene og begrensningene som mobiltelefonene har hatt, har også gitt opphav til nye koder og sjangre i språk og skrift.

Planutvalget mener at KIM-forskningen ikke bør omhandle IKT generelt, og heller ikke behandle alle medievitenskapelige problemstillinger. Det som bør stå sentralt er *kommunikasjon* knyttet til:

- konvergerende medier, eller
- bruk og samhandling ved hjelp av IKT.

I dette ligger også en invitt til å studere mediene og IKT-systemene i seg selv. Prosjekter kan anlegge medievitenskapens perspektiver på IKT for å se på IKT som medier, og anlegge IKT-perspektiver på medier og belyse hvordan IKT transformerer eksisterende medier og medieinstitusjoner.

Tverrfaglighet og organisering

Planutvalget mener at prosjektene det inviteres til, må anlegge et bredt tverrfaglig perspektiv. Dvs. ikke bare omfatte flere fag, men aktivt forsøke å benytte og kombinere perspektiver, metoder og teorier fra forskjellige fagområder i behandlingen av problemstillingene.

Som det fremholdes i Forskningsrådets strateginotat om "Kvalitet i norsk forskning" (2000) drives den tverrfaglige forskning ofte frem av konkrete problemer som krever en løsning, i motsetning til den rendyrkede, disiplinrettede forskningen som skjer på fagenes premisser. Dette gjelder både innenfor grunnforskning, hvor tverrvitenskap faktisk kan lede til at nye disipliner oppstår, og på mer anvendte områder hvor praktisk nytte og samfunnsmessig effekt i første rekke er drivkraften.

I tverrfaglig forskning er det ikke bare nødvendig å se på kvaliteten av de enkelte elementer i satsingen, men også på syntesen av elementene. Forutsetningen om *soliditet* i metode og teori vil gjelde fullt ut også i tverrfaglig forskning. Kravet til *originalitet* vil likeledes stå ved makt, og kan gi seg til kjenne ved det nye og originale i den problemstilling som søkes belyst og måten teori og metode benyttes på for å klarlegge den tverrfaglige problemstillingen. Den viktigste drivkraften i tverrfaglig forskning vil imidlertid være *relevansen* av den konkrete problemstillingen som tas opp, enten det dreier seg om vitenskapelig verdi eller samfunnsnytte knyttet til eksempelvis næringsmessig verdiskaping eller miljøgevinster. (s.6)

Erfaringsmessig er det krevende å etablere tverrvitenskapelig forskning i praksis. Planutvalget foreslår derfor at søkerne bes om å beskrive hvordan man ønsker å legge opp sine prosjekter, herunder hvordan det tverrfaglige er tenkt ivarettatt og organisert. Det vil også være sentralt å utvikle metoder for tverrfaglig samarbeid.

Planutvalget foreslår at programmet utvikles til å bli et møtested for medie- og IKT-forskere med forskjellig fagbakgrunn. Eksempelvis har mange humanister, samfunnsvitere og informatikere lenge arbeidet sammen innenfor det store forskningsfeltet datastøttet samarbeid (CSCW) og gjennom det utviklet tverrfaglige tilnærminger basert på metoder og teorier fra de respektive områdene⁷.

Planutvalget mener valg og prioritering av programmets virkemidler og organisering primært er programstyrets oppgave. Men planutvalget har

merket seg den generelle føring i Området for Kultur og samfunn i retning større prosjekter der flere forskere er involvert og der forskerutdanning og videreutdanning inngår.

Perspektiver og temaområder

Konvergens og divergens i IKT og medier reiser en rekke interessante felles problemstillinger for medievitenskapen og den samfunns- og humanvitenskapelige IKT-forskningen. Mobilitet og globalisering spisser problemstillinger ved konvergens, og det er behov for innsikt både på makro-, meso- og mikronivå.

I forskningsfeltet mellom kommunikasjon, IKT og medier finner vi både tematisk overlapping og felles overgripende perspektiver. Våre forestillinger om teletjenester, medier og IKT er i endring. Det oppstår nye interaktive multimedier og tjenester der brukeren inntar roller som både produsent og konsument. For å belyse disse forholdene foreslår planutvalget tre perspektiver og temaområder:

- *Bruk/samhandling* dvs. bruk av IKT og digitale medier til kommunikasjon i samfunns-, arbeid- og hverdagsliv.
- *Artikulasjon/innhold* dvs. estetiske, sjangermessige, narrative, språklige og kulturelle aspekter ved digitalt mediert kommunikasjon.
- *Struktur/rammebetingelser* dvs. økonomiske, politiske, kulturelle og teknologiske rammevilkår knyttet til konvergens og digitalisering, samt endringer og tilpasninger som skjer i næringer, organisasjoner og institusjoner.

Her er mange teknologier involvert (programvare, nett og maskinvare). Planutvalget mener at prosjektene ikke bør gå i dybden på teknologien, men følge med i utviklingen innenfor teknologi og delta i formingen av den. Det er viktig å møte teknologien og utvikle kunnskap om de aktører og faktorer som former teknologien, med andre ord ikke begrense seg til en utvendig behandling av teknologien.

De foreslåtte perspektiver og temaområdene dekker områder av stor betydning og relevans for videre utvikling av bruk og samhandling med IKT, for fremveksten av nye medier og digitalt innhold og omfatter også de strukturer og rammer som mediert kommunikasjon og digital artikulasjon vil foregå innenfor. Et kjønnsperspektiv er integrert i satsingen.

Bruk/samhandling

Vi baserer i økende grad vår kommunikasjon i arbeidsliv, samfunnsliv og hverdagsliv på IKT og me-

diert kommunikasjon der både tradisjonelle og nye medier inngår. I arbeidslivet benyttes distribuerte arbeidsgrupper, dvs. ansatte som ikke sitter fysisk samlet og kanskje er geografisk spredt. Nettbaserte medier blir arena for samhandling, læring og kommunikasjon. I privatsfæren bruker mange mobiltelefon og Internett som plattform for å utvikle sosiale fellesskap og gruppetilhørighet. Det er en utfordring å forsøke å forstå slike mediebaserte fellesskap. Dette gjelder også alternative politiske bevegelser og informasjonssnettverk som Internett har gitt opphav til, med alternative nyhetstilbud og anti-kommersielle aktiviteter.

IKT og mediert kommunikasjon bidrar til at ulike sosiale sfærer i samfunnet smelter sammen. De gir en tettere integrasjon mellom arbeid, privatliv og fritid, men også nye former for sosial fragmentering. Dette aktualiserer problemstillinger rundt læring gjennom bruk og samhandling. Hvordan kan vi som individer, organisasjoner og praksisfellesskap lære ved hjelp av IKT? Barn og ungdom er blitt innovatører i medie- og IKT-bruk. Hvordan kan man forstå de uttrykks- og samhandlingsformer dette innebærer?

IKT spiller en viktig rolle for hvordan folk lever sitt sosiale liv og utvikler sin identitet. Her er det både problemstillinger knyttet til medienes rolle i opinionsdannelsen, medieetikk og etiske problemstillinger knyttet til medier, etnisitet, IKT og kjønn.

Et kjønnsperspektiv på bruk av IKT og medier, viser ulikheter mellom menn og kvinner, mellom gutter og jenter. Dette kan gi interessante innfallsvinkler og perspektiver på forskjeller i kommunikasjon. Det samme gjelder forskjeller mellom generasjoner.

En viktig utfordring fremover er å se hvordan de nye og konvergerte mediene faktisk tas i bruk; at tidligere atskilte medier går sammen i nye former og helt nye medier oppstår. Samtidig må en søke å forstå den betydningen økt IKT- og mediebruk har for endringer i sosiale samhandlingsformer og kulturelle uttrykk. Brukerstudiene på individnivå må gå ut over den rent deskriptive registrering av mediekonsum og IKT-bruk, og søke å forstå hvorfor og hvordan bruk finner sted, og hvorfor ny teknologi ikke tas i bruk.

IKT-bruk og digitale medier kan lede til større ulikheter og bidra til å skape såkalte digitale skillerlinjer. Dette er et sentralt tema både nasjonalt og globalt. Det er derfor interessant å se på utbredelse og bruk av gamle og nye medier og kommunikasjonsformer og å avdekke kjønns- og generasjonsforskjeller knyttet til IKT og mediebruk, også i dette lys. Ulike brukergrupper har ulike individuelle og kollektive opplevelser av IKT. Hva er de ulike

strategiene for mestring av IKT? Og hvem velger hvilke strategier? Hvor effektive er de og hva er konsekvensene? Det må fokusere på mer enn tilgang til teknologi. Trolig er kunnskapen om *hvordan* bruke teknologien viktigere enn *hva* brukere faktisk har tilgang til.

IKT- og mediebruk bør studeres som en målrettet aktivitet, og ikke bare noe som gir effekter eller virkninger i etterhånd. Innføring og bruk av IKT og medier i organisasjoner eller institusjoner har ofte som mål å oppnå visse typer endringer eller forandringer for visse brukergrupper. Å studere faktiske virkninger av elektroniske medier og IKT i sosiale systemer i forhold til forventede målsettinger er derfor relevant. Det samme gjelder begrunnelser for innføring av IKT-systemer og medier. IKTs rolle i endringsprosesser krever en dypere forståelse på flere nivåer. Det kan kaste lys over transformasjoner med IKT: hvorfor lykkes noen, mens andre ender opp som økonomiske eller organisatoriske misère?

Mye teknologi brukes til annet enn det den ble designet for. Å se på enkelhet i bruk vs. kompleksitet og innovasjon i bruk, gir et helt annet bilde enn om man fokuserer på teknologien. Et annet aspekt er universell utforming slik at IKT og medier kan brukes av alle mennesker, i så stor utstrekning som mulig, uten behov for tilpasning og en spesiell utforming. Dette kan forenkle livet for alle ved at produkter, kommunikasjonsmidler og omgivelser blir mer brukbare for flere mennesker, med små eller ingen ekstra kostnader og uavhengig av alder, størrelse og ferdigheter. Her kan perspektivet være på tilgjengelighet og bruk i forhold til deltakelse og underholdning, men også i forhold til offentlighet og demokrati og kan knyttes til livsstil, kontakt og mediert interaksjon. Hvilken kompetanse kreves for å kunne artikulere seg og være deltaker i mediert kommunikasjon og dialog?

Artikulasjon/innhold

Medier og IKT er grunnleggende midler som vi benytter til å forstå oss selv, som hjelper oss til å organisere samfunnet økonomisk og politisk, og som vi bruker til å få innsikt i en stadig mer kompleks omverden. Denne grunnleggende rolle har medier og IKT, fordi de kommuniserer forskjellige typer av innhold mellom avsendere og mottakere på tvers av tid og rom – fra børskurser til *Big Brother* – og fordi de kommuniserer på bestemte måter, i bestemte former – fra krypterte data på internettet til katastrofefilm på tv. Her rettes fokus mot de digitale mediers 'tekster' og produksjonen av dem.

Den teknologiske mediekonvergens åpner for at det tradisjonelle skillet mellom enveis massemedier

og toveis personlige medier utviskes pga digitalisering av alle tegn og større grad av interaktivitet mellom bruker og medium. Denne utviklingen utfordrer vant teorier og begreper om hva innhold og budskap er, hvordan disse empirisk utformes, og hva forholdet er mellom produsent og mottaker av medier og IKT. Når det gjelder innhold, skapes hittil ukjente muligheter for å utforme de samme innholdsformater på forskjellig måte i forhold til bestemte medie- og kommunikasjonstyper. Disse mulighetene bidrar generelt til å skjerpe de estetiske og sjangermessige kompetanser hos profesjonelle tilbydere som samtidig er i skarp konkurranse ikke bare nasjonalt, men i økende grad globalt. Betydningen av design øker. Hvordan opprettholdes og utvikles uttrykksmessig diversitet under slike produksjonsvilkår? Mulighetene for innholdsmessig konvergens bidrar likedan til at tradisjonelle faglige og organisatoriske skiller viskes ut innenfor eksempelvis nyhetsproduksjon. Hvilken betydning har multimedieutviklingen på journalisters yrkesutøvelse? Det er behov for kunnskap om hvordan nye organisasjonsformer utvikles i konvergerende mediemiljøer, og hvordan man sikrer profesjonelle kvalitetskrav under konvergensens nye produksjonsorganisering.

Digitaliseringen har følger for medieuttrykk, og blant disse finner vi konvergens mellom en rekke artikulasjonsformer, sjangere og mellom sfærer som tidligere ikke var tydelig forbundet. Digitaliseringen har gitt opphav til endrede artikulasjonsformer, til nye stiler, sjangere og uttrykksmåter. Vi ser bl.a. en samplerkultur, hvor økt intertekstualitet, og resirkulasjon av ulike kulturuttrykk i hverandre, er sentrale. Begreper som postmoderne estetikk, har vært brukt for å beskrive slike tendenser i TV, film, reklame, og mediekunst av ulike slag. Populærkulturelle referansepunkter resirkuleres og utveksles med stort tempo mellom 'gamle' og 'nye' medier, liksom mellom mediefeltet og kunstfeltet. Dette reiser også spørsmål om kopi/original, om rettigheter etc. Sammenhengen mellom disse artikulasjonene er forsøkt fanget inn i det nye feltet 'Visuell kultur', hvor digitale uttrykk er viktige.

Mediekonvergens gir også nye utfordringer til forståelsen av forholdet mellom produsent og mottaker av medier og IKT. Allerede i dag bidrar eksempelvis MP3-spillere, enkel hjemmesideproduksjon og muligheter for digital bilderedigering til at brukerne (mottakerne) av IKT og media også kan innta rollen som produsenter. Interaktiv film, digitalt foto og digital TV er andre områder hvor nye fortellerformer kan utvikles i dialog mellom produsenter og brukere. Denne utviklingen muliggjør at ikke-profe-

sjonelles estetiske og kommunikative kompetanse utvikles. Det er behov for systematisk innsikt i hvordan dette skjer. Den uformelle og selektive kompetanseutvikling ved hjelp av medier og IKT reiser på sin side viktige samfunnsmessige spørsmål om hvordan man sikrer at slike estetiske, praktiske og interaktive kompetanser får bred utbredelse for å hindre digitale kunnskapskløfter. Oppbrytningen av skillet mellom produsent og brukere medvirker like-dan til å tilsløre avsenderinstanser, noe som setter nye krav til å avklare spørsmål om eksempelvis innholdsmessig troverdighet og opphavsrett.

Visse interaktive kommunikasjonsmuligheter i eksempelvis dataspill og interaktiv kunst setter brukeren i sentrum av den estetiske prosess. Estetisk erfaring blir her en innebygget (embodied) praksis, og dette reiser radikale epistemologiske og teoretiske spørsmål om når et innhold eller en tekst skapes, samtidig som det øker behovet for å skape praksisnære metoder til utvikling av interaksjonsdesign i dialog med brukerne.

Samlet sett skaper mediekonvergens et sterkt øket behov for vitenskapelig innsikt i og analyse av medier og IKT som artikulasjonsformer, narrative og designmessige strukturer og rammer for estetiske prosesser. Dette inkluderer også refleksjoner over hvordan overgripende diskurser om bruk av IKT og medieteknologi, bidrar til å fremme og legitimere visse formater, designuttrykk og bruksmåter, mens andre avgrenses eller avvises. Blant aktuelle problemstillinger er: hvilke muligheter rommer digital TV og interaktiv film for utvikling av nye sjangre og interaktivitetsformer? Hvilke fornyelser av uttrykk skapes via mobiltelefonens lille display? Hvilke utfordringer stiller digital estetikk i f.eks. dataspill til etablerte tradisjoner og teorier vedrørende forholdet mellom verk/budskap og bruker? Hvordan opprettholde et estetisk og kulturelt mangfold på innholdssiden slik vi kjenner det fra allmennkringkastingsbegrepet?

Struktur/rammevilkår

Den teknologiske og økonomiske utviklingen knyttet til digitalisering, konvergens og globalisering reiser problemstillinger for den politiske og kulturelle offentlighet, for næringsvirksomhet og for organisasjoner og institusjoner. Konvergens utfordrer medie- og telepolitikkens eksisterende rammer. Konsepsjonsregimer og reguleringer må vurderes på ny. Beskyttelse av opphavsrettigheter for digitalt innhold krever nye grep. IT-, tele- og medieindustrien søker hverandre, og utfordrer makt og eierskap i medier og medienes plass i vårt demokrati. Bredbånds- og teleutviklingen skaper rom for nye og interaktive multimedier. Konvergens mellom markeder og ak-

tører, mellom teknologier, tjenester og medier reiser en rekke spørsmål.

Tradisjonelt har massemediene i Norge vært underlagt kulturpolitisk styring med vekt på å fremme verdier som mangfold, nasjonal kultur og demokrati. Teletjenester har vært underlagt regulering for å sikre tilgang, effektiv utnyttelse av infrastruktur og lave telepriser. IT-feltet har i liten grad vært underlagt samfunnsmessig styring. Konvergens mellom mediene, tele og IKT og andre former for næringsvirksomhet utfordrer den telepolitiske styringen av infrastruktur og den kulturpolitiske styringen av mediene og innhold. Dette gjør andre reguleringsregimer – særlig ulike former for økonomisk regulering – mer aktuelle. Generelt er det behov for kunnskap om reguleringsregimer og rettslige og politiske rammevilkår som følge av IKTs gjennomsyring av samfunnet og utviklingen av en global medieindustri. Kommersialisering kan representere et problem for demokratiet og den politiske debatt, for gjennomføring av kulturpolitiske målsettinger som igjen er bakgrunn for mediepolitiske utfordringer. Reklamens form og rolle er et viktig element, med spørsmål om valgfrihet, overvåkning og tekstreklame som aktuelle tema.

Medie- og kommunikasjonsindustrien preges av vertikal og horisontal konsentrasjon og oppkjøp av virksomheter over landegrensene. Teleaktører kjøper seg inn i mediebedrifter, og mediebransjen smelter sammen med informasjonsteknologisk og annen industriell virksomhet. Utviklingen videre vil i høy grad bli avgjort innenfor store informasjons- og mediekonglomerater. Det er behov for kunnskap og kritisk forskning om eierskapsutvikling og mediekonsentrasjon, og konsekvensene av dette for mangfold og demokratisk meningsutveksling. Samtidig er det behov for kunnskap om næringsutvikling: om utvikling av nye og omforming av eksisterende verdikjeder innenfor medie- og IKT-bransjen. Men utfordringer for nettmedier, nettportaler og andre netjtjenester må ikke bare undersøkes forretningsmessig, men også utfra et kritisk perspektiv.

Det er generelt behov for kunnskap om historiske og aktuelle endringer i medie-, og kommunikasjonsinstitusjoner, og konsekvensene av nye former for verdiskapning og forretningsmodeller. Hva skjer internt i bedrifter og organisasjoner når ulike sektorer og næringer konvergerer? Eksempelvis kan mye av virksomheten i en IKT-bedrift og en moderne mediebedrift til forveksling ligne mye på hverandre, men utgangspunkt, verdier, mål og tradisjoner er forskjellige. Hvilke konsekvenser kan vi iaktta når det gjelder for eksempel redaksjonelle prosesser i medieorganisasjoner, organisering av

journalistisk og annet arbeide? Hvordan endres produksjonsnormer og organisasjonsforhold under digitalisering og konvergens? Hvilke konsekvenser har dette for produksjon av innhold (artikulasjon) og de muligheter som gis for interaksjon og kommunikasjon med publikum (bruk)?

Oppsummering

Tabellen 1 oppsummerer skjematisk perspektivene og de tre nivåene disse kan anlegges på. Tabellen gir eksempler på hva som kan være interessant å studere nærmere på hvert område.

Tilnærminger

For å få frem ny viten, ser planutvalget – i tillegg til tverrvitenskapelighet, (jfr. kap. 3.2), tre sentrale tilnærminger i forskningen på kommunikasjon, IKT og medier:

- *Komparativ* i tid og rom, som gir anledning til å sette dagens situasjon inn i et større perspektiv både historisk og geografisk
- *Begrepsdannelse*, som inviterer til kritisk refleksjon og utvikling av nye teorier og metoder
- *Praksisorientering*, der anvendelser og samarbeid med aktører i praksisfeltet står sentralt

Komparativ i tid og rom

For å forstå dagens kommunikasjons- og medieteknologi, er det nødvendig å anlegge et historisk perspektiv. Det nære forholdet mellom kommunikasjonsteknologi og mediert kommunikasjon er et fenomen med dype historiske røtter. Man kan på mange måter se paralleller til den tilsvarende tekno-

logiske revolusjon som fant sted ved slutten av det 19. århundre, og som ga opphav til teknologisk baserte massemedier som grammofoon, film, radio og fjernsyn. På dette grunnlaget kan derfor informasjonsteknologiens kopling mot mediefeltet ses på som en videreføring av nærmere 150 års kontinuerlig utvikling. En interessant problemstilling i denne forbindelsen er hvordan teknologisk innovasjon spiller inn på medienes formspråk, og i hvor stor grad de ulike teknologiske nyvinningene har konsekvenser for medienes artikulasjon.

Det er også av stor interesse å få klarlagt institusjonshistoriske linjer i utviklingen av mediert kommunikasjon. En historisk komparativ tilnærming til IKT som del av teknologi- og samfunnsutviklingen 1900-2000 kan gi interessant innsikt i hvilken rolle IKT og medier har hatt i utviklingen av nye samhandlings- og organisasjonsformer. Hvordan har IKT og digitale medier bidratt til verdiskapingen?

Globaliseringen aktualiserer også geografisk komparative studier. Digital kommunikasjonsteknologi utvider handlingsrommet for kommunikasjon. I tillegg til å effektivisere asynkrone kommunikasjonsprosesser bidrar den også til former for samtidighet som tenderer mot å gjøre kommunikasjonsprosesser uavhengig av tid og rom. Denne utviklingen innbyr til en rekke interessante problemstillinger.

Et annet aspekt ved globaliseringen er den parallelle utviklingen av kommunikasjon og nye medier som skjer samtidig i mange land. Denne utviklingen er godt hjulpet av flernasjonale organisasjoner som arbeider for å fremme kommunikasjon og samhandling over landegrensene. Her er det interessant å se nærmere på i hvilken grad fremveksten av felles rammebetingelser tar hensyn til lokale behov og hensyn, og om de fremmer interessene til noen sær-

Tabell 1. Oppsummering av perspektiver og temaområder med eksempler på problemstillinger

Nivåer	Bruk/samhandling	Perspektiver	
		Artikulasjon/innhold	Struktur/rammevilkår
Makronivå (politikk, samfunn, økonomi)	Digitale skiller i forhold til tilgang og brukskompetanse.	Nye innholdsformater. Hvordan fremmes og legitimeres visse formater, designuttrykk og bruksmåter, mens andre avvises?	Eierskapsutvikling og mediekonsentrasjon, og konsekvensene av dette for mangfold og demokratisk meningsutveksling.
Mesonivå (arbeid, organisasjon)	Nye former for IKT-basert organisering i og mellom virksomheter.	Nye innholds- og formidlingsformer i konvergerende medier, eksempelvis nettaviser.	Institusjonelle endringer som følge av konvergens mellom IKT, medier og telekommunikasjon.
Mikronivå (individ, dagligliv, hverdagsliv)	Mediebaserte samværsformer og integrasjon av arbeid, privatliv og fritid for enkeltbrukere av IKT.	Estetisk og kommunikativ kompetanse til selv å produsere og fortolke innhold i digitale medier.	Endrede produksjonsforhold i mediebedrifter og konsekvenser for arbeidsform og journalistiske metoder.

skilte grupper, for eksempel mer globalt orienterte aktører. Det oppmuntres til komparative studier mellom regioner og nasjoner, og gjerne anlagt som internasjonale samarbeidsprosjekter.

Begrepsdannelse

Konvergensutviklingen krever nytenkning. Det kan være nødvendig å utvikle nye begreper for å gripe de endringer som skjer og forstå utviklingen. Forandringene i mediert kommunikasjon de siste tiårene skaper behov for utvikling av nye teorier og metoder i IKT-forskningen og medievitenskapen. Etter hvert som omfanget av relevant empiri øker og perspektivene utvides, skjerpes også kravene til begrepsapparatet som brukes til å beskrive og analysere feltet. Det er behov for kritisk kunnskaps-, begreps- og teoriutvikling.

For forskning i dette feltet stilles det et særskilt krav til begrepsutvikling på tverrfaglig grunnlag. Relevante teorier og begreper fra humaniora samfunns- og naturvitenskapene og må trekkes inn for å beskrive og analysere og derved også synliggjøre at konvergensbegrepet har vitenskapsteoretiske konsekvenser.

Praksis – en kilde til kunnskap

For å forstå den innovasjon som skjer i IKT- og mediefeltet, er ulike former for praksis en kilde til kunnskap. Det gjelder både erfaringsbasert kunnskap og empiri knyttet til innføring og bruk av digitale medier og IKT-baserte løsninger. 'Praksis' omfatter en rekke profesjoner som spenner fra journalistikk og annen medieproduksjon til interaksjonsdesign, forming av IKT-løsninger og bruk av nye medier i forskningen selv.

Det bør legges stor vekt på praksisorientering, men over et bredt spekter og i flere former. Dette gjelder også forskernes egen bruk av IKT og nye medier i egen forskning, i utprøving og eksperimentell tilnærming og i formidling. Men ny viten knyttet til samspeillet mellom IKT og mediert kommunikasjon må ikke forbli isolert i det akademiske forskningsmiljøet. IKT- og medieområdet er i utgangspunktet anvendt orientert og innbyr derfor til et nært samarbeid med praksisfeltet, både som partner i forskningen og som forskningsobjekt. Innenfor IKT og nye medier skjer innovasjonen først og fremst ute i virksomhetene, og det er et ønske at KIM-prosjekter kan bidra til en sterkere dialog mellom forsknings- og praksisverden. Perspektivene 'Bruk/samhandling' og 'Artikulasjon/innhold' er i stor grad knyttet til praksis.

Det oppmuntres til nær kontakt mellom forskningsmiljøene og miljøer innen næringslivet som ar-

beider med utviklings- og innovasjonsprosjekter knyttet til IKT og mediert kommunikasjon. Medieforskningen har hatt stor betydning når det gjelder utvikling av metoder i tilknytning til publikums bruk av massemedia og mye av denne erfaringen kan trolig føres over på de nye mediene.

Forholdet forskning/praksis har tradisjonelt vært problematisk og preget av gjensidig forbeholdenhet. Det kan derfor argumenteres for en grunnforskning som kan løftes inn i en mer anvendelsesorientert retning. Dette er særlig relevant når en trekker inn feltets grunnleggende tverrfaglige karakter. Innenfor norske mediebedrifter, presse, film og kringkasting så vel som bedrifter som satser på 'nyere' teknologiformer, er det store ubenyttede muligheter til et nærmere samarbeid mellom forskere og praktikere. Planutvalget mener dette bør ivaretas i programmet.

KIM-programmet bør også bringe IKT-utviklere som arbeider med nye former for innhold, sammen med estetiske og journalistiske miljøer. Det er behov for samarbeid mellom samhandlende subjekter som i fellesskap søker ny anvendelsesorientert kunnskap.

Forskning i feltet

I dette kapittelet gis en kort oversikt over forskningsprogrammer med relevant tilgrensende forskning nasjonalt og internasjonalt. Oversikten er avgrenset til det som anses direkte relevant for KIM-programmet og de tema og perspektiver planutvalget har foreslått. Dvs. at store deler av IKT-forskningen, særlig grunnleggende og anvendt teknologisk orientert forskning, faller utenom, mens en del forskning på andre områder er relevant fordi problemstillingene grenser inn mot de tverrfaglige samfunnsmessige og kulturelle IKT-spørsmål som programmet foreslås å fokusere på. Det gis også et utblikk til nordisk forskning og europeisk forskningssamarbeid.

Forskning i Norge

Forskningsmiljøer

Innenfor medievitenskapen er det brede miljøer ved universitetene i Oslo, Bergen og Trondheim. Høgskolemiljøene er mer profesjonsorienterte. Det er mer spesialiserte miljøer ved flere høgskoler og ved universitetet i Tromsø.

Tverrfaglig IKT-forskning foregår i en rekke miljøer. Ved universitetene er det etablert noen sentre og institutter med tverrfaglig IKT-profil. Det foregår også KIM-relevant anvendt forskning i forskningsinstitutter og bedrifter.

Programmer i Forskningsrådet

Forskningsrådet vurderer å innføre en ny tematisk orientering med 9 temaområder, hvorav ett er *kommunikasjon*. Av øvrige temaområder er det tilknytningspunkter til IKT for følgende:

- Offentlig sektor i endring
- Økonomi og næringsutvikling
- Arbeidsliv og bedriftsutvikling
- Kunnskap, utdanning og livslang læring
- Kultur og identitet
- Vitenskapsstudier og etikk

I Forskningsrådet er temaområder brede forskningsfelt, og det kan være flere programmer innenfor et temaområde. Det er ikke nødvendigvis sammenheng mellom temaområder og programmer. Den nye inndelingen er inspirert av det britiske forskningsrådet. Betegnelse som benyttes er ikke endelig vedtatt. Det er viktig å være oppmerksom på at denne inndelingen kan hindre kunnskapsutvikling om konvergens på tvers av disse områdene, f.eks blir kompetanse og teknologiutvikling behandlet i hvert sitt temaområde.

Følgende tabell gir en oversikt over programmer i Forskningsrådet med tema av relevans for KIM. Innenfor medieforskningen er det for tiden ingen egne programmer. Det er imidlertid omfattende grunnforskning ved universiteter og høyskoler, sær-

Tabell 2. *Programmer i Forskningsrådet*

Område	Program	KIM-relevante tema	Status
KS	Samfunnsmessige og kulturelle forutsetninger for IKT (SKIKT)	Hele programmet er relevant. Har også medievitenskapelige prosjekter.	Avsluttes i år.KIM vil ta opp i seg og videreføre mange av SKIKTs problemstillinger.
KS	IKT i læring og utdanning	IKT og læring i utdanningssektoren	Ikke igangsatt.Forskningsrådet har mottatt innspill til programforslag.
KS	Arbeidslivsforskning – Nye utfordringer for arbeidslivet	Endringer i arbeidslivet med IKT	I gang
KS	Kunnskapsgrunnlaget for nærings- og innovasjonspolitikken (KUNI)	'Den nye digitale økonomien'	Ikke igangsatt.Programplan i ferd med å bli vedtatt
KS	Kompetanse, utdanning og verdiskaping (KUV)	Teknologi og læring	Avsluttes i år.Kan ha resultater av relevans for KIM
KS/IE/NT	Kunnskapsutvikling for norsk språkteknologi – KUNSTI	Norsk og samisk tilgjengelig for datamaskinell behandling. Tverrfaglig: Datalingvistik, taleteknologi, informatikk/ inf.vitenskap, fonetikk og formell lingvistik.	Pågående program
KS	Kulturprogram	Medieutviklingen, mediers rolle i kultur og samfunnsliv	Pågående program.Er på gang et nytt kulturprogram, men det er ikke startet
IE	IKT-programmet	IKT-basert verdiskapning	Pågående program
IE	Tjenesteyting, handel og logistikk (tidl. TYIN nå PULS)	IKT anvendt i tjenesteyting som verdiskapende virksomhet. Kunnskapsforvaltning, elektronisk handel og forretningsdrift, nett-baserte tjenester, eLæring	Pågående program
NT	IKT 2010	Grunnleggende teknologisk IKT-forskning.	Pågående program.
MH	IT i medisin og helse	Medisinske IT-anvendelser.	Pågående program.
NT	Living Knowledge	Kunnskapsforvaltning	Pågående program. Strategisk instituttprogram
IE	IT Funk	IT-løsninger for betydning av tilgjengeligheten i samfunnet generelt	Pågående program. Tverrgående satsing i Forskningsrådet.

lig innenfor medieforskningen og tverrfaglig IKT-forskning, og som ikke er med i denne oversikten.

Internasjonal forskning

I det følgende gis en oversikt over internasjonal KIM-relevant forskning. Formålet med oversikten er å få frem noe av det som foregår og vise hvilke muligheter som finnes for internasjonalt samarbeid. Planutvalget mener det bør stimuleres til søking på internasjonale prosjekter og deltakelse i internasjonalt samarbeid.

Satsinger i våre naboland

Nordisk medievitenskap er nøye dokumentert gjennom dokumentasjonstjenesten Nordicom, som er finansiert av Nordisk ministerråd og de enkelte land <http://www.nordicom.gu.se>. Nordicom har også en del internasjonale dokumentasjonsoppdrag, bl.a. for Unesco og samarbeider med europeiske organer. Mediastatistikk er endel av virksomheten. Det er en nasjonal dokumentasjonssentral i hvert land, i Norge ved UiB <http://www.svf.uib.no/media/mv/ncom-n.html>, der man bl.a. utgir kunnskapsbasen MedieNorge <http://medienorge.uib.no/>

Det er tette samarbeidsnettverk mellom nordiske tverrfaglige IKT-miljøer gjennom Nordic Interactive. Det er også en lang tradisjon for tett samarbeid om tverrfaglig IKT-forskning i tilknytning til systemarbeid (IRIS), der det har vært en særegen nordisk tradisjon som har kombinert arbeidslivs- og IKT-studier, kjent som den skandinaviske skole innenfor dette området, og har dr.gradsutdanning, vinterskoler m.v.

Noen konkrete eksempler:

Center for IT-forskning i Danmark

- Initiativtaker til flere tverrfaglige anvendte IKT-satsinger. <http://www.cit.dk>

Interactive Institute, Sverige

- Multidisiplinært nyskapende forskningsinstitutt innenfor digitale medier. Forsker i grenseland mellom kunst, teknikk, vitenskap og bedrifter. 'Digitale studio' i Stockholm, Göteborg, Malmö og Umeå. <http://www.interactiveinstitute.se>

Nordic Interactive

- Nordisk nettverk med støtte av Nordisk ministerråd. Fremmer tverrfaglig forskning om digitale medier <http://www.nordic-interactive.org>
- Omfatter også Nordic Interactive Research School, NIRES <http://www.nordic-interactive.org/researchschool/researchschool.shtml>

- For linker til institusjoner, bedrifter og forskningsprogrammer i de nordiske landene, se <http://www.nordic-interactive.org/niguide/links/dk-links.shtml>

MODINET, Danmark (2002-2006)

- Stort forskningsprogram. Etablert på initiativ av Forskningsministeriet. Prosjekter med konkret samarbeid mellom universitet og eksterne institusjoner. Har utviklet en modell/metode for samarbeid med praksisfeltet. Er godt i gang. Har kontakt med forskningsavdelingen i DK Radio. <http://www.hum.ku.dk/modinet/>

Program om mediekultur, Finland

- Stort IKT- og mediaforskningsprogram. Center of Excellence forankret i 'Finska akademien'. <http://www.uiah.fi/tutkimus/media>

Europeiske satsinger

Innenfor den Europeiske forskningsarena står EUs rammeprogram sentralt. Satsingen på Information Society Technologies har tema som faller inn under det område KIM skal dekke. EUs rammeprogram er også en viktig finansieringskilde for norsk forskning.

EUs 5. rammeprogram – Information Society Technologies prosjekter:

- EUs 5. rammeprogram har pågått i perioden 1998-2002. De KIM-relevante aktiviteter foregår i stor grad innenfor Information Society Technologies og følgende programområder:
 - Systems and services for the citizen (Health, Special needs, Administration, Environment, Transport&Tourism)
 - New methods of work and electronic commerce (Social implications of new working methods. Development and trading of goods and services. The global context: focusing on the rapid evolution of the market place, including socio-economic factors. The development and demonstration of 'world-beating' work and business practices).
 - Multimedia content and tools (Interactive electronic publishing; Digital heritage and cultural content; Education and training; Human language technologies; Information access, filtering, analysis and handling).

Programmet omfatter også områder som:

- Essential technologies and infrastructures
- Future and emerging technologies <http://www.cordis.lu/ist/>

EUs 6. rammeprogram – Information Society Technologies (IST) prosjekter:

- EUs 6. rammeprogram vil pågå i perioden 2002-2006. De KIM-relevante aktiviteter vil foregå i stor grad innenfor Information Society Technologies og følgende programområder:
 - Applied IST research addressing major societal and economic challenges to extend the scope and efficiency of IST-based solutions addressing major societal and economic challenges, and to make them accessible in the most trusted and natural way, anywhere and anytime to citizens, businesses and organisations.
 - Technologies for trust and security to develop technologies for key security challenges posed by the 'all-digital' world and by the need to secure the rights of individuals and communities.
 - Societal challenges concentrating on 'ambient intelligence' for a broader inclusion of citizens in the Information Society, for more effective health, security, mobility and environment management and support systems, and for the preservation of cultural heritage, integration of multiple functionalities across these different domains will be also supported.
 - Work and business challenges to provide businesses, individuals, public administrations, and other organisations with the means to fully contribute to, and benefit from, the development of a trusted knowledge-based economy, whilst at the same time improving the quality of work and working life and support life-long continuous learning to improve work skills.
 - Complex problem solving in science, engineering, businesses and for society to develop technologies for harnessing computing and storage resources which are distributed in geographically dispersed locations
 - Knowledge and interface technologies to improve usability of IST applications and services and access to the knowledge they embody in order to encourage their wider adoption and faster deployment.
 - Knowledge technologies and digital content to provide automated solutions for creating and organising virtual knowledge spaces (e.g. collective memories) so as to stimulate radically new content and media services and applications.

- Intelligent interfaces and surfaces to provide more effective ways of accessing ubiquitous information and easier and natural interaction modes with intelligence that surrounds us. <http://www.cordis.lu/fp6/home.html>

European Science Foundation: Changing Media – Changing Europe

- Interdisiplinært 5-årig program (2000-2004) med støtte fra komiteene for 'Social Sciences' og for 'Humanities', for å videreutvikle nettverket mellom forskere innen ulike aspekter ved massemedier og fremme utvikling av ny teori og metoder. Dekker temaer som: Citizenship and Consumerism: Media, the public sphere and the market. Culture and Commerce: Media between cultural policy and industrial policy. Convergence and Fragmentation: Media, technology and the Information Society. Homogenisation and diversity: Media and cultural identities
- Det tverrfaglige omfatter den historiske dimensjon, den politisk-økonomiske dimensjon, den sosio-kulturelle dimensjon og den estetiske og diskursive dimensjon. <http://www.changing-media.org>

EURESCOM

- Har noe forskning, bl.a. innenfor tjenesteutvikling og applikasjoner som er KIM-relevant. EURESCOMs som bidrar til å koordinere teleaktørenes forskningsaktiviteter, har en avtagende rolle fordi teleaktørene nedprioriterer forskning. <http://www.eurescom.de/>

Cost Action 20A network – the Impact of Internet on mass media

- Nettverk for medieforskere som dekker forskning innenfor fjernsyn, film, trykte media, musikk og radio og tverrgående mediespørsmål.
- Målet for satsingen er å utvikle kunnskap for å forstå de forskjellige endringene som massemedieindustrien gjennomgår nå og vil gjennomgå i fremtiden som resultat av Internetutviklingen.
- <http://cost-a20.iscte.pt>

Sammendrag og anbefalinger

Planutvalget for KIM legger med dette frem sitt forslag til faglig grunnlag for satsingen "Kommunikasjon, IKT, medier" (KIM):

Sammensmelting av medier, telekommunikasjon og IT – konvergens – gjør det naturlig å se forskningen på informasjons- og kommunikasjonsteknologi

(IKT) og medier i sammenheng. Digitalisering og konvergens er viktige endringsfaktorer for sosiale og kulturelle mønstre og prosesser. Konvergens er selve løftestangen i det forskningsfeltet som tegnes her. Konvergensutviklingen utfordrer våre forestillinger om IKT, medier og kommunikasjon.

Planutvalget anbefaler at det nye forskningsprogrammet fokuserer på *kommunikasjon* knyttet til konvergerende medier, og til bruk og samhandling ved hjelp av IKT, ut fra to sentrale utviklingstrekk: *globalisering* og *mobilitet*.

Det er flere mål for en slik programsatsing: Et mål er å bidra til kunnskapsgrunnlaget for innovasjon, verdiskaping og næringsutvikling. Et annet mål er å fremme kritisk refleksjon om IKT og medier. Et tredje mål er å bidra til langsiktig kunnskapsutvikling ved å bygge opp forskning og utdanning på feltet.

Den tverrfaglige IKT- og medieforskningen kan:

- bidra til å videreutvikle den generelle kunnskapsplattformen på området,
- gi mer kunnskap om IKT og mediernes rolle i samfunnsutviklingen,
- rette et kritisk søkelys på samfunnsmessige sider ved IKT- og medieutviklingen
- bidra til politikkutforming og offentlighet
- bidra til utvikling av eMedia og eInnhold.
- bidra til nærings- og kunnskapsutvikling i samarbeid mellom næringsliv og academia.
- gi innspill til organisering og koordinering av IKT-, tele- og mediepolitikken.

Planutvalget mener det må legges stor vekt på tverrfaglig tilnærming, gjennom å kombinere teori og metoder fra flere fagfelt for å frembringe ny empiri, men også ved å utvikle nye begreper, teorier og metoder. Det oppmuntres til komparative tilnærminger, historisk og geografisk og til å hente ny viten fra praksis i forskjellige profesjoner i IKT- og medie-feltet.

Planutvalget foreslår at det inviteres til forskningsprosjekter om kommunikasjon, IKT og medier ut fra tre perspektiver og temaområder:

- *Bruk/samhandling* dvs. bruk av IKT og digitale medier til kommunikasjon i samfunns-, arbeids- og hverdagsliv.
- *Artikulasjon/innhold* dvs. estetiske, sjangermessige, narrative, språklige og kulturelle aspekter ved digitalt mediert kommunikasjon.
- *Struktur/rammebetingelser* dvs. økonomiske, politiske, kulturelle og teknologiske rammevilkår knyttet til konvergens og digitalisering, samt endringer og tilpasninger som skjer i næringer, organisasjoner og institusjoner.

Dette forskningsprogrammet gir mulighet til å føre videre den samfunns- og humanvitenskapelige forskningen om medier og IKT som er bygget opp i Norge. Det vil bygge på resultater fra tidligere forskningsprogrammer, som SKIKT (Samfunnsmessige og kulturelle forutsetninger for IKT). Det bør i KIM oppmuntres til internasjonalt forsknings-samarbeid.

Noter

1. SKIKT: Samfunnsmessige og kulturelle forutsetninger for IKT (1997-2002)
2. http://www.forskningsradet.no/omnfr/strategi/hva_gjor_vi/budsjett_og_arsrapport/store_satsinger2003.pdf – se sidene 19 og 20
3. Det blir i tillegg foreslått prioritet for to andre tema: 'E-infrastruktur' og 'E-forskning' – men disse skal i hovedsak ha et teknologisk fokus.
4. I Kulturdepartementets forslag til budsjett for 2002 (St. prp 1 (2001-2002), kap 0335 Pressestøtte), er det opprettet en ny "post 52 Norges forskningsråd", på kr 1,4 millioner. I Stortingets behandling av budsjettet ble forslaget fjernet og beløpet overført til Post 73 Anvendt medieforskning og etterutdanning (jfr. B. Inst. S nr 2 (2001-2002) *Innstil-*

ling fra Familie-, kultur- og administrasjonskomiteen om bevilgninger for 2002, s. 103). I Innst.S.nr. 142 (2001-2002) om mediemeldingen foreslås Rådet for anvendt medieforskning videreført.

5. NOU 1999:26 Konvergens. Sammensmelting av tele-, data- og mediesektorene
6. "Innvevd IKT" betegner IKT-løsninger og anvendelser som er omsluttende, overalt, i omgivelsene, innvevd, i miljøet osv.og samsvarer med det man i internasjonal forskning har kalt "pervasive computing," "ubiquitous computing" og "ambient intelligence", se for eksempel MIT Oxygen, <http://www.oxygen.lcs.mit.edu> og EU IST:Scenarios for Ambient Intelligence in 2010.
7. Jfr. Liestøl og Morrison: Tverrfaglighet i digitale medier, KTK-rapport 2-2001, InterMedia, Universitetet i Oslo, 2001

Referanser

- Arbeids- og administrasjonsdepartementet: *Redegjørelse om modernisering, effektivisering og forenkling i offentlig sektor*, januar 2002.
- Forskningsrådets IKT-forum: *Strategi for IKT-forskningen i Norge*, september 2001.
- Forskningsrådet: "Kvalitet i norsk forskning", strateginotat, januar 2000.
- Forskningsrådet: *Programnotat for SKIKT – Samfunnsmessige og kulturelle forutsetninger for IKT*, oktober 1997.
- Kirke, utdannings- og forskningsdepartementet: St. meld nr 39 (1998-99) *Forskning ved et tidsskille (Forskningsmeldingen)*, mai 1999.
- Kulturdepartementet: St. meld nr 57 (2000-2001) – *i ytringsfrihetens tjeneste. Mål og virkemidler i mediepolitikken (Mediemeldingen)*.
- Innst.S.nr. 142 (2001-2002) *Innstilling fra familie-, kultur- og administrasjonskomiteen om i ytringsfrihetens tjeneste. Mål og virkemidler i mediepolitikken*, april 2002.
- Liestøl og Morrison: *Tverrfaglighet i digitale medier*, KTK-rapport 2-2001, InterMedia, Universitetet i Oslo, 2001.
- Nærings- og handelsdepartementet: "Strategi for elektronisk innhold – styrking av norsk innhold i elektroniske tjenester, 2002-2004", april 2002.
- Nærings- og handelsdepartementet: *Mobilt Internett – rapport fra forprosjekt*, desember 2001.
- Nærings- og handelsdepartementet: *Regjeringens handlingsplan for bredbåndskommunikasjon*, oktober 2000.
- Samferdselsdepartementet: NOU 1999:26 *Konvergens. Sammensmelting av tele-, data- og mediesektorene*, juni 1999.
- Samferdselsdepartementet: *Bredbånd til hele landet – forslag til nasjonal satsing*, april 2000.
- Samferdselsdepartementet: *Bredbånd i kommunene. Hva er bredbånd, hvorfor er det nyttig og hvordan kan det brukes?* mars 2002.

Ny bok från NORDICOM

Medierne, minoriteterne og det multikulturelle samfund *Skandinaviske perspektiver*

Thomas Tufte

NORDICOM

Medierne, minoriteterne og det multikulturelle samfund Skandinaviske perspektiver

Red: Thomas Tufte

255 sider, 2003, ISBN 91-89471-16-4

250 SEK exkl moms & porto

Contents

Preface	7
Introduction <i>Thomas Tufte</i>	9
I THE DISCOURSES OF ETHNICITY	
Etnicitet og mediernes skildring af de etniske minoriteter. Et antropologisk perspektiv <i>Peter Hervik</i>	23
Oplysninger til danskerne om samfundet <i>Flemming Røgilds</i>	39
II REPRESENTATION IN THE MEDIA OF AND BY ETHNIC MINORITIES	
Den mystiska kulturkrocken. "Invandrarkillen" och "invandrartjejen" i mediehandlingarnas mitt <i>Ylva Brune</i>	49
The Long Distance Runner and Discourses on Europe's Others. Ethnic Minority Representation in Feature Stories <i>Elisabeth Eide</i>	77
Media Representation of Ethnicity & the Institutional Discourse <i>Mustafa Hussain</i>	115
Hvordan lyder en kultur? Musikalsk (selv)scenesættelse i det offentlige rum og dets betydning for relationen mellem gruppe og individ <i>Eva Fock</i>	133
III USES OF MEDIA AMONGST ETHNIC MINORITIES	
Tv-nyheder fra hjemlandet – integration eller ghettoisering? Om transnationalisme og nyhedsforbrug <i>Connie Carøe Christiansen</i>	157
Minority Youth, Media Uses and Identity Struggle. The Role of the Media in the Production of Locality <i>Thomas Tufte</i>	181
Being a Computer User. What Does that Mean? A Discussion About Young People's Talk About Computers and Themselves <i>Ingunn Hagen</i>	197
IV INTERNET USES FOR THE CULTIVATION OF RELIGIOUS IDENTITY, FOCUSING ON ISLAM	
Svenska cybermuslimska miljöer i början av det 21 århundradet <i>Göran Larsson</i>	227
Danmarks Forenede Cybermuslimer og italesættelsen af islam <i>Jørgen Bæk Simonsen</i>	241

Beställ från: NORDICOM, Göteborgs universitet, Box 713, SE 405 30 Göteborg
fax: + 46 31 773 46 55, e-post: anja.ryne@nordicom.gu.se

Intressanta tendenser i ny litteratur

Om MKVs plats i forskningen om nya medier

TOBIAS OLSSON

Lievrouw, L. & S. Livingstone (red.) (2002)

The Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs. Sage.

Ilshammar, L. (2002) **Offentlighetens nya rum – Teknik och politik i Sverige 1969-1999.**

Avhandling. Örebro universitet.

Willim, R. (2002) **Framtid.nu: Flyt och friktion i ett snabbt företag.** Avhandling. Brutus Östlings bokförlag Symposion.

Webster, F. (2002) **Theories of the Information Society.** Andra upplagan. Routledge.

Internet culture. Så kunde man framtida beskriva livet på och runt internet för bara några år sedan. Då var det fortfarande accepterat inom forskningen, att se den nya informations- och kommunikationstekniken (IKT) som något *helt* nytt och tidigare osett. Datorn och internet kom att beskrivas som katalysatorer för skapandet av en ny värld – eller en ny kultur – där alla den gamla världens spelregler tillintetgjorts.

Den nya IKT:n gav därför spelrum åt spekulativa tankar. Den bidrog till att skapa en idéernas frizon där hänsyn inte behövde tas till hävdvunna begrepp och tankar om människan, samhället och kulturen. Mark Poster, en amerikansk historiker, utnyttjade friheten till att beskriva samtiden som den andra medieåldern (1995): efter skriftåldern tar de elektroniska medierna över och med datorn och internet övertar de slutgiltigt formandet av människan och samhället. De nya medierna skapar *post-*

moderna människor och samhällen istället för skriftspråkets *moderna*, hävdade Poster (se också Poster, 1997;1999).

Även på andra områden tillvaratogs friheten. I *cyberspace*, hävdade feministiska författare som Donna Haraway (1991) och Roseanne A. Stone (1991), skapas nya förutsättningar för konstruktionen av genus. Därför kommer tekniken och den kultur som den underbygger att upplösa de etablerade konstruktionerna till förmån för ett friare, mer jämlikt och självständigt skapande av könsidentitet.

Ett ytterligare exempel på hur friheten nyttjades för att presentera spekulativa idéer utgör Howard Rheingolds redan klassiska tankar om den nya tekniken som en undergröjare för olika typer av gemenskaper (Rheingold, 1994/1999). Internet, hävdade Rheingold, skapar förutsättningar för att etablera bättre och mer jämlika gemenskaper, som är oberoende av geografins och det existerande samhällets tvingande band (se också Jones, 1994;1997;1998). De här och idéerna om datorn och internet som skapare av en ny kultur och nya sociala förutsättningar kom att bli normbildande för de tidiga, samhällsvetenskapliga diskussionerna runt datorn och internet. Trots deras uppenbara brister – till exempel de teknikdeterministiska dragen i analyserna av tekniken och deras inte sällan utopiska drag – kom idéerna att bli en viktig del i etablerandet av en akademisk diskurs runt datorn och internet. Och det var i den här diskursen det blev möjligt att prata om något så märkligt som *en* internetkultur med kapacitet att i grunden förändra världen.

Efter en initial eftersläpning har också de mer traditionella perspektiven successivt närmat sig den nya informations- och kommunikationstekniken.¹ Konsekvensen har blivit en delvis ny inriktning på fältet. Istället för artiklar om texten i *cyberspace*, vilket blev ett favoritområde för tidiga, postmodernt inspirerade internetstudier, kommer böcker om

Institutionen för informationsvetenskap, Uppsala universitet, Box 513, 751 20 Uppsala, tobias.olsson@dis.uu.se

internets politiska ekonomi (Sussman, 1997; Schiller, 1999). Hellre än antologier om hur datorn och internet vänder upp och ned på våra begrepp om politik (Holmes, 1997) kommer avhandlingar om internets betydelse för den lokala demokratin (Nygren, 2001). Kort sagt: sakta med säkert skrivs också datorn och internet in i de mer etablerade diskurserna om samhället, kulturen och medierna. Ett tydligt tecken på att så är fallet utgör flera kapitel i antologin *The Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs*, som sammanställts av redaktörerna Sonia Livingstone, professor i sociopsykologi vid London School of Economics, och Leah Lievrouw, professor vid UCLA, Kalifornien.

The Handbook of New Media

På vilket sätt märks det att de traditionella perspektiven successivt närmat sig den nya informations- och kommunikationstekniken? Ja, bland annat genom att mer än hälften av bokens 31 artiklar (32 om man inkluderar den inledande introduktionen och 38 om man också räknar med introduktionerna till de olika delarna) tar avstamp i en kritisk diskussion omkring den tidiga forskningen om datorn och internet. Ibland via en kritik av den tidiga forskningens teknikfokus, andra gånger via en beskrivning av den tidiga forskningens okänslighet för teknikens varierande position i olika kulturer och ytterligare andra gånger via en diskussion om tendensen i de tidiga studierna att i alltför hög utsträckning se tekniken som ett instrument. Alltså: först rensar vi brädet från gamla pjäser och sedan ställer vi upp till ett nytt parti.

Handboken är omfattande – 564 tätt skrivna, mestadels tvåspaltiga sidor. Men omfattningen är nödvändig med tanke på redaktörernas ambition: att skapa en tydlig bild av läget på fältet för studier av nya medier. Var går fältets gränser? Vad vet vi i dag? Och vad behöver vi veta mer om?

Redaktörernas ambition spaltas upp i sex olika delar, som fokuserar olika nejder av fältet för samhällsvetenskapliga studier av nya medier. Bokens första del – *The changing social landscape* – består av sju kapitel och introduceras av den ena av de två redaktörerna, Sonia Livingstone. I den gemensamma introduktionen påpekar hon att de olika kapitlen i delen har det gemensamt att de argumenterar för att de nya medierna alltid måste förstås med hänsyn tagen till deras plats i det sociala landskapet, vilket både föregår, formar och överlever de olika teknikerna.

Ett exempel på det ger Nicholas W Jankowski, kommunikationsvetare från Nijmegen. Han fångar i

sitt kapitel väl den flyktiga debatten om de nya medierna och deras betydelse för olika former av gemenskaper. Han pekar samtidigt på historiska paralleller till diskussionen: hellre än att se den som något nytt, som ska kopplas till de nya medierna, ser han diskussionen som en del av en lång tradition av studier av medier och gemenskaper.

Givetvis har också den nya informations- och kommunikationsteknikens plats i det politiska landskapet uppmärksamats. Det visar Sara Bentivegna, professor i masskommunikation vid universitetet i Rom. I sitt kapitel *Politics and new media* ger Bentivegna en bra översikt över diskussionerna om de nya mediernas politiska potential och påpekar det uppenbara, men ofta bortglömda: tekniken blir ett demokratins verktyg först när dess användare gör den till ett sådant.

Att policyfrågor är viktiga när det gäller de nya medierna, påtalar den brittiska pedagogen David Buckingham. Hans kapitel, *The electronic generation? Children and new media*, utmynnar i en uppmaning till policyskapare om att i högre utsträckning än vad som nu är fallet uppmärksamma olika ungdomars olika tillgångar till de resurser som krävs för att hantera den nya tekniken. Hans kapitel rymmer också en föredömlig uppmaning till forskarsamhället: fler forskare, och särskilt de som fokuserar de nya medierna, borde hämta näring från och tydligt adressera policyfrågor. Uppmaningen är svår att invända mot. Det gör inte heller Douglas Kellner, då han i den första delens sista kapitel påpekar, att nya medier kräver en ny litteraritet. De växlar Kellner drar på detta faktum är omfattande: han föreslår en rekonstruktion av den samtida pedagogiken. Det om något är väl att adressera policyfrågor?

En jämförelse mellan två framträdande perspektiv i forskningen om nya medier är temat för ett av de fyra kapitlen i antologins andra del. Leah Lievrouw jämför där diffusionsforskningen (Rogers, 1962) med SST-forskningen (*Social Shaping of Technology*). Lievrouw konstaterar, att den stora skillnaden mellan de olika perspektiven är att diffusionsforskningen i mindre utsträckning än SST-forskning betraktar IKT som öppna för alternativa tolkningar av vad tekniken är och av hur den ska användas. Men hon påpekar också att de båda perspektiven har en hel del gemensamt, till exempel en bakgrund i Chicagoskolans interaktionistiska perspektiv.

I samma del, *Technology Design and Development*, ger den franske sociologen Patrice Flichy en utmärkt beskrivning av sitt perspektiv på teknikutvecklingen, som betonar ekonomiska och sociala

faktorerers inflytande. För Flichy är teknikutvecklingen alltid social – den involverar socialt influerade val vid olika utvecklingsskeden. Socialt influerade val påverkar också utformningen av infrastruktur, hävdar Susan Leigh Star och Geoffrey C. Bowker i bokens nionde kapitel. De två amerikanska kommunikationsforskarna påpekar bland annat att utformningen av infrastruktur alltid rymmer etiska och politiska dimensioner, varför designprocesserna bakom infrastrukturen bör vara öppna – öppna för inflytande från många intressenter och flexibla för senare förändringar.

Skillnaden mellan att beskriva en bok som uppslagsrikt mångfacetterad och att beskriva den med det mindre tilltalande epitetet spretig är naturligtvis hårfin. Men att denna antologi befinner sig närmare det sistnämnda än det förstnämnda har förmodligen redan blivit uppenbart. Kapiteln i bokens två första delar berör allt från utbildning till infrastruktur, med politik och diffusionsteori däremellan. Det blir onekligen så, att alla dessa tankar, som samlats inom en gemensam pärm, drar åt lite olika håll.

Och det blir mer av den varan. För ett av kapitlen i antologins tredje del, *New media and organizing*, handlar om smarta agenter och kärnfrågan är: ”vad händer med nätverksorganiseringen när dessa nätverk befolkas av smarta agenter”? Frågan flankeras av en diskussion som gör tydligt att Kathleen M. Carleys tankar om de nya medierna och organisering är mer än lovligt okänsliga för tekniken som en social och kulturell artefakt, något som ställer henne vid sidan av många andra av bokens författare.

Bättre är då att de övriga av den tredje delens bidragsgivare är noggranna med att betona att forskningen om organisationskommunikation borde inrikta sig mer på kommunikation och organisation än på teknik, en passning som nämnde Carley tydligen missat. I ett av kapitlen blir det dock kanske för mycket av det goda. Francois Bar och Caroline Simard konstaterar efter en översikt över studier av implementeringen av nya medier i industriella organisationer, att implementeringen får olika resultat i olika organisationer. Det hade de inte behövt skriva en artikel för att konstatera. Intressantare är då kapitlet av amerikanerna Michele Jackson, Marshall Scott Poole och Tim Kuhn. Efter en initierad genomgång av konstruktivistiska idéer om teknik adresserar de det aktuella fältet *knowledge management*. De konstaterar att det inom detta fält finns en tendens att tillskriva tekniken i sig för stor, självständig vikt. Istället, menar de, borde sociala och kulturella faktorer i organisationerna uppmärksammas i högre utsträckning.

Med några lysande undantag bidrar också antologins fjärde del, *Systems, industries and markets*, mer till yvighet snarare än uppslagsrikedom. För det är inte oproblematiskt att ge ekonomitunga artiklar så stort utrymme i en annars samhällsvetenskapligt orienterad bok. Klusterdynamik (kapitel 17), handels- och industripolicy (kapitel 19), teorier om industriell förändring (kapitel 20) och elektronisk kommers (kapitel 21) är obekväma partners till perspektiv som betonar kommunikation, kultur och samhälle. Givetvis är delen intressant som en orientering i de vidsträckta frågor som de nya medierna väckt, men det finns också en risk att kartan blir för stor och därmed mindre användbar som en förenklad avbild av en komplex forskningsverklighet – kartan blir *för* lik verkligheten.

Icke desto mindre rymmer delen ett par kapitel som är värda att särskilt uppmärksamma, främst Pablo Boczkowskis artikel om utvecklingen och användningen av tidningar *on-line*. Artikelns utgör dels en förtjänstfull översikt över forskningen på området, dels en argumentation för viktiga steg framåt för framtida studier – Boczkowski argumenterar för mer etnografi på såväl produktionssidan som på användarsidan. Heather Hudsons kapitel väcker den nästan alltid aktuella frågan om *access*, men med en delvis ny tvist: Istället för det gamla begreppet *universal service* argumenterar hon för det nya begreppet *universal access*. Medan *universal service* i stor utsträckning hör hemma i den era som hade telefonen som dominerande kommunikationsmedel och därför i första hand har använts för att adressera frågor om rättvis tillgång till grundläggande telefon-teknik, är begreppet *universal access* mer anpassat till de samtida omständigheterna, menar Hudson. *Universal access*, påpekar Hudson, kan till exempel rymma såväl frågor om infrastruktur och utbudet av tjänster som kostnadsaspekter och tillförlitlighet. Begreppet är således mer omfattande än den obsoleta släktingen universell service.

Heather Hudsons kapitel kommer nära policydiskussionerna runt de nya medierna och föregriper därmed antologins femte del: *Policy and regulation*. I den femte delens introduktion slår de tre amerikanska forskarna Bella Mody, Harry M. Trebing och Laura Stein fast, att marknaden är en otillräcklig regleringsmekanism. Därför ska inte policyfrågor handla om huruvida nya medier ska regleras politiskt eller inte, utan om på *vilka* sätt de ska blir föremål för politisk reglering – onekligen ett välkommet argument efter det sena 1900-talets avregleringsiver.

Alla delens artiklar skriver också under på detta argument. Dwayne Winseck inleder delen med en

hård och välriktad anklagelse mot WTO, Världshandelsorganisationen:

[...] I argue that the WTO is integral to efforts to create a global order based on limited democracy, where governance is about managing the technical and legal infrastructure of the global economy rather than promoting democracy. This is evident in the absence of normative issues from the WTO's telecommunication policy regime and by the chasm between this framework and the most vital human rights document of our times, i.e. the Universal Declaration of Human Rights (1948) and the International Covenant on Civil and Political Liberties (1966).

Världshandelsorganisationen, som har varit en ledande aktör i utformandet av 1980- och 1990-talets regelverk för den globala kommunikationsordningen, har bidragit till att de nya medierna blivit ekonomins tekniker på demokratins bekostnad, hävdar Winseck. En väg ut ur dilemmat ser den Ottawabaserade forskaren i en förening mellan WTO:s ekonomiska ambitioner och grundläggande mänskliga rättigheter. Föreningen kan bli verklighet om WTO i högre utsträckning än vad som nu är fallet uppmärksammar att de nya medierna har en särställning – att de inte bara är viktiga för globaliseringen av ekonomin utan att de också rymmer förmågan att bidra till en global utbredning av de mänskliga rättigheterna.

I Laura Steins kapitel, *New global media and communication policy: the role of the state in the twenty first century*, presenteras tre framträdande policydiskussioner, åtminstone som sammanhanget ser ut från Steins amerikanska horisont: de om *privacy*, upphovsrätt och yttrandefrihet. Därpå följer en gedigen genomgång av tre policyprinciper: marknadsreglering, nationell reglering och internationell reglering. Artiklen avslutas med en appell till forskningen om att i högre utsträckning uppmärksamma och studera den globala regleringen av nya medier. Givetvis kan man önska sig mer av ett kapitel i en bok som gör anspråk på att samla upp diskussioner och peka ut nya vägar – Steins förslag får knappast någon att gå i taket, varken av glädje eller vrede.

Det gör nog däremot Oscar H. Gandys angelägna och provocerande artikel, *The real digital divide: citizens versus consumers*. När begreppet digital klyfta har använts så många gånger att det riskerar att bli en kliché, laddar Oscar Gandy den med nytt innehåll: den verkliga klyftan i det framväxande samhället är inte den mellan de som har och de som

inte har tillgång till den nya tekniken. Den verkliga klyftan finns istället mellan två av människans roller – rollen som konsument och rollen som medborgare. Konsekvent, hävdar Gandy, är det konsumentens intressen snarare än medborgarens som gynnas i den samtida medieutvecklingen. Gandys kapitel uppmanar därför forskningen att dels uppmärksamma medborgarens situation, dels försöka influera policyskapare till att i högre utsträckning än vad som nu är fallet forma de nya medierna till medborgarnas och demokratins tekniker.

Del fem innehåller två ytterligare kapitel. Ett kapitel av den mediejuridiske experten Stefaan Verhulst om regleringsfrågor relaterade till innehållet på internet. Ett annat om arbetsmarknaden (Gwen Urey), vilket inte direkt bidrar till att minska intrycket att antologin i sin helhet är lite *för* mångfacetterad.

Intrycket förstärks onekligen av inledningen till bokens sjätte del, *Culture and New Media*. För så långt kommen i antologin har de nya medierna varit en infrastrukturell angelägenhet, arbetsredskap, politikens tekniker, tekniker för gemenskaper, tekniker för kunskapsutveckling och verktyg för skapandet av en ny ekonomi. De har med andra ord antagit många olika skepnader. Men i Mark Posters inledning till del sex blir de plötsligt något ytterligare annat och mer spektakulärt – tekniker som tar oss in i en ny era!

Dessvärre har Mark Poster fått till uppgift att introducera antologins del om nya medier och kultur. "Dessvärre" för att delen under hans ledning omedelbart kläs i vad som med en viss förenkling kan beskrivas som postmodern skrud. Poster säger i sin inledning ungefär det som han brukar säga om nya medier (jfr. Poster, 1995; 1997; 1999): de skapar nya subjekt, upplöser gränserna mellan maskin och människa och deras kulturella effekter kan inte förstås med hävdvunna begrepp och idéer; de nya medierna måste förstås som postmoderna. Dessutom påpekar han också, att studiet av de nya medierna kräver tvärvetenskaplighet och en historisk medvetenhet om tidigare nya medier – en viktigt men så klart inte helt oväntad synpunkt från en historiker som argumenterar för sitt ämnes vikt.

Mest intressant av kapitlen i antologins sista del är den brittiska sociologen Don Slaters artikel, kanske för att han är den av bidragsgivarna som minst delar Mark Posters utgångspunkter. Don Slater argumenterar att de nya mediernas betydelse, liksom radions, tevens och telefonens före dem, måste förstås utifrån hur de uppfattas och tillvaratas i olika sociala och kulturella kontexter, något han anser att forskningen om de nya medierna till dags dato varit

slarvig med att uppmärksamma. Don Slater markerar också avstånd från idéerna om en *internet culture*, han påpekar i artikelns inledning:

The very idea of approaching the new media in terms of a sharp distinction between the online and the offline has given research in this area a peculiar profile [...] The research agenda from this point of view focuses not on the characteristics and uses of these new media as means of communication but rather on the kinds of social life and cultures that they are capable of sustaining, and how these specifically online socialities relate to the 'offline world' (s. 533).

Antagandena om en internetkultur bygger på två misstag, hävdar Slater. Förutom tendensen att skapa en skarp distinktion mellan livet *online* och den verkliga världen, vilken han adresserar i citatet, är det ett också ett misstag att betrakta internetkulturen som en kultur. Det borde snarast vara flera olika kulturer som i sin tur måste ses som att vara delar av den verkliga världens sociala och kulturella villkor.

Jennifer Daryl Slacks och J. Macgregor Wises gemensamma kapitel är en gedigen genomgång av kopplingen mellan teknik och kultur. De båda teknikintresserade amerikanerna, med rötter i *cultural studies*, ger dock en överdrivet tilltagen introduktion av kulturstudier som fält före det att de närmar sig tekniken. Väl där argumenterar de bland annat, att allt för få studier har gjorts av olika tekniker från *cultural studies*-horisont. För *cultural studies* – hävdar Slack och Wise – erbjuder en bra plattform för kritik och utveckling av befintliga uppfattningar om teknik.

Respekt

Respekt. Redan i sitt inledande kapitel påpekar de båda redaktörerna Sonia Livingstone och Leah Lievrouw att ett viktigt argument för att ge ut antologin har varit att den ska höja anseendet för studier av nya medier. De nämns sällan, eller aldrig, med respekt i den akademiska världens prestigepublikationer, menar redaktörerna. Kommer då handboken att bidra till ökad respekt för det framväxande fältet?

Givetvis väcker en så skrymmande volym som *The Handbook of New Media* respekt i sig. Den lockar säkerligen till sig en del nyfikna blickar på bibliotekens nyförvärvshyllor. Dessutom är volymen också början på en kanonisering och en sådan tenderar att höja ett fälts anseende – på gott och på ont.

Men samtidigt är antologins stora bredd och därmed volym också dess problem. Inte någon skulle ha kommit på idén att i en och samma bok samla artiklar om tevens kulturella betydelse, tevens betydelse för politiken, Tv-tittandets konsekvenser för företagens organisering, infrastrukturell policy på teveområdet, tevens betydelse för vår förståelse av plats samt tevens betydelse som länk mellan producenter och konsument av varor (Tv-shop). Åtminstone inte på ett sådant sätt att det grundläggande perspektivet på vad Tv är varierar så mycket mellan de olika bidragen. Ifråga om respekt hade nog fältet vunnit på att redaktörerna Livingstone och Lievrouw vågat vara mer selektiva och arbetat med tydligare utgångspunkter i valet av vilka perspektiv på och idéer om de nya medierna som ska inkluderas. Ska företagsekonomiska ansatser dela utrymme med kulturinriktade?

Om nu ambitionen ändå har varit att satsa mer på bredd än på fokusering finns det skäl att väcka frågan, om antologin inte är för smal, trots sitt omfång. För mot bakgrund av ambitionen att vara bred kan en rad olika områden beskrivas vara saknade. Varför får inte pedagogiken större utrymme? Var är alla de många psykologerna som studerar människadatorinteraktion? Finns det inga forskare som studerar informationssökning på internet som är intressanta?

Dessa tillkortakommanden till trots svarar antologin mot flera av de förväntningar som kan ställas till den. Dels ger den inblick i och sammanfattar aktuella diskussioner på fältet, dels – framförallt – föreslår den vägar framåt för forskningen, både uttalat och mellan raderna.

Vägar framåt

Ifråga om vägar framåt är det särskilt fyra spår som är värda att uppmärksamma. För det första att det snart måste vara dags att kasta ut diskussionen om *teknikdeterminism*, åtminstone ur forskningen. Det är onekligen tröttsamt att i studie efter studie och artikel efter artikel tvingas läsa om hur forskare för en diskussion med en tekniksyn ("tekniken bestämmer samhället") som knappt ens finns representerad inom forskningsdebatten (den tar dessutom textutrymme från viktigare resonemang). Diskussionen har kanhända sin plats i policydiskussioner och i den allmänna debatten. Men att vi har sett tillräckligt av den inom forskningen föreslår inte minst dess överdrivna närvaro i denna antologi.

För det andra behövs det mer *etnografi*. Det föreslår en rad olika av antologins författare från en rad olika utgångspunkter. När en kulturinspirerad

forskare föreslår mer etnografi kan det betraktas som en partsinlaga, ett argument för det egna perspektivet. Men det går knappast att avfärda argumentet som en partsinlaga när det kommer från så många olika håll som i denna antologi. Företagsekonomer, organisationsforskare och policyforskare är alla rörande överens om att forskningsfältet runt de nya medierna skulle må bra av fler etnografiskt inspirerade studier. Då skulle nog bland annat en del vidlyftiga antaganden om den nya teknikens konsekvenser nyanseras.

Intimt kopplad till argumentet att det behövs fler etnografiska studier är också en uppmaning till fler *empiriska studier* i stort. För trots att de nya medierna egentligen inte är så nya längre är de empiriska studierna relativt få, åtminstone vid en jämförelse med i vilken utsträckning tidningar, radio och Tv blir föremål för studier. Det finns till exempel få medievetenskapliga studier av de nya mediernas form och innehåll. Få är också studierna om användningen av och uppfattningen om dem i olika användarkontexter, med några aktuella undantag (Livingstone, 2002; Sjöberg, 2002). Lika få är produktionsstudierna runt till exempel internetportalerna – tidningsredaktionernas yngre släkting.

En ytterligare gångbar väg för forskningen på området framöver är att tydligare adresseras *policyfrågor*. Det föreslår framförallt antologins del om just policy. Frågan är bara vilken typ av policystudier som ska uppmuntras.

Ett forskningsområde med policykoppling som definitivt borde vara på uttågande, åtminstone i dess mest förenklade form, är frågan om *tillgång* till de nya medierna. Givetvis är det en viktig fråga, något annat är det inte tal om. Däremot har kanske frågan om fysisk tillgång till den nya tekniken renderats väl mycket uppmärksamhet på bekostnad av andra, viktiga policyfrågor. Önskvärt är att mer energi läggs på att till exempel studera kunskaper om och användningen av de nya medierna bland olika grupper av användare, för att utifrån sådana kunskaper adressera policyfrågor. Ett annat, relaterat tema är att tydligare adressera medborgarrollen. Detta genom att utifrån studier ställa frågor om till exempel vilka ytterligare policyåtgärder som skulle krävas för att de nya medierna ska bli medborgarens hellre än konsumentens tekniker. I förlängningen av sådana studier ligger så klart också en möjlighet att formulera en idé om *public service* på de nya mediernas område – hur ska tillgången till och möjligheterna till användning av de nya medierna regleras för att de ska bli medborgarens verktyg?

Mot bakgrund av dessa fyra övergripande förslag om vägar framåt för forskningen om nya medier har årets bokutgivning på området lämnat en del

glädjande besked. Policyfrågor adresseras i örebro-historikern Lars Ilshammars avhandling *Offentlighetens nya rum – Teknik och politik i Sverige 1969-1999*. En etnografisk studie av såväl internets form som den kultur som präglade IT-erans företag har presenterats (Robert Willim, *Framtid.nu: Flyt och friktion i ett snabbt företag*). Dessutom har den brittiske sociologen Frank Webster givit ut en uppdaterad upplaga av boken *Theories of the Information Society*.²

Tre böcker

Lars Ilshammar: Offentlighetens nya rum – Teknik och politik i Sverige 1969-1999

Lars Ilshammars bok om offentlighetens nya rum formerar sig runt en paradox. Samtidigt som de nya mediernas möjligheter till insyn och deltagande i samhällslivet hyllas av den politiska retoriken, har lagstiftningen dragit åt motsatt håll – mot mindre statligt ansvar för medborgarens tillgång till ny teknik och mot fler restriktioner vad gäller tillgången till offentlig information, hävdar Lars Ilshammar. Den demokratiundergrävande politiska praktiken har också inneburit ett brott mot traditionen. Tidigare har den informationspolitiska arbetsdelningen i Sverige rymt att staten både agerar garant för alla medborgares likvärdiga tillgång till informationstekniker och verkar för medborgarnas insyn i samhälleliga beslutsprocesser genom en omfattande offentlighetsprincip. De senaste 30 årens politik har avslöjat minskande ambitioner på området, menar Ilshammar.

Hur och varför har detta offentlighetens förfall kunnat ske? Förfallet har haft ”dels tekniska, dels politiska och ideologiska orsaker”, svarar Lars Ilshammar med utgångspunkt från fyra svenska fallstudier: de politiska processerna runt i tur och ordning data-lagen, 1969-1973, där offentlighets- och sekretesslagskommittén (OSA) hade en viktig roll, personuppgiftslagen (PuL) 1995-1999, kabelstiftningen 1982-1985 och den nya telepolitiken, 1988-1991, där post- och teleutredningen (PTU) ingick.

De tekniska orsakerna först: den snabba tekniska utvecklingen på data-, tele- och medieområdet har fört med sig att teknisk expertis kunnat inta en framträdande roll i beredningsarbetet före politiska beslut. Expertinflytandet har bidragit till att göra de i grunden ideologiska frågorna om teknikens roll i samhället till tekniska frågor. Här är också politikerna skyldiga, då inte heller de har förmått lyfta fram teknikutvecklingens politiska dimensioner. Även mer övergripande, ideologiska stämningar har bidragit till förändringen. Den nya politiska inrikt-

ningen på teknikområdet rimmar väl med den nyliberala världsåskådningen, som vurmar för ekonomisk avreglering och privatisering av statlig infrastruktur. Dessutom har besluten påverkats av en rädsla för att en utbredd tillgång till digital, offentlig information ska skapa ett Orwellskt storebrorssamhälle.

För den som har följt Lars Ilshammar i IT-debatten under de senaste åren är detta inga nya tankar. De stigar han trampar är till exempel välbekanta från boken *Net.wars: kampen om nätet* (tillsammans med kollegan Ola Larsson, 1999). Avhandlingens stora poäng blir istället att den genom sina välformulerade beskrivningar av de politiska processerna fyller ut bilden av den offentlighetsfientliga utvecklingen, en bild vars konturer många skissat men aldrig fyllt ut.

Avhandlingen har dock ett par viktiga brister: med sitt fokus på den nya tekniken och på just politiska processer kan Ilshammar sägas missa andra, viktiga komponenter i offentlighetens kris. För det första att förfallet är mer omfattande än frågorna om medborgarnas tillgång till de nya medierna och möjlighet att ta del av information i digital form. Även andra delar av medievärlden bidrar starkt till undergrävandet av utrymmet för debatt. Begrepp som kommersialisering och tabloidisering kan nämnas bara för att indikera några av de offentlighetsproblem som Ilshammar med sin problemställning inte adresserar. Dessutom – för det andra – har kanske inte just politiska processer varit den viktigaste drivkraften bakom förändringarna. En rad andra debattörer har till exempel betonat de ekonomiska intressenas betydelse för utvecklingen (se Schiller, 1999).

Därför är risken så klart stor, att verklighetens offentlighetskris överträffar den som Lars Ilshammar berättar om. För om förfallet bara handlat om politiska beslut, kan det ju stoppas, och berättelsen kan få ett lyckligt slut. Men berättelsen om ekonomins kolonisering av offentligheten lämnar däremot inga motsvarande öppningar. Tyvärr.

Robert Willim: Framtid.nu: Flyt och friktion i ett snabbt företag

Även Robert Willims bok *Framtid.nu: Flyt och friktion i ett snabbt företag* är en doktorsavhandling, i etnologi. Boken är ett viktigt steg på vägen mot en förståelse för kulturen i och den så småningom falnande retoriken runt IT-företagen i den tidigare ”nya” ekonomin.

”Kapitalet dansar, tekniken uppgraderas och de som omhuldar snabba förändringar känner sig hipa. I denna jordmån växte Framfabs profil som

ett snabbt företag fram. Image och utseende var centralt.” Så tilltalande presenteras några av Robert Willims analytiska poänger och skarpa iakttagelser. Detta – de välformulerade och skarpa iakttagelserna – är något som är genomgående i Willims tredelade studie, som dels är en studie av kulturen i företaget Framfab (den svenske IT-gurun Jonas Birgerssons företag), dels en studie av retoriken runt den tidigare så heta IT-branschen och dessutom en genomlysning av datorns och internets form.

Willims studie ger många så kallade aha-upplevelser, det är en stor behållning av boken. Men kanske bjuder den på för många av dessa små igenkänningsinsikter; den riktigt sammanhållande ramen saknas. Till exempel så hänger avsnittet som fokuserar datorns form bara löst ihop med analyserna av Framfabs kontorsmiljö och organisationskultur. Dessutom stannar de analytiska poängerna ofta vid identifierandet av dem, utan att de senare vävs samman till en mer övergripande syntes. Det tydliga greppet om boken – ”vad betyder då allt detta som vi ser och känner igen oss i?” – saknas.

Här hade Robert Willim kanske varit hjälpt av Raymond Williams klassiska och till svenska nyligen översatta studie ”Tv: teknik och kulturell form” (2001). Den brittiska litteraturprofessorn, som visar hur medieutvecklingen och mediernas former kan kopplas till det omgivande samhället, hade nog kunnat inspirera till att skapa sammanhållande länkar mellan de många sporadiska iakttagelserna. Dessutom hade Robert Willims kritiska udd blivit lite spetsigare med hjälp av Williams idéer.

Men det är en både spännande och viktig studie som Robert Willim presenterar. Den ger onekligen perspektiv på vår samtidshistoria med ”ny ekonomi”, IT-bubblor och bredband.

Allra mest intressanta är dock Willims analyser av IT-visionärernas retorik och alldeles särskilt i ljuset av deras minst sagt marginella position i dag, bara några få år efter det att de hyllats som den nya tidens hjältar. Willim beskriver hur IT-visionärerna såg framför sig en arbetsplats där alla kollegor var kompisar och hur de frammanade bilder av en utveckling som skulle spränga alla nationalekonomers mått. De utgjorde – som Willim träffande beskriver det – en förhoppningsfabrik. Men fabriken lade som bekant ner produktionen innan den ens hade börjat leverera.

Frank Webster: Theories of the Information Society

Frank Webster har en imponerande produktion bakom sig. Han har bland annat skrivit boken *Infor-*

mation Technology: A Luddite Analysis tillsammans med Kevin Robins (1986) och på senare tid har han varit redaktör för boken *Culture and Politics in the Information Age*. Men hans mest omskrivna bok är förmodligen *Theories of the Information Society* från 1995. Och nu, bara sju år senare, åtar han sig ännu en gång uppgiften att försöka besvara frågan: Hur stor skillnad krävs för att det ska vara en skillnad?

"Informationssamhället" har blivit en kliché i ordets rätta bemärkelse, en utnött och uttömd fras. Att den tömts på innehåll görs om inte annat tydligt av dess förmåga att fungera som förklaring i alla upptänkliga sammanhang. Bland annat har vi hört hur informationssamhället är att skylla för den stress som leder till utbrändhet och att informationssamhället ställer högre krav på social kompetens. "Det är det här informationssamhället", kan också en tågresenär mumla och få medpassageraren att nicka instämmande. Båda tror att de vet vad den andre syftar på, fast egentligen menar de helt olika saker.

Det är mot den här bakgrunden som Frank Webster presenterar ambitionen med sin bok: att kritiskt diskutera informationens plats i det samtida samhället. Boken handlar därför inte om "informationssamhället", trots sin titel – den syftar inte till att beskriva eller förklara "informationssamhället". Istället utgör boken ett kritiskt ifrågasättande av idén om det samtida samhället som ett informationssamhälle.

Utgivningen av en andra, omarbetad upplaga väcker givetvis förväntningar på omfattande uppdateringar, särskilt som bokens tema diskuterats flitigt sedan sist. Den kan förväntas rymma referenser till de senaste årens debatter på fältet, och den kan också avkrävas en del mer omfattande förändringar, som att tanketraditioner som inte längre är särskilt väl representerade i debatten tonas ned till förmån för andra. Riktigt så genomgripande är dock inte uppdateringen, avslöjar en jämförelse mellan innehållet i den nya och den gamla upplagan.

Upplägget i de båda upplagorna är detsamma. Efter en introduktion där Frank Webster förklarar sig kritisk till idén om "informationssamhället", markerar det numera obligatoriska avståndstagandet från teknikdeterministiska förklaringar av samhällsutvecklingen och arbetar sig igenom olika definitioner av informationssamhället, startar en beläst guidning genom teoretiska landskap.

Redan i det första kapitlet blir ett uppdateringsproblem tydligt. Websters omfattande presentation och kritik av sociologen Daniel Bells (1973) tankar från det tidiga 1970-talet är inte helt aktuell, eftersom Bells tankar om det postindustriella informationssamhället redan har varit föremål för många kri-

tiska betraktelser och inte utövar något betydande inflytande på den samtida forskningen. Detsamma gäller regleringsteorin, som Webster introducerar och kritiserar i det följande kapitlet. Det krävs ett omfattande sökande i nyutgiven litteratur för att hitta skolbildningens samtida språkrör. Någon sådan sökning har Webster för övrigt inte gjort.

Däremot ger regleringsteorins yngre kusin en mer aktuell förståelse för det informationstättade samhället – idéerna om samtiden som den flexibla specialiseringens era. Den flexibla specialiseringens intellektuella företrädare, som David Harvey (1989) med hans tankar om tids- och rumskompression samt Scott Lash och John Urry (1994), vilka betonar den större organisatoriska flexibilitet som den nya informationstekniken underbygger, lämnar viktiga bidrag till en förståelse för samhället och kulturen. De här idéerna introducerar Frank Webster förtjänstfullt.

Också den på senare år så omtalade spanske kulturgeografen Manuel Castells betraktar informationen som central i samhället. I vidare likhet med den flexibla specialiseringens protegéer undviker han dock att ställa sig bakom samtidsbeskrivningen "informationssamhälle". Utifrån en utomordentligt noggrann läsning av Castells trebandsverk *The Information Age: Economy, Society and Culture* argumenterar Webster, att Castells bild av samtiden rymmer både kontinuitet och förändring. Kontinuiteten utgörs av den fortfarande rådande, eller till och med eskalerande kapitalismen, medan den informationstekniska utvecklingen driver fram förändringarna inom kapitalismens ramar. "Informationell kapitalism" är en mer precis beskrivning av samtiden, hävdar Castells, och ger därför ytterligare bränsle till Frank Webster kritiska genomlysning av "informationssamhället".

Att kapitalismen fortfarande är den dominerande samhällsformaren håller den kritiska teorin med om. Frank Webster ger en gedigen introduktion till den neo-marxistiska bilden av samtiden. Enligt denna har den nya informationstekniken inte skapat något "informationssamhälle". Den kritiska teorin föreslår istället att tekniken är skapad i den transnationella kapitalismens intressen och bidrar till att utvidga dess dominans. Resultatet blir: mer av detsamma, inget nytt. Kapitlet lämnar dock en hel del i övrigt att önska ifråga om referensramarnas uppdatering. En samtida författare som amerikanen Robert McChesney (1999) får till exempel stå i skuggan av Herbert Schiller, trots att det mellan Schillers tankar om information och samhälle och samtidens mediesituation ligger närmare 20 år av data- och telekommunikationsutveckling. Den klyftan borde Frank Webster ha lagt mer energi på att överbrygga.

Två av bokens kapitel är egentligen märkliga, för varken den tyske filosofen Jürgen Habermas eller den brittiske sociologen Anthony Giddens har vederligen haft särskilt mycket att säga om just "informationssamhället". Nu plockar Webster ändå fram deras idéer om information och samhälle genom att läsa mellan raderna, och det gör han med den äran. På litet utrymme ger han en god bild av Anthony Giddens idéer på området: vilken roll spelar informationen i skapandet av och utvecklingen i det moderna samhället? På lika få rader introducerar han också Habermas tankar om information och oförligheten. Men även i de här kapitlen kan egentligen mer omfattande uppdateringar avkrävas Webster. Den giddensinspirerade James Slevins (2000) tankar om internet och samhället borde renderats större uppmärksamhet och till exempel Roza Tsagarousianous (m.fl., 1998) studier av internet som oförlighet förtjänar åtminstone ett omnämnande.

Efter att ha vandrat bokens alla teoretiska leder är det inte utan att man är beredd att hålla med några av kritikerna till den förra upplagan: varför skriver Frank Webster så mycket om en idé han inte tror på? Svaret på den frågan kan bara Webster själv ge, men tänkbart är att han en gång för alla vill visa att idén om ett "informationssamhälle" helt enkelt inte håller, inte från någon utgångspunkt. Sammantaget lyckas han onekligen bra med det, även om de många perspektiven och infallsvinklarna gör texten bitvis rörig. Bland annat är det svårt att alltid urskilja vad som är Frank Websters tankar om andras tankar och vad som bara är återgivande av andras tankar.

En mer allvarlig invändning mot boken är, att den uteslutande fokuserar makroperspektiv i sin kritik av "informationssamhället". Den uppfylls av ekonomi- och tekniktunga teorier. Därmed utelämnas en rad andra intressanta perspektiv. Boken är till exempel helt i avsaknad av den kritik mot idéerna om informationssamhället som till exempel *cultural studies*-forskningen erbjuder genom författare som amerikanen Jonathan Sterne (1999) och den brittiske medieforskaren Roger Silverstone (1994). Nog borde också denna tradition beredas tillfälle att få reflektera över idén om informationssamhället, i alla fall om det också skulle bli en tredje upplaga.

Men hur stor skillnad krävs då för att det ska vara en skillnad? Ja, åtminstone oerhört mycket mer än att det finns mer information i omlopp. I grunden är inte skillnaden så stor mellan samhället idag och samhället för, låt säga, 50 år sedan, menar Frank Webster. Åtminstone är den inte tillräckligt stor för att det skulle vara relevant att ge samtiden den nya etiketten "informationssamhälle".

En uppmaning till MKV

Sammantaget visar de fyra böckerna – de två svenska avhandlingarna, Frank Websters teoretiska översikt samt Sonia Livingstones och Leah Lievrouw's antologi – på intressanta tendenser i den samtida forskningen runt de nya medierna, eller mer allmänt de nya informations- och kommunikationsteknikerna. Mest intressant är, vilket också indikeras i artikelns inledning, att de så tydligt markerar avstånd från det tidiga teoretiserandet omkring de nya medierna.

Borta är därför idéerna om nya medier som skapare av en ny kultur. Frank Webster vänder onekligen upp och ner på de allra flesta idéer i denna riktning med sin kritiska genomlysning av begreppet informationssamhälle. Borta är även tankarna på de nya medierna som världsförändrare som gör våra etablerade begrepp och tankar om världen föråldrade. Till exempel så visar Robert Willim med all önskvärd tydlighet att det går utmärkt att förstå också den "nya" världen med hjälp av etnologins traditionella, kultur-analytiska verktyg. Och borta är också förhoppningarna på de nya teknikerna som självklara världsförbättrare. Lars Ilshammar visar definitivt att det ligger en hel del politik och ideologi bakom de nya informations- och kommunikationsteknikernas utveckling.

Kort sagt: utrymmet för att leka fria associationer runt de nya teknikerna har starkt begränsats.

Hur ska det sammanhanget betraktas från en MKV-utgångspunkt: är det bra att det numera är de mer traditionella frågorna och perspektiven som är de dominerande på fältet? Ja, definitivt. För nu blir vad som redan varit tydligt yttermera uppenbart: medie- och kommunikationsvetenskapen, med sina samlade kunskaper om produktionen, konstruktionen och konsumtionen av symboliska former, är bättre skickad än de flesta discipliner att hårbärgera studier om de nya medierna och deras sociala och kulturella betydelse.

Man skulle till och med – för att göra det extra tydligt – kunna dra det så långt som till att säga att medie- och kommunikationsvetenskapen är i position att helt enkelt bara göra den typen av studier som den brukar göra, men med ett tydligare fokus på de nya medierna, då skulle den vara som allra mest nyttig för forskningen om nya medier. Den lyxen är få andra ämnen förunnade på detta område. För den som är osäker på rimligheten i påståendet, eller fortfarande är osäker på exakt *hur* detta skulle gå till, kan James Slevins bok *The Internet and Society* (2000) rekommenderas. Den ger en inkörsport till forskningsfältet som nog inte ens de mest tvivlande medievetarerna kan invända emot.

Dessvärre har ämnet fram tills nu varit relativt svagt representerat på fältet för de ”nya medierna”. Så här långt har framförallt andra samhällsvetare, till exempel statsvetare och sociologer, varit mer framträdande i diskussionerna, även om det så klart finns lysande undantag. Men också forskare som närmast sig de nya medierna från det systemvetenskapliga hållet har varit mer röststarka än medie- och kommunikationsvetare, och kanske alldeles särskilt på ett så traditionellt medievetenskapligt område som medier och demokrati (se t. ex. Ohlin, 1999; Ranerup, 2000; Grönlund, 2001). Man behöver inte

vara ämnesimperialist för att se nackdelarna i detta förhållande – ska frågor om medier och demokrati domineras av forskning som bottnar i flödesscheman och variabelanalyser?

”Helst inte”, måste väl svaret bli. Därför hoppas jag att denna översiktsartikel bidrar till att identifiera möjligheter. Möjligheter till fler medievetenskapliga studier av de nya medierna med utgångspunkt i traditionellt medievetenskapliga frågeställningar. Då gör vi nämligen det befintliga, fortfarande framväxande forskningsfältet en stor tjänst.

Noter

1. Kort om några begrepp: Begreppen de nya medier, ny informations- och kommunikationsteknik och IKT kommer i denna artikel att användas synonymt, av flera skäl. Främst för att böckernas författare tenderar att använda dem på det sättet – alldeles särskilt de olika författarna i antologin *The Handbook of New Media*. Men också för att skapa en mer varierad språkanvändning. Med de olika begreppen syftar böckernas författare i första hand på datorer och internet, men ibland också på digitala medier i mer allmän bemärkelse. Om inget annat påpekas eller tydligt framgår av sammanhanget är det också i denna text datorer och internet som avses med de olika begreppen. Sporadiskt används också kortformen ”teknik”. I första hand i de fall där böckernas författare själva använder begreppet (se särskilt avsnitten om Ilshammars och Willims studier), men ibland också som en kortform för informations- och kommunikationsteknik.
2. Delar av texterna om dessa böcker har tidigare publicerats som recensioner. Ett stort tack riktas därför till Sydsvenska Dagbladets kulturredaktion för tillåtelse att använda dem i detta sammanhang.

Referenser

- Bell, D. (1973) *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture into Social Forecasting*. Penguin: Peregrine Books.
- Castells, M. (1996/1999) *The Information Age: Economy, Society and Culture. Vol. 1: The Rise of the Network Society*. Blackwell Publishers.
- Castells, M. (1997/1999) *The Information Age: Economy, Society and Culture. Vol. 2: The Power of Identity*. Blackwell Publishers.
- Castells, M. (1998/1999) *The Information Age: Economy, Society and Culture. Vol. 3: End of Millennium*. Blackwell Publishers.
- Grönlund, Åke (2001) *IT, dekomokrati och medborgarnas deltagande*. Vinnova.
- Haraway, D. (1991) *Simians, Cyborgs and Women: the Re-invention of Nature*. Routledge.
- Harvey, D. (1989) *The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change*. Blackwell.
- Holmes, D. (1997) ‘Introduction: Virtual Politics – Identity and Community in Cyberspace’. I D. Holmes red. *Virtual Politics: Identity and Community in Cyberspace*. Sage.
- Ilshamar, L. & O. Larsmo (1999) *net.wars: kampen om nätet*. Andra upplagan. Atlas.
- Jones, S.G. red. (1994) *CyberSociety: Computer-Mediated Communication and Community*. Sage.
- Jones, S.G. red. (1997) *Virtual Culture: Identity and Communication in Cybersociety*. Sage.
- Jones, S.G. red. (1998) *CyberSociety 2.0: Revisiting Computer-Mediated Communication and Community*. Sage.
- Lash, S & J. Urry (1994) *Economies of Signs and Space*. Sage.
- Livingstone, S. (2002) *Young People and New Media*. Sage.
- McChesney, R. (1999) *Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times*. University of Illinois Press.
- Nygren, G. (2001) *Medier och medborgare i den digitala kommunen: en undersökning om lokal politisk kommunikation i medier och på kommunala webbplatser*. Lic.avhandling. JMK.
- Ohlin, T. (1998) *Samhällsdialogen: kontakter mellan medborgare och samhälle; nya former för politiskt deltagande*. Kommunikationsforskningsberedningen (KFB): Fritze.
- Poster, M. (1995) *The Second Media Age*. Polity Press.

- Poster, M. (1997) 'Cyberdemocracy: internet and the public sphere'. I D. Porter red. (1997) *Internet Culture*. Routledge.
- Poster, M. (1999) 'Underdetermination'. I *New Media and Society*. Vol 1 (1). Sage.
- Ranerup, A. (2000) 'On-line Forums as an Arena for Political Discussions.' I T. Ishida & K. Isbister red. *Digital Cities. Technologies, Experiences, and Future Perspectives*. Springer.
- Rheingold, H. (1994/1999) *The Virtual Community*. I H. Mackay & T. O'Sullivan red. *The Media Reader: Continuity and Transformation*. Sage i samarbete med The Open University.
- Schiller, D. (1999) *Digital Capitalism: Networking the Global Market System*. MIT.
- Silverstone, R. (1994) *Television and Everyday Life*. Routledge.
- Sjöberg, U. (2002) *Screen Rites: A Study of Swedish Young People's Use and Meaning-making of Screen Based Media in Everyday Life*. Avh. Lund Studies in Media and Communication.
- Slevin, J. (2000) *The Internet and Society*. Polity Press.
- Sterne, J. (1999) 'Thinking the Internet: Cultural Studies Versus the Millennium'. I S.G. Jones red. *Doing Internet Research: Critical Issues and Methods for Examining the Net*. Sage.
- Stone, R. A. (1991) 'Will the Real Body Please Stand Up: Boundary Stories about Virtual Cultures. I M. Benedict red. *Cyberspace: the First Steps*. MIT Press.
- Sussman, G. (1997) *Communication, Technology and Politics in the Information Age*. Sage.
- Tsagarousianou, R., D. Tambini & C. Bryan red. (1998) *Cyberdemocracy: Technology, Cities and Civic Networks*. Routledge.
- Webster, F. & K. Robins (1986) *Information Technology: A Luddite Analysis*. Routledge.
- Williams, R. (2001/1974) *TV: teknik och kulturell form*. Övers. Gunnar Sandin. Arkiv Förlag.

Ny bok från NORDICOM



Mångfald i medieforskningen

Nordiska medieforskare reflekterar 4

Red: Ulla Carlsson

164 sidor, 2003, ISBN 91-89471-17-2

200 SEK exkl moms & porto

Innehåll

<i>Ulla Carlsson</i> Några inledande ord	7
<i>Madeleine Kleberg</i> Välkomna till 25 år med SMASSK	11
<i>Sverker Sörlin</i> De osynliga medieforskarna. Några tankar om mediesamhället, makten och forskningens uppgift	25
<i>Peter Esaiasson</i> Omedvetna kommunikationsforskare?	35
<i>Erik Hedling</i> Filmvetenskapliga utvecklingstendenser. Exemplet "High Concept"	41
<i>Malin Åkerström</i> Om en sociologs användning av medier	49
<i>Lennart Weibull</i> Forskaridentitet i förändring. Några personliga reflexioner kring svensk medieforskning	57
<i>Birgitta Höijer</i> Mångfald i medievetenskapen	63
<i>Göran Bolin</i> Medieforskning mellan kultur och samhälle. För en integrativ medievetenskap	71
<i>Jesper Falkheimer</i> Jag tänker kommunikation, alltså är jag	89
<i>André Jansson</i> Tids nog märker man att man vill göra något eget. Om forskarens självförverkligande och fältets förvandling	99
<i>Anna Maria Jönsson</i> Mångfaldens välsignelse och förbannelse	109
<i>Amanda Lagerkvist</i> Medie- och kommunikationsvetenskapens privilegierade position	119
<i>Annika Sjölander</i> Kärnproblemen och medie- och kommunikations- vetenskapen	129
<i>Dino Viscovi</i> Kommunikation och praxis. Eller min svenska MKV-historia	147
Författarna	163

Beställ från: NORDICOM, Göteborgs universitet, Box 713, SE 405 30 Göteborg

fax: + 46 31 773 46 55, e-post: anja.ryne@nordicom.gu.se

Recensioner

Bo Reimer:

Uppspel. Den svenska TV-sportens historia

Stockholm: Stiftelsen Etermedierna i Sverige, 2002, 337 s.,

ISSN 1400-7274.

Bo Reimer præsenterer med bogen *Uppspel. Den svenska TV-sportens historia* sit bidrag til det store ambitiøse svenske mediehistoriske projekt, hvor man har sat sig for at belyse de svenske ærmediers fremkomst og udvikling frem til monopolbruddet. *Uppspel. Den svenska TV-sportens historia* er således den 18. udgivelse fra projektet, men udvider perspektivet idet bogen behandler perioden helt frem til dækningen af Olympiske Lege i Sydney i efteråret 2000. Titlen til trods fastholder bogen dog i kapitlet om perioden efter monopolbruddet projektets oprindelige fokus på SVT og berører kun de nye konkurrenters bidrag til udvikling af TV-sporten i begrænset omfang.

Set i lyset af de fælles træk ved mediesystemet i de nordiske lande, samt de mere beskedne mediehistoriske indsatser, som er gjort i de øvrige lande, må man unægtelig kaste sig over projektets omfangsrige udgivelser med en blanding af misundelse og ægte nysgerrighed. Og i dette tilfælde belønnes også den ikke-svenske læser, da bogen hurtigt åbenbarer, at der på tv-sportens område både har været store ligheder og forskelle de nordiske lande imellem.

I *Uppspels* indledende kapitel gør Bo Reimer en hel del ud af at fremlægge fremstillingens præmisser. Først og fremmest pointerer han, at tv-sportens udvikling ikke kan forstås kontekstløst. Dermed ønsker han at understrege, at han med bogen vil forsøge at vise hvorledes TV-Sporten ikke automatisk har fulgt tidsånden men snarere gennem tilpasning har forsøgt at bibeholde kontrollen over sin egen programvirksomhed. I praksis betyder det, at bogen forsøger at forene bredere kulturhistoriske perspektiver med mere snævre institutionshistoriske og programhistoriske perspektiver – men hele tiden ud fra et SVT-loyalt perspektiv. I samme kapitel præ-

senterer forfatteren to andre centrale præmisser for fremstillingen. Set ud fra en mediehistorisk betragtning er det nemlig vigtigt, at forfatteren selv gør opmærksom på, at han ikke har forsøgt at forholde sig distanceret til det, som han har undersøgt:

Mitt "uppspel" sker från en speciell plats. Jag är själv idrottsintresserad, och jag har inte försökt att förhålla mig distanserad till det jag studerar. Arbetsprocessen har bestått i en växling mellan kritisk distans og passionerad inlevelse. (s.17).

I forlængelse heraf er fremstillingen også blevet lagt an på at nå ud til en bredere læserskare end den akademisk interesserede, hvilket bl.a. betyder at forfatteren bevidst har undladt fortløbende at inddrage dokumentation, men i stedet for har henlagt det til en ganske omfattende bilagsdel sidst i bogen.

Förhoppningen är att boken kan läsas med tillbakablickande glädje af TV- och sportfantaster. Men förhoppningen är också att den kan säga något meningsfullt om den allt viktigare roll som televiserad sport spelar i den svenska kulturen. (s. 18).

Bogens opbygning skal således forstås i lyset af intentionen om at nå ud til en bredere læsergruppe. Bogen er struktureret ud fra to overordnede principper, idet en kronologisk og overvejende deskriptiv synsvinkel forsøges kombineret med en mere analytisk dybdegående og/ eller fortolkningsmæssig reflekterende synsvinkel. Men i fremstillingen skilles de ad og forfatteren præsenterer dem selv som 3 forskellige former for perspektiv på stoffet: normalfokus, indzoomning og udzoomning. Kombinati-

nen og adskillelsen af de forskellige synsvinkler sætter sig klarest igennem i bogens overordnede opbygning, idet bogen efter det indledende kapitel består af en kronologisk del (kap. 2-7), hvor udviklingen i tv-sporten behandles overvejende deskriptivt gennem en periodisering, og det følges af to kapitler (kap. 8-9), hvor der i det ene gås i dybden med udviklinger i produktionen af fodboldtransmissioner og i det andet sættes udviklingen i sportsdækningen ind i en overordnet samfundsmæssig og international sammenhæng. Endelig rundes bogen af i kapitel 10, hvor forfatteren diskuterer tv-sportens fremtidige rolle og de problemer, som tv-sporten i en public service forpligtet institution konfronterer i et felt med voksende økonomiske interesser.

Det absolutte tyngdepunkt i bogen ligger i de kronologisk strukturerede kapitler, hvor forfatteren på basis af SVTs egne program- og seerstatistikker, seening af programmer, interviews med nuværende og tidligere medarbejdere samt inddragelse af omtale af tv-dækningen i pressen får beskrevet centrale træk ved udviklingen af svensk tv-sport.

Udviklingen beskrives gennem 6 perioder, som på nær den første hver dækker et årti.

Beskrivelsen tager sit afsæt i kapitel 2: "Vägen til televiserad sport", hvor forfatteren med meget brede penselstrøg beskriver, hvorledes sport før svensk tvs opståen gennem mange år havde været genstand for dækning i de øvrige massemedier: aviser, magasiner, film, radio, samt udenlandsk tv. Pointen i kapitlet er at vise, at sport i mange år både nationalt og internationalt har haft massemediernes bevågenhed, og at der lå en række formidlingsmæssige, produktionelle og samarbejds-mæssige erfaringer, som svensk tv havde mulighed for at tage afsæt i – men kun i begrænset omfang ser ud til at have benyttet sig af. Den primære årsag til at svensk tv begyndte at dække sport, var at sportens begivenheder bød sig til som tilgængeligt og populært stof – de mere principielle kulturpolitiske diskussioner om sportens rolle i en public service-stations programudbud, ser ikke ud til at have fundet sted. Forfatteren synes dog sidst i kapitlet at stå tilbage med et par løse ender, når han forsøger at forklare hvorfor sporten påtrods af stoffets lave kulturelle status alligevel kom til at indgå som en del af svensk tvs programindhold fra starten. Kan det tænkes, at Radiotjänst, ligesom det var tilfældet i Danmarks Radio, bevidst kalkulerede med at inddrage mere populært stof i det nye dyre medie for simpelt hen at få flere til at anskaffe sig et tv-apparat og ad den vej få fjernsynsvirksomheden til økonomisk at hvile i sig selv?

I de efterfølgende kapitler bliver tv-sportens tilblivelse og efterfølgende konsolidering beskrevet i et

kombineret institutions- og programhistorisk perspektiv. Kapitlet "TV-sporten søger sin form" belyser således minutøst hvorledes redaktionen blev etableret, de ledelsesmæssige forhold faldt på plads og hvordan man i perioden 1954-60 gradvist fandt sin form i takt med at man fik etableret en fast skabelon for hvilke nationale og internationale begivenheder, som man ville dække i løbet af året. Der redegøres meget tæt for hvilke begivenheder, som blev dækket i de første år, hvilke kommentatorer, som man efterhånden fandt ud af at benytte, samt hvilke bestanddele programmerne bestod af. En af kapitlets mest interessante bidrag er inddragelsen af udvalgt presseomtale af tvs sportsdækning. Her synliggøres en meget veludviklet refleksion i den del af offentligheden, som tv-anmeldere og sportsredaktører udgør, over det nye visuelle medies formidlingsmæssige muligheder og begrænsninger.

Den meget substantielle beskrivelse rummer et væld af nyttige og interessante informationer om både institutionshistoriske og programhistoriske forhold. Kapitlet byder på en detaljeret gennemgang af Sveriges Radios dækning af VM i fodbold i Sverige i 1958, hvor stationen blev sat på sin hidtil mest krævende produktionelle opgave. Den tidlige udfordring med at dække så stor en begivenhed i direkte og forskudte udsendelser til potentielt 100 millioner seere gav stationen nogle uvurderlige produktionelle erfaringer, som man har trukket på i mange år.

Endelig vil jeg fremhæve kapitlets fokusering på kommentatorfunktionen, som er en ret underbelyst, men meget central rolle i sportstransmissioner. Her synliggør forfatteren via presseomtalen og interviews på fremragende og meget substantiel vis, hvorledes det nye billedmedie satte helt nye rammer op for kommentatoren.

Et principielt problem ved kapitlet (og resten af den kronologiske fremstilling) er, at forfatteren overvejende baserer sin fremstilling på en gennemgang af hvilke store nationale og internationale begivenheder, som redaktionen gradvist fandt ud af var tv-egnede, og man derfor ville transmissionsdække. Dette snit er relevant men kunne godt fortjene en mere indgående diskussion. Det valgte begivenhedsperspektiv er begrundet med, at det er de store begivenheder, som har vakt særlig opmærksomhed hos publikum, idet de har påvirket dagligdagen og dækningen har sat store seer-rekorder.

Konsekvensen er, at en stor del af de begivenheder, som bliver defineret som en af svensk tv-sports traditioner, er internationale begivenheder, som er blevet udbudt over Eurovisionen og produceret af andre landes tv-stationer. Man kan vel derfor godt diskutere, hvorvidt det siger noget specielt om

svensk tv-sport, at SVT sendte det? Dette programmateriale har været let tilgængeligt og relativt billigt, og svensk tv har kun i begrænset omfang sat sit eget produktionsfingerstryk på det. Der har altså også været en del pragmatiske begrundelser for valg af bestemte begivenheder og stofområdet har af økonomiske årsager siden tvs barndom både i Sverige og i andre lande i høj grad været præget af en stærk international orientering. Dette forhold fremstillingen sig desværre ikke til.

Hvis man vil belyse tv-sportens formidlingsrolle i en kulturpolitisk forpligtet public service-station er rutinedækningen af sporten – herunder den nationale sport – mindst ligeså central som dækning af store internationale begivenheder. Netop set i lyset af det nationale og kulturelle perspektiv ville en analyse af SVTs dækning af svensk idræt med hensyn til genrer og alsidighed også have været særdeles relevant. En dækning, som antageligt har fundet sted via de ugentlige magasinprogrammer, som Radiotjänst allerede udviklede og sendte fra 1957-58.

Det efterfølgende kapitel: "Verkligheten tränger sig på" (1961-1969) beskriver en periode præget af både programmæssig konsolidering men også fremkomst af nye konflikter. Ligesom i det foregående kapitel er der overvejende tale om en kronologisk struktureret beskrivelse af udvalgte store internationale begivenheder, som svensk tv-sport dækker i disse år. Der sættes dog især fokus på de begivenheder, hvor samfundsmæssige udviklinger, som f.eks. den voksende politiske bevidsthed internationalt og i det svenske samfund, og commercialisering, har sat sit meget tydelige fingerstryk på begivenheden og svensk tvs dækning heraf. Gennemgangen af f.eks. dækningen af Olympiske Lege fra Innsbruck og Tokyo i 1964, viser hvorledes sportsbegivenheder via tv-teknologien er på vej til at udvikle sig til globale begivenheder. Og gennem en glimrende beskrivelse af forløbet op til dækning af VM i ishockey i Wien 1967 vises det, hvorledes den internationale sports fremvoksende commercialisering genererer en række konflikter mellem EBU, som på vegne af medlemsinstitutionerne havde fastlagt en række faste regler for reklame i forbindelse med transmissioner, og det internationale ishockeyforbund. For SVT, som qua den nationale interesse for netop ishockey, var særlig presset af konflikten betød den et længere forhandlingsforløb, hvor rettighedspriserne steg og eksterne parter fra de svenske dagblade blandede sig.

I sidste halvdel af kapitlet bliver der sat fokus på den politisering, som sporten op gennem det 20. århundrede gentagne gange er blevet genstand for og også svensk tv-sport derfor bliver hvirvlet ind i.

Når 1969 bliver et skæringspunkt i periodiseringen hænger det bl.a. sammen med, at SVT i 1969 begyndte at konkurrere med sig selv, og for tv-sporten medførte det store organisatoriske forandringer. Man fik ny ledelse, en del flere stillinger, skulle producere mere og rekrutterede i årene umiddelbart efter en del nyt personale. Dette beskrives indledningsvist i kapitel 5 "Sverige står stilla" (1970-1980). Men som forfatteren også må notere sig i opsamlingen, ser det ikke ud til at have haft synderlig stor betydning for den redaktionelle linje. Ellers er også dette kapitel en kronologisk gennemgang af dækning af centrale internationale begivenheder som f.eks. Olympiske Lege, og VM i ski i Falun. Kapitlet byder dog på en væsentlig afvigelse fra begivenhedsfokuseringen idet det rummer en beskrivelse af programmet *Tipsextra*, som startede i 1969. Programmet, som var et resultat af fælles rettighedsforhandlinger i Nordvisionssamarbejdet, blev lanceret i forbindelse med den nye kanalstruktur og blev en institution på svensk tv i de næste 27 år. Undervejs gennemgik programmet en række kvalitative forandringer i retning af det mere familie- og underholdningsorienterede – som godt kunne have for tjent en mere indgående beskrivelse.

I stedet for samles opmærksomheden om en gennemgang af de store internationale sportspræstationer, som svenske sportsfolk stod for i perioden og som SVT formidlede til det svenske folk. Beskrivelserne af OL-dækningen rummer meget tætte beskrivelser af periodens svenske sportslige triumfer og kommentatorenes bidrag til oplevelsen. De giver således den svenske læser godt stof til at genopleve nogle af periodens oplevelsesmæssige højdepunkter. Årtiets to dominerende sportspersonligheder, Ingemar Stenmark og Bjørn Borg, har utvivlsomt haft stor betydning for interessen for svensk tv-sport. Men fremstillingen lider i dette kapitel under en tendens til at sammenblande det sports- og tv-historiske perspektiv. Den passionerede sportsfan vinder over den analytiske mediehistoriker, hvilket antageligt vil tiltale den almene læser, men set fra en mediehistorisk synsvinkel får det de principielle pointer til at fortone sig. Måske fordi der reelt ikke skete de store mediemæssige forandringer i denne periode?

Set fra en mediehistorisk – og mere akademisk – betragtning er de to efterfølgende kapitler: "Commercialisering og konkurrence" (1981-1991) og "TV-sporten söker åter sin form" (1992-2001) noget mere interessante, da tv-sporten i løbet af 80'erne og 90'erne gennemgik væsentlige forandringer. Dette beroede først og fremmest på, at sporten i begyndelsen af 80'erne for alvor gik ind i en commerciali-

sering. Dette kom til udtryk i en tiltagende reklame-eksponering, stigning i rettighedspriserne, en vækst i selve sportssystemet, hvor begivenhederne voksede og nye kom til – overvejende af kommercielle grunde. Og i samme periode begyndte public service-tv at konfrontere en ny konkurrencesituation.

Selvom man også i dette kapitel får en opsamling på diverse svenske sportslige triumfer på tennisbaner og skiløjper verden over fokuserer kapitlet på en række principielle klager over tv-sportens programmer bragt op i Radionämnden. Klager, som varslede, at den hidtidige redaktionelle linje ville komme under beskyldning i fremtiden. Først og fremmest drejer det sig om klager over de reklamer, som sportens begivenheder og personer nu i stigende omfang eksponderede, men som fortsat var bandlyst i public service-tv, hvis de på nogen måde kunne undgås. Selvom der tidligere havde været klager af samme art var det først i begyndelsen af 80'erne, at Radionämnden gav klageren medhold i at SVT havde medvirket til unødvendig eksponering af kommercielle interesser på tv. Dette var et vigtigt signal til redaktionen om at skærpe sine vurderinger af, hvornår et indslag eller dele af en begivenhed fik andet end nyhedsmæssig karakter. I samme årti blev redaktionen også indklaget for Radionämnden for den kønsmæssige skævvridning i dækningen og for at dække idrætsudøvere, som var blevet sortlistet af FNs Center Against Apartheid. Med andre ord blev den redaktionelle linje igen inddraget i den aktuelle politiske dagsorden, idet de herskende sportsjournalistiske nyheds- og kvalitetskriterier kolliderede med en stærk politisk dagsorden i det omgivende samfund. Endnu engang var det redaktionens insisteren på at adskille sport og politik, som blev anfægtet og i forlængelse heraf fik krav om indførelse af mere traditionelle journalistiske kriterier ørenlyd. Også selvom man indirekte havde imødekommet dele af kritikken ved i samme årti at ansætte flere kvindelige medarbejdere – dog uden syndelig indflydelse på de programmæssige prioriteringer.

Med TV3s fremkomst blev SVTs monopol brudt og allerede fra 1988 blev det tydeligt, at nye tider var i vente. Den nye konkurrent gik ind i konkurrencen på sportsområdet og opkøbte rettighederne til nogle af de store internationale begivenheder, som ellers havde udgjort en del af rygraden i SVTs dækning og som grundet svensk sportslig succes havde stor national interesse: ishockey og tennis.

Konkurrencen skulle blive forstærket ganske væsentlig i 90'erne og det affødte en del forandringer i dækningen. Med ansættelsen af en ny chef i 1991 fik redaktionen da også en person, som kunne matche de nye tider. Den nye chef, Bo Gentzel, havde stor journalistisk erfaring i SVT på radio og tv, men

en meget vigtig kvalifikation var, at han i en længere periode havde været marketingschef for Adidas og derfor havde gode kontakter til de store idrætsforbund. Kontakter som kunne udnyttes i den nye intensiverede konkurrence på rettighedsmarkedet.

90'erne bød ydermere på et internationalt gennembrud for svensk fodbold, der på lang sigt banede vejen for to programmæssige nyskabelser: et specialmagasin om fodbold, *Fotbollskväll* i 1993 og en helt ny form for intensiv og omfattende dækning af kampene ved VM i fodbold i USA 1994.

Men konkurrencen og sportens kommercialisering satte skub i de mest markante forandringer: der kom flere kvindelige sportsjournalister – og de kom ind på mændenes hidtidige domæner: kommentatorposten. Og de kvindelige idrætsudøvere fik større bevågenhed i dækningen. Endelig bød 90'erne på fremkomst af en skærpet nyhedsorientering og en række dokumentarprogrammer, som til forskel fra tidligere kritiske programmer i 70'erne nu blev til på initiativ af SVTs egen sportsredaktion. Det interessante – som vi dog desværre ikke får nogen forklaring på – er at de nye programmer ikke ser ud til at være decideret kritiske.

Efter denne omfattende gennemgang af udviklinger i SVTs sportsdækning som helhed følger i kapitel 8 en tættere analyse af udviklingen af tv-sportens kvantitativt set altdominerende genre: sports- transmissionen. Formålet med denne 'indzoomning' er at belyse hvorledes medieringen af en sportsbegivenhed til en tv-begivenhed både er undergået en del forandringer men også har fastholdt en række genkommende træk igennem 50 år. Som eksempel-materiale bruges dækningen af VM i fodbold fra 1958-1998, men der refereres også til andre begivenheder. Kapitlet rummer en række væsentlige diskussioner og informationer om de mangeartede overvejelser, som gennem tiderne har knyttet sig til denne transformation af et stykke virkelighed til en tv-tekst. Ikke blot kan man konstatere en forandring over tid. Der er også nationale forskelle i de visuelle fremstillingsformer, hvilket både er kulturelt og praktisk, teknisk begrundet. Alt i alt rummer kapitlet en række meget generelle betragtninger men også specifikke oplysninger om både den visuelle del af medieringen og kommentatorrollen. Men bogens ellers bærende nationale SVT- perspektiv glider bort, fordi vi ikke får et mere nuanceret eller samlet bud på en særlig svensk æstetik. Dette hænger igen sammen med, at eksempelmaterialet, VM i fodbold, er store begivenheder, som netop er internationale produktioner, hvor SVT 'kun' bidrager med studie-, ENG- og kommentatordelen. Kapitlet har set under ét lidt svært ved at holde et analytisk fokus, hvilket

kan synes lidt ærgerligt, når man i bilagsdelen finder et righoldigt analytisk materiale, som slet ikke bliver udtømt.

Bogen rundes af i de to sidste kapitler, hvor tv-sportens udvikling først sættes ind i et bredere samfundsmæssigt perspektiv. I et meget bredt anlagt kapitel 9 beskrives centrale internationale udviklinger i forholdet mellem sport og tv, ligesom sportens og tvs generelle kulturelle betydning tages op. I denne 'udzoomning' bliver bogens bagvedliggende populærkulturelle perspektiv ligeledes ekspliciteret i et forsøg på at etablere en forbindelse mellem fremstillingens hidtidige mikroniveau og et makroniveau. Det er helt centrale emner som f.eks. rettighedsproblemet, kommerialiseringen af sport og medier, tvs rolle som konstruktør af national identitet, som her tages op. Men da der ofte refereres til netop internationale udviklinger bliver det lidt uklart i hvort stort omfang disse har sat sig igennem i Sverige. Både medie- og sportsverdenen er i en vis udstrækning underlagt internationale udviklinger – men at sætte lighedstegn mellem f.eks. den olympiske bevægelses kommerialisering og svensk idræt som helhed går vel næppe an?

I en vis forstand råder forfatteren i kapitel 10 bod på nogle af de mangler, som jeg har hæftet mig i det foregående. Afslutningsvist samles der her op på det historiske forløb ved at diskutere public service-tvs fremtidige muligheder og forpligtelser på tv-sportens område. Her pointeres netop vigtigheden af rutinedækningen, hensynet til alsidighed, balancen mellem det brede og det smalle etc. Der gribes således fat i sportsorganisationernes lidt forældede opfattelse af tv-sportsredaktionen som et PR-agentur for deres idræt, og medarbejdere fra tv-sporten argumenterer for en mere selvstændig redaktion, som har egne, professionelle kvalitetskriterier. Dernæst tematiseres sportsredaktionens specielle status og kultur på SVT, og det pointeres meget præcist, at konkurrencesituationen nødvendiggør et samarbejde både internt i organisationen og med eksterne parter. Tv-sporten indgår i en helt ny mediemæssig og idrætslig kontekst, hvor samarbejde med andre tv-kanaler, andre medieplatforme og ikke mindst med sportsorganisationerne er en nødvendig-

hed. Det sætter sit direkte fingeraftryk i dækningen, hvilket bl.a. fremgår af nyskabelsen fra 1993, fodboldmagasinet *Fotbollskväll*, som primært blev til efter pres fra det svenske fodboldforbund under rettighedsforhandlingerne. Selvom det kun er fodbold- og ishockeyforbundet, som har så stærk en forhandlingsposition, siger det en del om det nye samarbejdsklima.

På baggrund af redaktionens bredde og medarbejdernes forskellige holdninger til skismaet mellem underholdning og journalistik, ender forfatteren dog ud med at udtrykke tillid til redaktionens samlede evne til at håndtere udviklingen. Det beror ikke mindst på netop fremkomsten af sportsdokumentaren i 90'erne. Netop deres analytiske og kulturelle tilgang repræsenterer det, som han ser som kernen i public service; "Att gi människor medierade upplevelser som säger något betydelsefullt om mänskligt liv och om de förhållanden under vilka livet utspelar sig."

Som det helst skulle være fremgået undervejs er dette en absolut læseværdig bog, som ikke mindst grundet sin informationsrigdom er en sand guldgrube. Forfatteren forsøger at holde mange bolde i luften undervejs, idet han inddrager mange perspektiver og tager afsæt i en ganske omfattende empiri. Denne nuancerede tilgang bliver måske også bogens svaghed. Det indlevende sportshistoriske perspektiv har i nogle passager en tendens til at vinde over et mere analytisk mediehistorisk perspektiv. Det betyder bl.a. at omtalen af begivenheder kommer til at fylde meget. Hvilket jo er helt i overensstemmelse med forfatterens egne intentioner! Men set udfra et mediehistorisk perspektiv betyder denne strategi, at der er udviklingsmæssige pointer, som ikke bliver trukket skarpt nok op, da de har en tendens til at forsvinde i materialerigdommen eller forfatteren har for travlt med at komme videre til næste begivenhed.

*Kirsten Frandsen
Institut for Informations- og
Medievidenskab
Aarhus Universitet*

1990-talet avsatte stora mediehistoriska verk i samtliga nordiska länder. Dagspressens, radions och televisionens framväxt har systematiserats och tolkats. När man ser de många digra volymerna ligger tanken ibland nära till hands att historieskrivningen nu är färdig. Nu vet vi, för att ta några exempel, när den partipolitiska pressen slog igenom eller hur ljudradions nyhetssändningar växte fram – och vi kan därmed lägga historien till handlingarna och på nytt ägna oss åt nutid och nyskapande, för att anknyta till Friedrich Nietzsches kritik av historieskrivandet.¹

Men vid närmare eftertanke är en sådan tankegång givetvis felaktig. Tvärtom är det först nu när det finns ett slags ram att både anknyta till och rikta kritik mot som de fördjupade historiska analyserna kan göras i full skala. Det är nu det finns möjligheter till både komparation och fördjupning. Dessutom finns det stora behov att perspektivera själva historieskrivningen: Vad är det egentligen vi gör när vi studerar ett visst historiskt skede? Är det något slags samtida verklighet vi är ute efter? Söker vi det autentiska – och går det i så fall att nå detta utan någon vetenskaplig modell? För att belysa sådana frågor krävs ansatser som problematiserar skrivandet av mediehistoria på ett nytt sätt. Ett exempel på en bok som jag uppfattar ha ett sådant syfte är antologin *Media History: Theories Methods Analysis* (2002), redigerad av de danska medieforskarna Niels Brügger och Søren Kolstrup, båda vid Århus universitets institution för informations- och mediestudier.

Att skriva mediehistoria

Antologin *Media History* är resultatet av ett internationellt seminarium med samma titel som ägde rum vid Århus universitet våren 1999. De publicerade artiklarna sammanfaller dock inte helt med vad som presenterades vid seminariet, utan har skrivits med seminariet som utgångspunkt. Antologin innehåller sju bidrag samt en inledning av redaktörerna. Av författarna kommer två från USA, en från Nederländerna, en från Sverige och övriga från Danmark. Artiklarna varierar relativt mycket i omfattning – från Søren Kolstrups omfattande översikt av förändringarna i dansk tidningsjournalistik vid förra sekelskiftet till Per Jauerts kortfattade essä om att skriva radiohistoria som del av kulturhistorien.

Vid ett ytligt påseende är *Media History* spretig. Det finns artiklar om network television i USA, dansk tidningshistoria, TV-produktioner om det nederländska kungahuset och svensk ljudradio-utveckling – och det är svårt att finna någon gemensam grund. Men redaktörerna har både genom kompositionen av boken och genom en principiellt klargörande inledning ändå lyckats skapa en helhet. Dessutom är det uppenbart att man också haft som ambition att de enskilda artiklarna skall lyfta fram de teoretiska och metodologiska perspektiven.

I sitt introducerande bidrag lyfter redaktörerna fram fem generella problemområden som på olika sätt berörs i de enskilda artiklarna: (1) the definition of 'media', (2) the understanding of history, (3) the direction of historic changes, their speed and their perspective, (4) the periodisation, (5) the source problem (s 8). Därefter gör redaktörerna en översikt av hur författarna behandlar respektive problemområde. Som introduktion är bidraget föredömligt, inte minst genom att man inte bara låter artiklarna bli exempel på det ena eller det andra perspektivet utan att för varje problemområde söker visa hur detta kommer till uttryck i de olika bidragen.

Mediehistoria som kulturhistoria

De första två problemområden som redaktörerna pekar på – vad som skall ligga i media respektive i historia – när man sysslar med mediehistoria ligger nära frågan om förhållandet mellan mediehistoria och kulturhistoria. Detta är också det perspektiv som står i centrum för de två amerikanska bidragsgivarna Christopher Anderson och Michael Curtin, båda från Indiana University, i artikeln *Writing Cultural History: The Challenge of Radio and Television*. Artikeln är en bra översikt av förändrade synsätt inom den mediehistoriska forskningen, från industri- och teknikhistorisk fokusering till en inriktning på den sociala och kulturella kontexten. Författarna tillämpar perspektivet på nätverkstelevisionen nedgång i USA. Deras slutsats är att de amerikanska nätverkens stora era under 1960- och 1970-talen inte var en 'naturligt' form för radio och TV i det moderna samhället utan 'a distinct moment in history, a transitory convergence of historical forces that produced a particular contingent response...' (s 25).

Det finns egentligen inget att invända i sak mot vad som står i artikeln, författarna argumenterar intresseväckande för sin tolkning vad som utmärker de förändringar som nu pågår.² Och det är givetvis viktigt att det visas på kontextens betydelse med tanke på att det är lätt att bli mediehistoriker i snäv mening, men bidraget ger knappast något teoretiskt nytt och pekar inte vidare. Det är synd, eftersom en mediehistorisk forskning med en egen profil måste förhålla sig både till teknikhistoria och till kulturhistoria och det dessutom börjar hända mycket på detta området i Europa idag. Exempelvis saknar man referenser till tyska forskare som Friedrich Kittler och Jochen Hörisch.

‘Mediernas’ historia?

I ett sådant perspektiv är den springande punkten vad som skall läggas in i ‘medier’. I antologins teoretiskt mest ambitiösa kapitel diskuteras den frågan explicit av Niels Brügger. Brügger gör en inträngande analys av tre olika historiska skolors sätt att se på medier: (1) den kanadensiska, främst Harold Innis and Marshall McLuhan, (2) den amerikanska varianten av denna, främst Joshua Meyrowitz och Roger Fidler och (3) den franska Annalesskolan, främst Lucien Febvre och Michel Foucault. Utifrån en medieteoretisk analys landar han i begreppet ‘mediacy’. Mediacy, om jag läser honom rätt på sidorna 42ff, står både för mediet i sig (‘an object that is clearly distinct from the other objects’) och för dess förhållande andra komponenter i vad jag skulle kalla mediesystemet (sändare, mottagare, referenser till verkligheten). Mediacy innehåller två egenskaper – ‘authenticity’ (mediets faktiska roll) och ‘potentiality’ (mediets möjliga roll), vilka har ett dialektiskt förhållande till varandra.

Brügers analys är stimulerande att fundera över, även om den kanske sätter nya, och ibland svårtolkade³, namn på välkända fenomen. Den innebär att mediebegreppet breddas och den möjliggör ökad förståelse för förändringar då medier skiftar position. I och med att Brügger i endast en avslutande exkurs tillämpar sitt synsätt är det svårt att bedöma hur långt synsättet bär för mediehistoriska studier; å andra sidan är diskussionen oavsett detta viktig, eftersom den tvingar till funderingar över vad vi med tanke på dagens teknikutveckling överhuvudtaget skall lägga i medievetenskap.

En mera tillämpad syn på hur en medieteknik förändras finns i Carin Åbergs utmärkta översikt av radions framväxt i Sverige: *When the Wireless Became Radio*. Hon berör ett medium som länge var försummat, men vars utveckling nu börjar bli allt

bättre dokumenterad, något som även Per Jauert bidrar till genom sin artikel. Åberg lyckas väl karaktärisera den långsiktiga förändringen hos radion i fråga om musiken och radiodramat i ett kulturteoretiskt perspektiv; och hon är i motsats till andra ovanligt beläst i tysk litteratur.⁴ Det man skulle önska var en mera inträngande analys av övergången dels från offentliga högtalare på allmän plats till radiosändare, dels från privat till publik radio – från en radio med meddelanden för sjöfarande till en rundradio.

Att gå vidare

Jauert bidrar med flera intressanta synpunkter genom sina reflexioner om radions förändring i ett kulturhistoriska perspektiv. När man parallellläser hans och Carin Åbergs artiklar ser man omedelbart potentialen i komparativa studier. Jauert redovisar en dansk studie av radiopublikens syn på musiken i radio 1928/29. Den visar inte oväntat att samtidsens musikutbud i dansk radio var mera highbrow än musiksmaken i samhället. Samma resultat framgår även av ungefär samtidigt gjorda publikundersökningar i Finland och Sverige. Här borde finnas stora möjligheter till en komparativ fördjupning.

Detsamma gäller de artiklar som jag inte har utrymme att beröra särskilt ingående. Den ena är Søren Kolstrups mycket intressanta analys av hur journalistiken förändrats i dansk press mellan 1875 och 1914. Det särskilt spännande i Kolstrups studie är att den tornar ner redaktörernas personliga insats och visar på de sociala och kulturella krafternas betydelse, t ex i fråga om Cavling och *Politiken*, men i mindre utsträckning berör vad som låg bakom dessa.⁵ För en svensk är detta särskilt intressant, eftersom Danmark vid denna tid var källan för innovationer i svensk journalistik – vilka först nådde Malmö och betydligt senare fick genomslag i Stockholm. Gunhild Aggers innehållsrika och väldokumenterade artikel, *Proximity and Distance*, behandlar olika perspektiv på TV-fiktion. Just genom det perspektiv hon anlägger ter sig just jämförande analyser, helst mellan de nordiska länderna mycket angelägna.

* * *

Sammantaget är *Media History* en antologi som inte helt lever upp till sin underrubrik *Theory Methods Analysis*, i varje fall inte om man kräver att få de slutliga svaren. Men den motsvarar däremot högt ställda krav när det gäller att lyfta fram frågor som är viktiga att fundera kring i dagens mediehistoriska forskning. Volymen illustrerar väl de frågor som nu,

sedan de stora volymerna är skrivna, måste angripas för att vi skall kunna gå vidare och teoretiskt och metodlogiskt utveckla forskningen om villkoren för hur medier förändras.

Noter

1. I uppsatsen *Vom Nutzen und Nachteil der Historia für das Leben* i *Unzeitmässige Betrachtungen* från 1873. Synsättet problematiseras i en mycket intressant artikel om arkeologins historiesyn av Björn Magnusson Staaf (Historiens vaktmästare, *Res Publica* Nr 53, 2002).
2. Däremot har jag svårt att förstå den ytliga parallell som dras till europeisk public service-TV, vars monopol ofta var politiskt bestämt, i motsats till det amerikanska (s 24).
3. Ett exempel är 'consumption' som inte står för användning utan för potentiell användning (s 50f).
4. Däremot saknar man en del litteratur från det svenska etermedieprojektet och irriteras man av flera skrivfel i referenslistan.
5. Det finns en intressant svensk avhandling som berör detta något genom att studera de handböcker för god journalistik som gavs ut då och då och som ofta berörde journalistisk form (Lindstedt, I /1998/ *Till de unga som ämna bliva tidningsmän*. Göteborg, JMG).

Lennart Weibull
JMG
Göteborgs universitet

Tom Moring & Andrea Nordqvist (red):

Svenska Medier i Finland

*Helsingfors, Svenska social- och kommunalhögskolan vid
Helsingfors universitet, 2002, 238 p., ISBN 952-10-0350-2,
ISSN 1235-0966*

Svenskspråkiga medier levererar kontinuerligt nyheter, reportage, kommentarer och underhållning till cirka nio miljoner människor, varav de allra flesta bor i Sverige, eller är svenskar i förskingringen.

Men en betydande minoritet på cirka 300 000 svensktalande mediekonsumenter finns i Finland, där de har ett förbluffande rikt medieutbud på sitt eget modersmål.

Kontrasten är stor när man jämför denna språkliga minoritets mediesituation med förhållandena för finskspråkiga som bosatt sig i Sverige. Medan de senare får hålla till godo med korta nyhetssändningar och enstaka program på udda sändningstider har de svenskspråkiga i Finland ett rikt utbud av press, radio och i viss mån också TV på sitt eget modersmål.

Det är heller inte den svenska situationen som avviker från mönstret, utan den finska. Med några få undantag, som franskspråkiga i Kanada och katalaner i Spanien, lever språkliga minoriteter världen över ofta i mediefattiga miljöer, konstaterar Tom Moring och Ullamaija Kivikuru i inledningskapitlet till den nyligen utkomna boken *Svenska Medier i Finland*, en forskningsrapport från Svenska social- och kommunalhögskolan vid Helsingfors Universitet. En tredje sådan gynnad minoritet är finlandssvenskarna, som möjligen är mest gynnad av alla språkliga minoriteter i Europa.

Svenska Medier i Finland är det andra översiktsverket på kort tid om finlandssvenska medier. För bara ett par år sedan fick den svenskspråkiga publiken tillgång till en tämligen omfattande finländsk presshistoria, i form av Tommila & Salokangas: *Tidningar för alla. Den finländska pressens historia* (Nordicom, 2000.) Även om boken är en bred genomgång av både finsk- och svenskspråkig press, har de finlandssvenska tidningarna där beretts ganska stort utrymme.

Vad Svenska social- och kommunalhögskolan vid Helsingfors nu har gjort är att den tagit ett helhetsgrepp över hela massmediekonsumtionen i den finlandssvenska språkminoriteten. Det finns inslag av tidningshistoria även i detta arbete – författade av Karl Erik Gustafsson och Andrea Nordqvist – men i flertalet kapitel är blicken vänd åt andra hållet. I stället för bakåt har man försökt att se framåt, med utgångspunkt i grundfrågan: hur och hur länge kan den specifikt finlandssvenska mediekulturen överleva?

I hela boken finns en underton av oro för att den finlandssvenska minoriteten ska assimileras av den stora finska majoriteten. Det finns också viss grund för oron. Antalet svenskspråkiga i Finland har sjunkit under 1900-talet, från 350 000 vid seklets början till knappt 200 000 vid dess slut. Minskningen har skett samtidigt som antalet finstalande under samma tid ökat från 2,5 miljoner till nära 5 miljoner.

En allt större del av finlandssvenskarna lever dessutom i tvåspråkiga hushåll. Det kan vara ett allvarligt problem för svenskspråkiga medier i Finland, om det leder till att den finlandssvenska identiteten löses upp. Andrea Nordqvist noterar i en bred genomgång av medievanorna i de tvåspråkiga hushållen, att finskspråkiga medier inte oväntat är vanligare i dessa familjer än i de rent svenskspråkiga. Men hon noterar också att de svenskspråkiga medierna klarar sig ganska bra i konkurrensen. I regioner som Österbotten och Västra Nyland, där svenskans ställning är stark, är det inte bara rent svensk-språkiga hushåll utan också en mycket stor del av de tvåspråkiga, som prenumererar på svensk-språkiga tidningar.

Hon noterar också att en majoritet av dessa tvåspråkiga hushåll dras åt det svenska snarare än åt det finska, på så sätt att barnen ofta går i svensk-språkig skola och att föräldrarna räknar med att deras barn kommer att ha svenskan som huvudspråk i framtiden.

Mot denna optimism står alltså erfarenheten, att svenskans ställning i Finland försvagats under 1900-talet. Ska de finlandssvenska medierna klara framtiden utan att förvandlas till en språklig kuriositet, krävs sannolikt att både lyckas utnyttja den starka traditionen hos den svenskspråkiga finländska minoriteten, och att de lyckas dra till sig en ung publik genom att vara lika spännande som de finstalande konkurrenterna.

Ett intressant exempel på det senare är utvecklingen på den finlandssvenska radion, som 1997 gjorde en radikal kanalomläggning, och lyckades fänga in den unga svenskspråkiga publiken till en nyskapad ungdomskanal, Radio Extrem, samtidigt som den mogna publiken förmåddes ratta in den svenska vuxenkanalen Radio Vega, som också rymmer regionala program. Efter denna kanalomläggning steg finlandssvenskarnas lyssning på finlandssvenska

radiokanaler från 90 till 130 minuter per dag, medan lyssnandet på finsk – och rikssvensk – radio sjönk.

Utvecklingen på TV-sidan är inte lika lyckosam. Där är det finskspråkiga program som dominerar tittandet även i svenskspråkiga hushåll. Särskilt svårt har finlandssvensk TV haft att hitta fram till ungdomarna. Svenskspråkiga i åldersgruppen 9-24 år använder bara 3 procent av tittartiden till den finlandssvenska kanalen, konstaterar Tom Moring i bokens slutkapitel.

Men det finns svenskspråkiga program som når ut. Ett exempel från det svenska TV-utbudet är Sportmagasinet, som lyckas nå inte bara den svensktalande publiken, utan också en del finsktalande, skriver Ann-Charlotte Helenius, som intervjuat 94 personer i tvåspråkiga familjer om deras medievanor.

Framgången för Sportmagasinet bygger, menar hon, på att redaktionen gör ett intressant program om sport, inte om finlandssvensk sport. ”Gör bra produkter huvudsakligen på svenska och understryk inte identiteten, den kommer med språket”, uppmanar hon de finlandssvenska programproducenterna.

Ett speciellt problem för finlandssvensk TV är att en stor del av den intresserade befolkningen kan ta in det rikssvenska TV-utbudet, med dess i det här sammanhanget överlägsna resurser. Så är fallet på det nästan helt svenskspråkiga Åland, men också i Österbotten, där en betydande del av den svensktalande befolkningen på fastlandet finns. Med parabolantennernas hjälp kan ytterligare en del av publiken ta in utlandssändningarna från Sveriges Television, som därigenom bjuder en svensktalande publik på sina program, men samtidigt rycker undan matan för dem som arbetar för ökat finskt TV-utbud på svenska.

En orsak till att den finlandssvenska TV:n har problem kan vara bristen på underhållningsprogram. Över huvud taget är populärkulturen den svagaste länken i den finlandssvenska mediebranschen. Där är det bara radion som klarat konkurrensen med det finska utbudet, medan TV-mediet och de tryckta medierna är betydligt svagare.

Nyhetsförmedling på svenska språket är däremot stark i alla mediformerna. En viktig förklaring är Finska notisbyråns tvåspråkiga nyhetsservice. Unni Malmgren ger i sitt kapitel om finlandssvenska dagstidningars ekonomi ett exempel på notisbyråns utbud den 24 augusti år 2000, då byrån levererade 350 notiser på finska och 200 på svenska. En service som naturligtvis har stor betydelse, särskilt för de svenskspråkiga tidningar som kämpar i marknadsmässigt underläge mot större, och ibland betydligt större, finskspråkiga lokala konkurrenter.

Vid sidan om nyhetsbyråns svenskspråkiga service, och ett visst statligt presstödd, kan nya ägarförhållanden utgöra något av en livförsäkring för de svagare finlandssvenska medieföretagen. Vid sidan av public service-kanalerna i radio och TV är nästan alla finlandssvenska medier inordnade i tre koncerner: Stiftelsen för Åbo Akademi, Konstsamfundet och HSS Media AB. Koncernbildningarna har i huvudsak skett under 1990-talet, och lett fram till varierande grad av tekniskt och organisatoriskt samarbete. Däremot, konstaterar Unni Malmgren som skrivit kapitlet om dagstidningarnas ekonomi, har det knappast lett fram till något omfattande samarbete redaktionellt.

Av de mer betydelsefulla finlandssvenska tidningarna är det bara *Tidningen Åland* som helt står utanför dessa tre koncernbildningar. I den andra tidningen på ögruppen – *Nya Åland* – har Konstsamfundet en minoritetspost sedan hösten 2001.

Medielandskapet på Åland är i övrigt speciellt på så sätt att medierna där har större konkurrens av svenska rikstidningar än av medier på finska. De båda Åländska lokaltidningarna klarar sig emellertid bra, konstaterar Maria Wasström, som skrivit om ögruppens mediesituation. Nio ålänningar av tio läser regelbundet någon av de båda tidningarna, och hälften av dem läser båda två.

Genomgången av den finlandssvenska minoritetens medievanor i boken *Svenska medier i Finland* är genomgående välskriven och intressant. Någon författare har kanske dragit lite långtgående slutsatser av små statistiska skillnader i de lokala läsvanorna, men för övrigt är boken en utmärkt orientering i den finlandssvenska mediekulturen och dess framtidsförutsättningar.

Förutsättningen för detta projekt om den språkliga minoritetens medievanor i Finland kan också vara värd några rader. Det är inte någon alldeles enkel uppgift för en institution som själv är en del av den finlandssvenska familjen att hålla nödvändig distans till detta studieobjekt. För de finlandssvenska forskarna är det knappast egalt om de finlandssvenska medierna klarar framtiden, eller om de slukas eller konkurreras ut av oftast mycket mer resursstarka finskspråkiga medieföretag. När bokens författare exempelvis skriver om lyckade svenskspråkiga satsningar på radiosidan är det nog därför inte bara fråga om lyckade i meningen framgångsrika, utan också om satsningar som en stor del av det finlandssvenska samhället, inklusive svenskspråkiga högskolan inom Helsingfors universitet, är lyckligt över.

Birger Thölix, tidigare chefredaktör för *Vasa-bladet*, bryr sig inte om att försöka hålla distans el-

ler vara opartisk. Han utnyttjar redaktörens rätt att fritt ge uttryck för en åsikt, och han oroas över tendenser till självgodhet och brist på debatt inom det finlandssvenska lokalsamhället. Den finlandssvenska pressen liknar han vid en skyddad verkstad. Den utmärks menar han av slapp redigering, liknöjd rubriksättning och rutinartat besserwisseri, och en förklaring till detta ser han i det ansiktslösa ägandet genom stiftelser. På samma sätt som koncernbildningarna kan vara livbojar för tidningar i bryderi

kan de verka passiviserande på tidningar som inte behöver stöd. Har han rätt är den finlandssvenska pressen illa ute. På lång sikt är det i så fall bara den Åländska pressen som har framtiden för sig.

Tomas Andersson Odén
JMG
Göteborgs universitet

Ny litteratur

Den 16. nordiske konferansen for medie- og kommunikasjonsforskning

Kristiansand, Norge 14.-17. august 2003

Den 16. nordiske konferansen for medie- og
kommunikasjonsforskning finner sted i Norge og Kristiansand,
den 14.-17. august 2003.

Tema på konferansen:

- MEDIER, GLOBALISERING OG IDENTITET •

Key note: Stefan Jonsson og Stig Hjarvard

- VISUELL KULTUR •

Key note: Vivian Sobchack

- RETORIKKEN I MEDIEVITENSKAPEN MEDIEVITENSKAPEN I RETORIKKEN •

Key note: Christian Kock og Barry Brummett

20 arbeidsgrupper holder parallelle sesjoner.

Følg med på konferansens nettsted:
www.filonova.no/konferanser/medieforsker

Eller kontakt sekretariatet for mer informasjon:

Tlf: +47 38 14 10 40

Faks: +47 38 14 10 41

E-post: filonova@filonova.no

Danmark

Dokumentalist: Peder Grøngaard

Netværk

Finn Frandsen, Henrik Halkier & Winni Johansen, Århus, Systime, 2002, 259 p., ISBN 87-616-0386-4. Note: Afløser bogen Finn Frandsen og Henrik Halkier: "Erhvervssprog kommunikation samfund: introduktion til den erhvervssproglige bacheloruddannelse".

En grundbog til bacheloruddannelserne i international erhvervskommunikation på de danske handelshøjskoler og universiteter. Giver en første introduktion til centrale begreber, modeller og teorier inden for fem områder, som alle der studerer international erhvervskommunikation bør have et kendskab til, nemlig sprog, kommunikation, kultur, samfund og organisationernes tekstproduktion. Derudover giver bogen en indføring i studieteknik samt udarbejdelse af skriftlige rapporter.

Note: Læs mere om bogen på forlagets web-adresse: <http://www.systime.dk/forside.asp>

Lars von Trier. Myte og sandhed

Peder Grøngaard, Århus, Statsbiblioteket, 2003, 82 p., ISBN 87-7507-259-9, (Arbejdspapirer; 5), ISSN 1399-5332. (Statsbiblioteket).



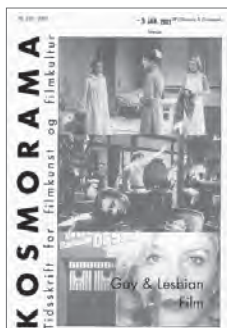
En beskrivelse af selvscenesættelse som kunstnerisk praksis i Lars von Triers univers. Undersøger den meget spektakulære iscenesættelse af von Triers kunstnerrolle med vægt på de begivenheder, hvor vi møder mytemageren, illusionisten og provokatøren Lars von Trier, hvad enten det nu er som pressesky instruktør foran en flok journalister i Cannes, som vred ung mand der skal give filmkunsten kunstigt åndedræt med et nyt sæt dogmeregler, eller som følsom kunstner på jagt efter kvindelige stjerne-navne til sin kommende film. Arbejdspapiret gennemgår de attituder Trier lægger for dagen, når han træder frem på TV-skærmen, enten i et journalistisk TV-portræt eller i en TV-samtale med Klaus Rifbjerg, eller den rolle han vælger at spille, når han henvender sig til offentligheden med nye

dogmeregler. Redegør endvidere for, hvorfor Trier opfører sig som han gør, når han laver film, og når han på sin egen på én gang provokerende og alligevel generte facon deltager i den offentlige filmdebat. Hensigten er dels at prøve at indkredse, hvad det er for en myte om sig selv, von Trier opbygger gennem sine film og gennem medierne, dels at forsøge at finde ind til sandheden om Lars von Trier inde bag masken.

Note: Læs mere om arbejdspapiret på Statsbibliotekets web-adresse: http://www.statsbiblioteket.dk/publ/sb_publ.htm

Tema: Gay & Lesbian film

Eva Jørholt (ed.), Kosmorama (2002)230, temanummer, 158 p., ISSN 0023-4222. (Det danske Filminstitut, Museum & Cinematek).



Et temanummer om Gay & Lesbian film fra en teoretisk, en historisk og en analytisk vinkel. Redaktionen har tilrettelagt det sådan, at temanummeret udkommer samtidig med den 17. udgave af Copenhagen Gay & Lesbian filmfestivalen, og har derfor ladet Simon Verheij indlede med en kort status over festivalens udvikling fra starten i 1986 til i dag. Men ellers relaterer nummeret sig ikke direkte til festivalens program.

Indeholder følgende artikler: Simon Verheij: *Hvad skal vi med en græsrodsfestival?: 17 år med Copenhagen Gay & Lesbian Film Festival*, Trevor G. Elkington: *Crossing over: New Queer Cinema, independant film og bekymringen for mainstream*, Lasse Soll Sunde: *Fra et londonsk vaskeri til alverdens biografer: "My Beautiful Laundrette" – starten på en ny æra i homofilmens historie*, Ane Skak og Niels Bjørn: *It's a queer world: queerfilm gør op med klassiske homofilm ved at udfordre selve tænkningen om, hvad køn og seksualitet er*, Pedro Almodóvars *"Alt om min mor"* er et mønstereksempel, Anne Jespersen: *Dekadent og guddommeligt: Weimar-republikkens film om de anderledes – og de andre*, Christian Braad Thomsen: *Det kolde jern: homoseksualiteten i Fassbinders film*, Maria Krokstæde: *Lille frøken Ensom: "Flicka och hyacinter" – en film noir om moderne tidsånd og afvigende seksualitet i Sverige anno 1950*, Niels Bjørn: *Gensyn med "Cruising"*, Niels Henrik Hartvigson: *Er Keyser Soze til mænd?: seksuelle forestillinger i "The Usual Suspects"*, Cassandra Wellendorf: *Skabstaler og skæve blikke: lesbisk docuart*.

Note: Læs mere om tidsskriftet på Filminstitutets web-adresse: <http://www.dfi.dk/sitemod/moduler/index.asp?pid=14000>

Flerfunktionalitet og mediekonvergens: en rapport om, hvad mediearbejdere skal kunne: bidrag til Dansk Journalistforbunds arbejde med kortlægning af flerfunktionalitet

Lars Kabel, Århus, Center for Journalistik og Efteruddannelse, 2002, 30 p., (CFJE rapport). (Center for Journalistik og Efteruddannelse).



Denne rapport til Dansk Journalistforbund er et bidrag til forbundets kortlægning af flerfunktionalitet og mediekonvergens. Rapporten vil koncentrere sig om fire problemstillinger i tilknytning til konvergens og de afledte kvalifikationsbehov: 1) Den vil kortfattet karakterisere mediekonvergensens udviklingstrin i Danmark; 2) Den vil med et internationalt udgangspunkt identificere og kommentere udvalgte udviklingstendenser; 3) Den vil kortlægge erfaringer i ind- og udland og beskrive krav og behov for færdigheder, professionelle kvalifikationer og individuelle kompetencer; 4) Den vil afsluttende konkludere og beskrive journalistrollen i udvikling.

Note: Læs mere om rapporten på forlagets web-adresse: <http://www.cfje.dk/>

Opbrud – ad mange spor. En analyse af arbejdsmarkedet, kompetencer og journalisters jobmuligheder i Østjylland

Lars Kabel, Århus, Center for Journalistik og Efteruddannelse, 2002, 46 p., (CFJE rapport). (Center for Journalistik og Efteruddannelse).



Med udgangspunkt i Østjylland kortlægger rapporten et arbejdsmarked for journalister og andre mediarbejdere i opbrud. Undersøgelsen hviler på interviews og analyse inden for følgende områder: 1) Indsamling og bearbejdning af generelle udviklingstendenser, der konkret kobles til forholdene i Østjylland. Herunder pointer fra relevante rapporter fra ministerier og lignende; 2) Situationen på arbejdsmarkedet i Århus og Østjylland. Relevante virksomheder og beskæftigelsesmuligheder identificeres; 3) Det regionale arbejdsmarked for mediarbejdere, journalister, freelancere og selvstændige kortlægges og beskrives. Udviklingstendenser og bevægelsesmønstre fremlægges; 4) Der er indsamlet og bearbejdet tal og statistiske oplysninger; 5) Der er gennemført journalistiske interviews,

kvalitative interviews og samtaler med 18 østjyske journalister, freelancere, selvstændige, direktører og redaktører.

Note: Læs mere om rapporten på forlagets web-adresse: <http://www.cfje.dk/>

Forstå verden: politisk journalistik for fremtiden

Christian Kock (ed.), København, Samfundslitteratur, 2002, 319 p., ISBN 87-593-0967-9.



Bogen sætter fokus på hvordan den politiske journalistik er – og hvordan den kunne være. Når det gælder politik, vinkles historierne typisk ud fra traditionelle nyhedskriterier, der mest interesserer journalisterne og i mindre grad læserne. Der står for meget om politikerne og deres strategiske manøvrer, og der står for lidt om selve de politiske emner, belyst nuanceret, så læserne kan forstå dem og tage kvalificeret stilling. Ikke bare den politiske journalistiks vinkler, men også dens formidlingsformer trænger til et eftersyn. Bogen viser hvordan aviserne bør være mere interaktive, dvs. give læserne overblik og flere valgmuligheder mellem stofelementerne. Et andet vigtigt redskab i formidling af tungt stof er mere og bedre informationsgrafik, hvilket bogen giver et detaljeret bud på. Desuden

introduceres et alternativ til den traditionelle ”nyhedstrekant”.

Indeholder følgende artikler: Christian Kock: *Ud af hvalfiskens bug*, Pernille Steensbech Lemée: *Politikken, journalisten og læseren*, Christian Kock: *17 læsere læst over skulderen*, Lars Pynt Andersen: *Når Læserne tænker højt*, Lars Pynt Andersen: *Weekendhyggerne og frem-med-fakta-læserne*, Christian Kock: *Hvad bruger vi husholdningsbudgettet til?: om finansloven i aviserne*, Lars Pynt Andersen: *Om at kunne se hvad man får: analyse af en temaside*, Christian Kock: *Den ergonomiske avis: et eksempel*, Lars Pynt Andersen: *Den interaktive avis*, Lars Pynt Andersen: *Læsernes nyhedsbuffet: en knap så trekantet model*, Lars Pynt Andersen: *Mere forståelig formidling: virker det?*, Timme Bisgaard Munk: *Informationsgrafik: mellem avisens virkelighed og ideal*, David Michelsen: *Informationsgrafik i praksis*, Christian Kock: *Politisk journalistik for fremtiden*.

Note: Læs mere om bogen på forlagets web-adresse: <http://www.samfundslitteratur.dk/>

Den redigerende magt: nyhedsinstitutionens politiske indflydelse

Anker Brink Lund, Århus, Aarhus Universitetsforlag, 2002, 225 p., ISBN 87-7934-052-0, (Magtudredningen).



I henhold til hævdevundne, demokratiske normer må journalister kun udøve redigerende virksomhed på almenvellets og offentlighedens vegne. Mange kritikere hævder imidlertid, at nyhedsmedierne er blevet så indflydelsesrige og uafhængige, at journalisterne har taget magten over publikum og de folkevalgte politikere. Med henblik på at belyse den problematik analyseres samtlige danske nyhedsmedier en tilfældigt udvalgt uge. Derved vurderes ikke kun den opsøgende og kritiske fokusjournalistik, men også hverdagens rutinejournalistik lokalt, på Christiansborg og i EU. Det konkluderes, at journalister som institutionaliseret kollektiv præger de politiske dagsordener. Det fremgår dog også, at autoritative kilder med politisk mandat og ekspert-status udøver effektiv indflydelse på

nyhedsformidlingen. I stedet for manipulerende mediemagt forekommer det derfor mere relevant at tale om gensidig påvirkning med betinget journalistisk selvstændighed.

Note: Læs mere om bogen på forlagets web-adresse: <http://www.unipress.dk/>

Talkshowet som talende tv. Bind 1: teoretisk indkredsning

John Mortensen, København, Two Riders, 2002, 260 p., ISBN 87-989039-1-8.



Talkshowet som talende tv 1-3 redegør for talkshowet som programtype. Bind 1 foretager en indkredsning af talkshowet som fænomen. Første kapitel er et forsøg på at opstille en fænomenologisk teori om medier og reception af medier, specielt tv. Andet kapitel inddrager offentlighedsteorien, og TV's historiske udvikling bestemmes, herunder talkshowets opståen, udvikling og excès. Tredje kapitel tager fat på interaktion og samtale og bestemmer, hvordan en mediesamtale ligner og adskiller sig fra en hverdagssamtale. Dette munder ud i en beskrivelse af den særlige form for samtale, vi møder i talkshows. Fjerde kapitel opstiller de karakteristiske træk ved talkshowet og de tre varianter udskilles: debatvarianten, portrætvarianten og den berettende/konfrontative variant.

Note: Læs mere om bogen på forlagets web-adresse: <http://www.underskoven.dk/>

Talkshowet som talende tv. Bind 2: analyser

John Mortensen, København, Two Riders, 2002, 328 p., ISBN 87-989039-1-8.



Talkshowet som talende tv 1-3 redegør for talkshowet som programtype. Bind 2 analyserer seks danske talkshows. Det sker både kvantitativt: Hvor meget fylder de forskellige typer af sekvenser i kommunikationen med seerne og i dialogen? Og kvalitativt: Hvilken form for samtale foregår? Hvilke relationer konstrueres mellem de talende? Hvilke typer af historier fortælles? Hvordan positioneres seerne? Tre programmer analyseres grundigt: "Meyerheim after 8", der repræsenterer portrætvarianten af talkshows, "Mænd ingen adgang", der repræsenterer den berettende/konfrontative variant, og "Rigets tilstand", der repræsenterer debatvarianten. Der er kortere analyser af "Kidnappet", "Kærs køkken" og "Pernilles univers".

Note: Læs mere om bogen på forlagets web-adresse: <http://www.underskoven.dk/>

Talkshowet som talende tv. Bind 3: diskussion

John Mortensen, København, Two Riders, 2002, 233 p., ISBN 87-989039-1-8. *Note:* English summary, pp. 183-193.



Talkshowet som talende tv 1-3 redegør for talkshowet som programtype. Bind 3 diskuterer den internationale litteratur om talkshows. Talkshows diskuteres i forhold til "access"-teorier, populærkulturteorier, kvindelighedsteorier, diskursteorier og i forhold til teorien om talkshowet som en monolog med gæsternes tale som indlagte citater. Undersøgelser af delta-germotiver og terapeutiske effekter inddrages, og den televisuelle bekendelse beskrives. Endelig en sammenfatning af hele undersøgelsen. Bind 3 indleder med tre afsnit, der relaterer sig til psykoanalysen i film- og medieteorien, til begrebet nydelse som kriterium for godt TV, og til TV-historie-skrivning, som ser udviklingen som et fremskridt mod professionalisering og modtagerstyring.

Note: Læs mere om bogen på forlagets web-adresse: <http://www.underskoven.dk/>

Mediernes 11. september

Lars Qvortrup (ed.), København, Gads Forlag, 2002, 189 p., ISBN 87-12-03933-0.



Denne bog handler om mediernes 11. september, dvs. om terrorangrebet mod USA og om de efterfølgende måneders begivenheder, sådan som de blev formateret af medierne. Om hvordan medierne famlede sig frem til visuelle og fortællemæssige matricer og skabeloner, som kunne gøre det kaotiske velkendt. Om hvordan de blev brugt som skueplads for terrorismen. Og om hvordan katastrofen via medierne blev fortolket forskelligt forskellige steder i verden.

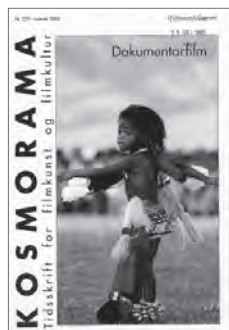
Indeholder følgende artikler: Carsten Jensen: *Postscriptum til 11. september*, Kirsten Drotner: *Når virkeligheden overgår fiktionen: mediematricer mellem det kendte og det ukendte*, Gitte Braut Rose: *Det billedmedierede fortolkningsfællesskab*, Rikke Schubart: *Amerika og den*

mytologiske vold, Jesper Zimmer Hansen: *Pearl Harbor revisited?: den formaterede virkelighed efter 11. september*, Alexander Nazarov: *Terrorismens matricer: en sammenlignende undersøgelse af russiske og svenske tolkninger af 11. september 2001*, Ehab Galal: *Al-Jazeera: borgerlig offentlighed i den arabiske medieverden*, Lars Erslev Andersen: *Bioterrorismens retorik: fra anthrax hoaxes i Kansas til mediemiltbrand i Ålborg*, Bo Kampmann Walther: *Teorier om terrorismens teater*, Lars Qvortrup: *Mediernes og offentlighedens 11. september*, Henning Pryds: *Fremtidens spøgelse: diskursiv formatering og reformatering*.

Note: Læs mere om bogen på forlagets web-adresse: <http://www.gads-forlag.dk/>

Tema: Dokumentarfilm

Peter Schepelern, Eva Jørholt & Dan Nissen, (eds.), Kosmorama (2002)229, temanummer, 202 p., ISSN 0023-4222. (Det danske Filminstitut, Museum & Cinematek).



En samling artikler der sætter fokus på dokumentarfilmen. Orienterer om aktuelle trends, fremsætter nye synspunkter i den standende diskussion om forholdet mellem virkelighed og dokument, portrætterer udvalgte dokumentarister eller stiller skarpt på enkelte værker.

Indeholder følgende artikler: Tue Steen Müller: *Virkelighedsbilleder: den ny storhedstid i europæisk dokumentarisme*, Ib Bondebjerg: *Det sociale og det poetiske blik: den nye danske dokumentarfilm*, Anne Jerslev: *Den intime dokumentar*, Jakob Høgel: *Debatten der strandede: en tvillingehistorie om antropologi og dokumentarisme*, Mikael Opstrup: *Kvanteskriptet: dokumentarfilmens komplementariske dramaturgi*, Trevor G. Elkington: *Teknologi og virkelighed: i teori og praksis*, Rasmus Brendstrup: *At fange dokumentarfilmen*, Cassandra Wellendorf: *Den manipulerende dokumentarist: Dziga Vertovs formeksperimenter set med digitale øjne*, Anne Jespersen: *Der var så dejligt ude på landet: "Farrebique" (1946)*, Georges Rouquiers *klassiske dokumentarfilm om fransk bondeliv, er blevet genopdaget*, Søren Birkvad: *Langt væk og tæt på: "Nat og tåge" i ofrets århundrede*, Christian Monggaard Christensen: *Marx og Coca-Cola*, Kenneth T. de Lorenzi: *Private øjne: Errol Morris' univers*, Rasmus Brendstrup: *I virkelighedens spejllabyrint*.

Note: Læs mere om tidsskriftet på Filminstitutets web-adresse: <http://www.dfi.dk/sitemod/moduler/index.asp?pid=14000>

Med vold og magt. Actionfilm fra "Dirty Harry" to "The Matrix"

Rikke Schubart, København, Rosinante, 2002, 494 p., ISBN 87-621-0234-6.



De sidste 30 år har actionfilmen været den mest udsældte og mest populære filmgenre. Den repræsenterer "the American way" på godt og ondt. Den er leverandør af mytisk stof og maskuline idealer til hele verden, fra amerikanske "drive-ins" til TV-skærme i Papua Ny Guineas jungle. Som den første af sin art i både dansk og international sammenhæng giver bogen en professionel og dybt engageret indføring i actionfilmens historiske og genre-mæssige udvikling: Fra de skydende skraldemænd Eastwood og Bronson, over megastjernerne Stallone og Schwarzeneggers pumpede patriotisme, til 90'ernes hæslende farttrip. Fra 70'ernes cool blaxploitation over Bruce Lees dødsballet og Van Dammes lumre masochisme til Chuck Norris og Steven Seagals karatesparkende

retfærdighed. Bogen præsenterer actionhelten som en uomgængelig figur, både på lærredet og i det kulturelle spillerum, der i 30 år har været med til at forme både amerikanernes og vores selvforståelse.

Note: Læs mere om bogen på forlagets web-adresse: <http://www.rosinante.dk/>

En undersøgelse viser... Om at bruge kvantitative undersøgelser uden at snyde sig selv eller andre

Preben Sepstrup, Århus, Systime, 2002, 198 p., ISBN 87-616-0686-3.



Kvaliteten i brugen af repræsentative stikprøveundersøgelser er faldende. Mængden af løstagne ”sandheder”, (u)virkeligheder og forkerte tolkninger stiger. Det gælder i offentlig administration, i det politiske liv, i journalistikken og i resten af den kommunikations- og mediebranche, som bogen tager udgangspunkt i. Alt for mange kommer i berøring med kvantitative metoder uden kendskab til eller respekt for de grundlæggende spilleregler. Bogens formål er, at brugeren af kvantitative undersøgelser skal kunne vurdere forslag til undersøgelser og konklusioner og resultater fra sådanne undersøgelser. Bogen introducerer en checkliste, de helt grundlæggende spilleregler for stikprøveundersøgelser og nogle elementære fremgangsmåder med fokus på resultaternes reliabilitet og signifikans. Bogen er tænkt som en hjælp til ikke at snyde sig selv eller andre med resultater fra kvantitative stikprøveundersøgelser. Resultaternes gyldighed og troværdighed er i centrum med fokus på undersøgelser af mediernes brug og effekt.

Note: Læs mere om bogen på forlagets web-adresse: <http://www.systime.dk/forside.asp>

Politiet som kilder

Kirsten Sparre, Århus, Center for Journalistik og Efteruddannelse, 2002, 67 p., (CFJE rapport; 4), (Journalistikkens kilder). (Center for Journalistik og Efteruddannelse).



Rapporten belyser hvordan politiet prøver at blive mere professionelle i rollen som kilde for medierne, og hvad politiet får ud af at samarbejde med journalister. Hvilken form har professionaliseringen, og hvad forsøger politiet at opnå gennem samspillet med medierne? Har journalister generelt grund til bekymring over denne udvikling? Og hvilke krav stiller det til journalister, når politiet bliver mere professionelle i rollen som kilde for medierne? Det er nogle af de spørgsmål, som rapporten diskuterer.

Note: Læs mere om rapporten på forlagets web-adresse: <http://www.cfje.dk/>

Virkelighedshunger: nyrealismen i visuel optik

Britta Timm Knudsen & Bodil Marie Thomsen (eds.), København, Tiderne Skifter, 2002, 252 p., ISBN 87-7973-022-1.



Denne antologi beskriver hvordan den nye medievirkeligheds visuelle optik aflejrer sig i samtidskunstens og den aktuelle kulturs forskellige frembringelser. Bogen indeholder en række analyserende og diskuterende bidrag, skrevet af forskere og kunstnere, der på en lang række felter afsøger og diskuterer, hvad der er kunstens og kulturens "realistiske" anliggende i dag. Digital fotografi, kropskunst, teater i byens rum, kortprosa, dogmefilm, snapshot-foto, dokumentarisme i litteratur og TV – er nogle af de felter bogens skribenter bevæger sig ind på.

Indeholder bl. følgende artikler: Britta Timm Knudsen og Bodil Marie Thomsen: *Indledning*, Bodil Marie Thomsen: *Sansernes realisme: om etik, rum og begivenhed i Lars von Triers 90'er-trilogi*, Anne Jerslev: *Om "An American Family"*, "Big Brother" og intimitetens iscenesættelsesformer, Mette Sandbye: *Snapshotestetik: om Wolfgang Tillmans' refleksive realisme*.

Note: Læs mere om bogen på forlagets web-adresse: <http://www.tiderneskitter.dk/>

Annan ny litteratur

From Jacobsen, Peter; Rasmussen, Steen K: *Fra bladhus til mediehus: del 1: evaluering af forsøg med tværmedial journalistik, Nordjyske Medier, Frederikshavn: del 2: nye roller og funktioner for redaktionssekretærer, reportere og journalister på den tværmediale redaktion*. Århus, Center for Journalistik og efteruddannelse, 2002, 38 p., (Center for Journalistik og Efteruddannelse).

JOURNALISM • LOCAL MEDIA
• WORKING CONDITIONS • MULTIMEDIA

Poulsen, Jørgen: *Use of news on the Internet: as a part of the social construction of meaning, identity, social practice and democracy*. Roskilde, Roskilde University, 2002, 7 p., (Roskilde Universitetscenter, Institut for Kommunikation, Journalistik og Data-

logi). Note: The paper is part of a larger study with participation of around 50 research workers under the mutual title: Media and Democracy in the Network Society (MODINET).

NEWS • INTERNET • MEDIA USE
• RESEARCH METHODS

Sepstrup, Preben; Christensen, Gudrun: *Netværksstrategi i praksis: principper og erfaringer*. København, Sundhedsstyrelsen, 2002, 46 p., ISBN 87-91232-33-3. (Sundhedsstyrelsen, Center for Forebyggelse; Kommunikation & Medier).

MEDIA • HEALTH INFORMATION
• INFORMATION CAMPAIGNS
• COMMUNICATION PLANNING

Finland

Dokumentalist: Eija Poteri

Etnicitetsbilden i finlandssvenska medier

Tom Sandlund (red.), Helsingfors, Svenska Social- och kommunalhögskolan, Forskningsinstitutet, 2002, 284 p., ISBN 952-10-0352-9, (SSKH Meddelanden; 62), ISSN 1235-3892. (University of Helsinki, Swedish School of Social Science, Research Institute).



År 1999 inledde Centret för forskning om etniska relationer och nationalism (CEREN) vid SSKH och Enheten för journalistikforskning vid Tammerfors universitet en uppföljning av etnicitet och rasism i finländska massmedier. Ett par rapporter har utkommit tidigare både på finska och på svenska. Denna rapport innehåller artiklar och en redovisning för huvud dragen i resultaten av monitoreringen för perioden december 1999 oktober 2000.

Artiklarna är: Tom Sandlund: *Diversitet och identitet*; Ullamaija Kivikuru: *Spridda tankar om människor, medier och journalistik som knappast existerar*; Anna Kujala: *Rapport om etniska minoriteter i den finlandssvenska pressen*; Camilla Haavisto: *Raskrig eller oskyldiga pojkestreck?*;

Jouni Sipiläinen: *Etniska minoriteter i svenska TV-nyheter i Finland hösten 2000*; Karin Creutz, Heidi af Heurlin & Riikka Lehtonen: *Islam och pressen – synen på islam i Hufvudstadsbladets och Helsingin Sanomats ledare*; Christina Korkman: *Språk, integration och identitet – ingermanländare i finlandssvensk press*; Mats Nylund: *Hotet från söder – en TV-nyhet om ester som kommer till*; Catharina Lojander-Visapää: *Invandrarna om medierna i Finland*.

Mer information och beställningar: <http://sskh.helsinki.fi/>

Etusivujen väkivalta. Väkivalta iltapäivälehtien etusivuilla, todellisuudessa ja ihmisten peloissa 1980-2000 [Front-page violence: violence reporting on the front-pages of the Finnish evening newspapers, 1980-2000]

Janne Kivivuori, Sari Kemppi & Mirka Smolej, Helsinki, Oikeuspoliittinen tutkimuslaitos, 2002, 107 p., ISBN 951-704-284-1, (Oikeuspoliittisen tutkimuslaitoksen julkaisuja; 196), ISSN 0357-0126. (National Research Institute of Legal Policy). Note: English summary, pp. 101-107.



The primary aim of the present research was to produce descriptive data on the intensity of violence reporting in the Finnish tabloid press and to develop a standardized model of content analysis for the purpose of measuring the violence reporting of the press. The one aim of the present study was to describe quantitatively the historical changes of violence reporting in the Finnish tabloid press. Thirdly, the project produced a coding manual which will be used in the context of future national crime victimization studies. From the point of view of media studies, it might be interesting to study the causes and reasons why the tabloid press increased its violence reporting. The increase cannot be explained by an increase of violence in the society. The increase of violence reporting probably

reflects the competition between the two tabloids and the need to increase profits. From the criminological point of view, the question of consequences of increasing violence reporting are more

focal than the question of causes. Violence reporting may have effects on fear of crime, general social trust and opinions about criminal law and legal policy.

Publishers web-page and a longer summary of the report: <http://www.om.fi/optula/2667.htm>

Figures of fantasy. Women, Cyberdiscourse and the Popular Internet

Susanna Paasonen, Turku, Turun yliopisto, 2002, 285 p., ISBN 951-29-2134-0, (Turun yliopiston julkaisuja, Sarja B, Humaniora; 251), ISSN 0082-6987. (University of Turku, Department of Media Studies). Note: Doctoral dissertation.



This book is divided into four main chapters and it investigates the genealogical routes of cyberdiscourse, the implications of the figure of cyberspace and domestic metaphors, ways of imagining women as Internet users, feminist debates on gender, cybernetics and embodiment. Within the individual chapters, case studies vary from psycho-cybernetics and guidebooks on home page building, literary fiction and self-help literature on online romance, to reading on films, television series and www pages, portals and other online services.

More information: <http://www.translocal.net/susanna/>

Joukkoviestimet 2002 [Finnish mass media 2002]

Tuomo Sauri, Rauli Kohvakka & Virpi Minkkinen (ed.), Helsinki, Tilastokeskus, 2002, 368 p., ISBN 952-467-111-5, (Tilastokeskus, Kulttuuri ja viestintä; 2002, 3), (Suomen virallinen tilasto), ISSN 0784-8765. (Statistics Finland). Note: English introduction: The changing mass media scene in Finland, pp. 73-80. Statistical tables also in English.



This book is a diverse review of the state of Finnish mass media. The review is based on articles and statistical data. Mass media is examined in the following entities: the economics and consumption of mass communication, television, radio, recordings, video, film, books and libraries, newspapers and magazines, digital media and the public support of mass communication.

Articles are written by Jaana Hujanen: *Media in the every day life of youth*; Mikko Grönlund: *Regional markets for newspaper publishing*; Erkki Hujanen: *The Non-subscribers of newspapers*; Minna Aslama, Heikki Hellman & Tuomo Sauri: *The recent history of television supply*.

Publisher's web page: <http://www.stat.fi/>

Kadonnut perintö. Näytelmäelokuvan synty Suomessa 1907-1916 [Lost heritage. The birth of feature films in Finland in 1907-1916]

Hannu Salmi, Helsinki, Suomalaisen kirjallisuuden seura, 2002, 372p., ISBN 951-746-346-4. (Finnish Film Archive).

The research deals with the early history of Finnish feature films, namely the years before Finland's independence. During that time, 25 fiction films were directed, but none of them has been preserved completely. Only fragments of Teuvo Puro's film *Sylvi* have been found. The author examines the early film history as a part of cultural history in general. The early films were results from interaction between current, national topics and international film styles.

More information about Finnish films from the web-page of Finnish Film Archive: <http://www.sea.fi/english/>

Levottomat sukupolvet. Uusin suomalainen elokuva [Restless generations: the newest Finnish film]

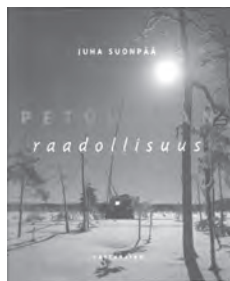
Sakari Toiviainen, Helsinki, Suomalaisen kirjallisuuden seura, 2002, 302 p., ISBN 951-746-424-X. (Finnish Film Archive).

The book deals with the Finnish full-length films, both fiction films and documentary films, made after 1980. It approaches film from the perspectives of film art, film history, film economy and auteur theory. The last decades have been impressed by the income of young film makers, internationalization of film production and big changes in economical situations. In these circumstances the national film boom of late 1990's was remarkable.

More information about Finnish films from the web-page of Finnish Film Archive: <http://www.sea.fi/english/>

Petokuvan raadollisuus. Luontokuvan yhteiskunnallisten merkitysten metsästys [The cruel background of photographs of wild animals: searching for social meanings of nature photographs]

Juha Suonpää, Tampere, Vastapaino, 2002, 215 p., ISBN 951-768-115-1, (Taideteollisen korkeakoulun julkaisu; A35), ISSN 0782-1832. (University of Art and Design Helsinki UIAH). Note: Doctoral dissertation.



The author has explored meanings and production of nature photographs. Especially, he deals with social processes behind nature photographing. Nature photographers is a small professional group among photographers and their work, professional ambitions and targets have not been studied too much. The most important objects of Finnish nature photographers have been big wild animals like bears and wolves. The research material of the author concentrates on the photographs and articles on these big beasts. He calls his research approach as ethnomethodological cultural study.

Publisher's web-page: <http://www.vastapaino.fi/115suonpaa.htm>

The Power of Schedule. Programme Management in the Transformation of Finnish Public Service Television

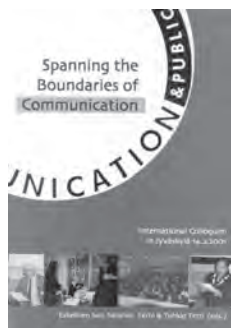
Taisto Hujanen, Tampere, Tampere University Press, 2002, 174 p., ISBN 951-44-5427-8, (Media studies). (University of Tampere, Department of Journalism and Mass Communication).

The book analyses and discusses scheduling as a form of programming management which became of key strategic importance in European public broadcasters' restructuring practices in the 1990's. In Finnish public service television (Yleisradio), the new programming approach was introduced in 1994 and became known as Management by Schedule. The implanting of this approach in Yleisradio Television and the evaluation of this cultural and socio-economic consequences form the focus of this study. The book concludes with analysis, discussion, and critique of Yleisradio's digital strategy which hints at replacing the schedule orientation with a much stronger emphasis on content-oriented management. The study is based on an assumption that scheduling is of central strategic importance in the new audience orientation of public service television. The change from programme planning to scheduling means more than a change of language.

Book orders: <http://granum.uta.fi/>

Spanning the Boundaries of Communication

Sari Eskelinen, Terhi Saranen & Tetti Tuhkio (ed.), Jyväskylä, University of Jyväskylä, 2002, 175 p., ISBN 951-39-1201-9, (Jyväskylän yliopisto, Viestintätieteiden laitoksen julkaisuja; 25), ISSN 0782-7172. (University of Jyväskylä, Department of Communication; International Colloquium, Jyväskylä, 2001).



The book is a collection of presentations in Spanning the boundaries - colloquium. The conference was held at the University of Jyväskylä, Finland, in February 2001. The book includes the following articles: Jaakko Lehtonen: *"Quo vadis": what does the future look like for public relations in this Millennium?*, Günter Bentele: *Parasitism or symbiosis?: the inter-efication model under discussion*, Hellmut K. Geissner: *Deliberating upon dialogical ethics*, Phil Harris: *Machiavelli, political marketing and reinventing government*, Timothy G. Hegstrom: *Managerial communication and the problematic nature of rhetoric*, Karlfried Knapp: *Intercultural and organizational communication – a case study of miscommunication in multinational business*, Kaarle Nordenstreng: *What was the task of the media after all?*, Lars Palm: *Carpet bombing of organic growth?: strategies for social marketing programs*, Gary W Selnow: *The Internet as an instrument of democracy*, Edith Slembeck: *Feedback in organizational communication*, Dejan Vercic: *Thorstein Veblen, business and communication: is organizational communication censored*, Peeter Vihalemm & Marju Lauristin: *Journalism and public relations in different normative contexts*, Osmo A. Wiio: *Homo laguens and image processing in the brain and multimedia*, Minka Zlateva: *Ethics of communication: case studies from Bulgaria*.

Publisher's web-page: <http://viesti.jyu.fi/eng/current.html>

Annan ny litteratur

Huhtamo, Erkki (ed.); Kangas, Sonja (ed.): Mario-sofia: elektronisten pelien kulttuuri. [= The culture of electronic games.] Helsinki, Gaudeamus, 2002, 366 p., ISBN 951-662-851-6.

COMPUTER GAMES • MEDIA CULTURE
• YOUTH CULTURE • INFORMATION TECHNOLOGY

Ketola, Kimmo; Knuuttila, Seppo; Mattila, Antti; e.a.: Puuttuvat viestit: nonkommunikaatio ihmellisessä vuorovaikutuksessa. [= Missing messages: non-communication in the human interaction.] Helsinki, Gaudeamus, 2002, 165 p., ISBN 951-662-835-4.

COMMUNICATION • SOCIAL INTERACTION
• GREGORY BATESON

Kuutti, Heikki: Tutkivan journalismin gurut. [= Gurus of investigative journalism in the USA.] Jyväskylässä, Media Doc, 2002, 226 p., ISBN 951-98567-1-4.

INVESTIGATIVE JOURNALISM
• JOURNALISTIC GENRES • JOURNALISTS

Nuutinen, Heikki: Augsburgen Postzeitung 1687 – Birgitan ystävä 2001: tähdenvälejä katolisen lehdistön historiasta. [= From Augsburgen Postzeitung (1687) to Birgitan ystävä (2001): about the history of Catholic press.] Turku, Birgittalaissisarten ystävät, 2002, 114 p., ISBN 952-91-5183-7.

PRESS • HISTORY • RELIGION

Silvanto, Satu: Ecce Homo – katso ihmistä: valokuvanäyttely kulttuurikiistana. [= Ecce Homo: a photo exhibition turned into a cultural conflict.] Jyväskylässä, Jyväskylän yliopisto, 2002, 161 p. + app. 4 p., ISBN 951-39-1305-8, (Nykykulttuurin tutkimuskeskuksen julkaisuja; 74), ISSN 1457-6899. (University of Jyväskylä, Research Centre for Contemporary Culture). Note: English summary.

PHOTOGRAPHS • PHOTOGRAPHY • ARTS
• SEXUALITY

Sintonen, Sara (ed.): Median sylissä: kirjoituksia lasten mediakasvatuksesta. [= Children's media education.] Helsinki, Finn Lectura, 2002, 135 p., ISBN 951-792-128-4.

Authors of the anthology are: Tapio Varis, Sirkku Kotilainen, Juha Suoranta, Arja Korhonen, Anu Mustonen, Reijo Kupiainen, Veijo Hietala, Frans Mäyrä, Kirsti Kurkela, Sirkka-Liisa Heinonen, Sara Sintonen and Margareta Rönnberg. Articles are in Finnish, with the exception of Margareta Rönnberg's article that is in Swedish.

MEDIA EDUCATION • CHILDREN • HOME
• SCHOOLS

Valaskivi, Katja: Leipää ja rinkeliä: johdatus asian ja viihteen suhteeseen suomalaisessa televisiossa. [= An introduction to the relationship between facts and entertainment in Finnish television.] Tampere, Tampereen yliopisto, 2002, 45 p., ISBN 951-44-5426-X, (Tampereen yliopisto, Tiedotusopin laitos, Julkaisuja, B; 2002, 43), ISSN 0358-4151. (University of Tampere, Department of Journalism and Mass Communication).

TELEVISION • TELEVISION PROGRAMMES
• ENTERTAINMENT • FICTION

Artiklar

Ampuja, Marko: Joukkoviestinnän kaupallistuminen ja mediatutkimuksen haasteet. [= Media commercialization and the challenges of media studies.] Tiedotustutkimus 25(2002)4, ISSN 0357-8070, pp. 3-17. Note: English summary.

MEDIA • MEDIA RESEARCH
• COMMERCIALIZATION • ECONOMICS

Hakkarainen, Pekka; Törrönen, Jukka: Huumeet ja hyvinvointivalttiollisen kehityksen muutos lehtien pääkirjoituksissa. [= Drugs and the change in the welfare state framework as reflected in newspaper editorials.] Yhteiskuntapolitiikka 67(2002)6, ISSN 1455-6901, pp. 539-551. Note: English summary.

JOURNALISM • NEWSPAPERS • NARCOTICS • EDITORIALS

Halonen, Irma-Kaarina: Sukupuolen paikkoja median ikämatriisissa. [= Representations of age and gender in the media.] Tiedotustutkimus 25 (2002)3, temanummer, ISSN 0357-8070, pp. 2-14, 96 p. Note: English summary.

NEWS • JOURNALISM • TELEVISION
• ELDERLY PEOPLE

Harju, Auli: Kunnat keskustelua oppimassa. [= Local communities learning discussion.] Kunnallistieteellinen aikakauskirja 30(2002)2, ISSN 1236-0066, pp. 154-167. Note: English summary.

PUBLICITY • DEBATES • DEMOCRACY • CITIZENS

Hujanen, Jaana: Journalismin maantiede: suomalainen maakuntalehdistö ja alueellisen rakentamisen projekti. [= The geography of journalism: Finnish province press and the project of regional building.] Terra 114(2002)1, ISSN 0040-3741, pp. 13-24.

JOURNALISM • NEWSPAPERS • PRESS • REGIONS

Hägen, Nicklas: Berättelser om fotboll: en berättelseanalys av fotbollsartiklar i en finlandssvensk dagstidning. [= Reporting about soccer: a text analysis of articles about football in a Finnish Swedish

daily newspaper.] Budkavlen 81(2002), ISSN 0302-2447, pp. 78-90. Note: English summary.

NEWSPAPERS • TEXT ANALYSIS • SPORT
• FINNISH SWEDISH

Isotalus, Pekka; Muukkonen, Hanni: Animated agent immediacy and news services with handheld computers. Communication Quarterly 50(2002)1, ISSN 0146-3373, pp. 78-92.

COMMUNICATION RESEARCH • COMPUTERS
• NEWS • USER INTERFACES

Kasvio, Antti: Tietoyhteiskunta ja yhteiskunnalliset jaot. [= Information society and social sharing.] In: Piirainen, Timo; Saari, Juho (eds.): Yhteiskunnalliset jaot 1990-luvun perintö?, Helsinki, Gaudeamus, 2002, 316 p., ISBN 951-662-838-9, (Sosiaalipoliittisen yhdistyksen julkaisuja; 58), pp. 99-115.

INFORMATION SOCIETY • SOCIAL CLASSES
• SOCIAL PROBLEMS

Kunelius, Risto; Renvall, Mika: Kertomalla keskusteluun: kansalaisten kokemukset journalismin virittämän julkisen keskustelun lähtökohtana. [= By telling to debates: the experiences of citizens as a base of the public debate set by journalism.] Kunnallistieteellinen aikakauskirja 30(2002)2, ISSN 1236-0066, pp. 199-214. Note: English summary.

JOURNALISM • CITIZENS • DEBATES • PUBLICITY

Lassy, Johanna: Kaupunkilaisten vaalikone kansalaislähtöisenä julkisuuskokeiluna. [= A database of election candidates as a publicity experiment arranged from the starting points of citizens.] Kunnallistieteellinen aikakauskirja 30(2002)2, ISSN 1236-0066, pp. 184-198. Note: English summary.

POLITICS • CITIZENS • DEBATES • PUBLICITY

Männistö, Anssi: Islam ja länsi globaalin viestinnän murrosvaiheessa. [=Islam and global communication.] Tiedotustutkimus 25(2002)4, ISSN 0357-8070, pp. 18-31. Note: English summary.

COMMUNICATION • GLOBALIZATION • MEDIA
• INTERNET

Nikunen, Kaarina: Ally McBeal: julkisuuden koukussa. [= Hooked on Ally McBeal publicity.] Tiedotustutkimus 25(2002)3, ISSN 0357-8070, pp. 50-66. Note: English summary.

TELEVISION SERIALS • PUBLICITY • JOURNALISM • TELEVISION GENRES

Paajaste, Kai: Den retoriska anpassningen till parlamentarismen: en studie av den konservativa argumentationen kring parlamentarismen i Sverige

1920-1940. [= Rhetoric adaption to parliamentarism: a study of conservative argumentation on parliamentarism in Sweden in 1920-1940.] Politiikka 44(2002)2, ISSN 0032-3365, pp. 107-123. Note: English summary. The article is also available on the Internet: <http://elektra.lib.helsinki.fi/se/p/politiikka/44/2/denretor.pdf>.

RHETORIC • POLITICS • PRESS • HISTORY

Pantti, Mervi: Laadun ongelma nuorisovihteessä. [= Problem of quality in youth cinema and television.] Tiedotustutkimus 25(2002)3, temanummer, ISSN 0357-8070, pp. 16-31, 96 p. Note: English summary.

FILMS • TELEVISION PROGRAMS • YOUTH
• YOUTH CULTURE

Pietilä, Veikko: Siltasotaa Tampereella: julkinen keskustelu Koskenniskan siltahankkeesta. [= Bridge war in Tampere: public debate on Koskenniska's bridge project.] Kunnallistieteellinen aikakauskirja 30(2002)2, ISSN 0356-3669, pp. 136-153. Note: English summary.

INTERNET • DEBATES • PUBLICITY • POLITICS

Pietilä, Veikko: Verkkokeskusteluareenat: deliberatiivista julkisuuttako? [= Discussion forums of the Internet: deliberative publicity?] Politiikka 44(2002)4, ISSN 0032-3365, pp. 343-354.

INTERNET • CITIZENS • DEMOCRACY • DEBATES

Sandin, Magdalena: Från Societetshus till pulkbacke: en studie av fastlagen i Åbo Underrättelser 1824-1990. [= From Society House to sledding: a study of Lent in the Åbo Underrättelser, 1824-1990.] Budkavlen 81(2002), ISSN 0302-2447, pp. 63-77. Note: English summary.

NEWSPAPERS • FINNISH SWEDISH

Törrönen, Jukka: Lehdistön huume politiittinen asemoituminen vuosina 1993-2000. [= Positions on drug policy in the Finnish press, 1993-2000.] Yhteiskuntapolitiikka 67(2002)6, ISSN 1455-6901, pp. 523-538. Note: English summary.

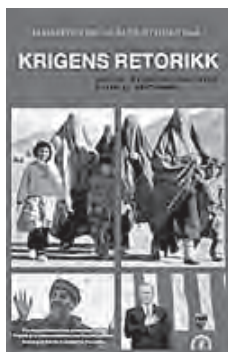
JOURNALISM • NEWSPAPERS • NARCOTICS
• EDITORIALS

Törrönen, Jukka: Nollatoleranssi, media ja paikallisyhteisöllisyys. [= Zero tolerance, the media and local community.] Tiedotustutkimus 25(2002)3, ISSN 0357-8070, pp. 32-49. Note: English summary.

YOUTH CULTURE • ALCOHOL • COMMUNITIES
• PUBLICITY

Norge

Dokumentalist: Pernille Riise Lothe



Krigens retorikk. Medier, myter og konflikter etter 11. september

Elisabeth Eide & Rune Ottosen (eds.), Oslo, Cappelens forlag, 2002, 273 p., ISBN 82-02-22099-8.

Boken er en artikkelsamling som tar for seg ulike sider ved medier og samfunn etter terrorhandlingene 11. september 2001. Ønsket er å bidra til debatten om hvilke journalistiske utfordringer mediene nå står overfor, og hvilke krav som bør stilles til journalistikken. En rekke medieforskere og journalister retter et kritisk søkelys på mediedekningen av terrorangrepet og krigen/konfliktene som har oppstått i kjølvannet av det. Artikkelforfatterne belyser, med ulike perspektiv, hvordan mediene påvirker vår tenkning om krig og terror. Journalistiske bidrag fra og intervju med journalister som dekket krigen i Afghanistan, gir oss dessuten innblikk i forholdene for befolkning og journalister i konfliktsonen.

Boken inneholder disse artiklene: *For en kritisk offentlighet* (Elisabeth Eide og Rune Ottosen), *Hvorfor er det blitt lettere å kritisere USA?* (Nils Christie), *USA, Vesten og "Resten" etter 11. september og 7. oktober 2001* (Johan Galtung), *"Vi" og "de andre" – sett og oversett* (Elisabeth Eide), *At jeg ble jult opp av flyktninger er et symbol på hatet og raseriet i denne skitne krigen* (Robert Fisk), *Herr President: Fienden er nærmere enn du aner* (Rune Ottosen), *Portretter av ondskap* (Ivar A. Iversen), *Øst er øst og vest er vest* (Syed Mujahid Ali), *Krigens latente og manifeste kjønnsretorikk* (Berit von der Lippe), *Islam i Vesten etter 11. september* (Peter Normann Waage), *Karer med hår på brystet* (Thomas Hylland Eriksen), *En utfordrende krig* (Elisabeth Eide og Rune Ottosen) og *Hvert sitt korstog* (Einar Hagvaag), *Kabuls innbyggere/Nordalliansen rykker mot Kabul* (Åsne Seierstad).

Note: For mer informasjon, se <http://www.cappelen.no/>

Å skrive for skjermen. En innføring i nettpjournalistikk

Martin Engebretsen, Kristiansand, IJ-forlaget, 2002, 118 p., ISBN 82-7147-237-2.



Nye medier skaper nye utfordringer for nyhetsformidlingen. Hvilke konsekvenser har endringene i mediebildet for den som skriver for skjermen? Forfatteren tar for seg alle fasene i den digitale skriveprosessen, fra idé til presentasjon på nettet. Boken er en innføring i hvordan nyheter kan formidles på en god måte, både med hensyn til innhold, funksjonalitet og design. Målgruppen er journaliststudenter, men boken egner seg godt for alle som er opptatt av nettbasert kommunikasjon.

Note: For mer informasjon, se <http://www.ij-forlaget.no/>

Et hjem for oss – et hjem for deg? Analyser av TV 2 1992-2002

Gunn Sara Enli, Trine Syvertsen & Susanne Østby Sæther (eds.), Kristiansand, IJ-forlaget, 2002, 318 p., ISBN 82-7147-220-8.



Hva har endret seg på TV-fronten siden opprettelsen av TV 2? Hvordan har kanalen oppfylt sine forpliktelser som allmennkringkaster? Hvilke strategier er brukt i kanalens merkevarebygging? Og blir TV 2-damene brukt som pynt? Med utspring i forskermiljøet ved Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo, analyseres ulike sider ved TV 2 som medieinstitusjon og fjernsynskanal. Boken ble utgitt i forbindelse med TV 2 sitt tiårsjubileum, og er særlig nyttig for studenter i fag som medievitenskap og journalistikk. Måten stoffet er formidlet på gjør den imidlertid også allment tilgjengelig.

Inneholder disse kapitlene: *Ti år med TV 2: innledning* (Gunn Sara Enli, Trine Syvertsen og Susanne Østby Sæther), *”- Vi har sett fram til denne dagen med forventning”*: *TV 2 som allmennkringkaster og mediebedrift* (Trine Syvertsen), *Først og fremst for å forstå hva som skjer: utviklingen av TV 2s nyheter* (Ragnar Waldahl, Michael Bruun Andersen og Helge Rønning), *På din side: folkelighet og alliansebygging i TV 2s aktualitetsprogram* (Gunn Sara Enli), *Med glimt i øyet: profilering og merkevareidentitet i TV 2* (Susanne Østby Sæther), *Se-hva-som-skjer: TV 2s bruk av lyd som oppmerksomhetsstrategi* (Arnt Maasø), *”- Blir så jævlig breibeint”*: *iscenesettelse av kjønn på TV 2* (Hege Gundersen og Wencke Mühleisen), *Med gutta på tur: blikk på verden i TV 2s reiseprogram* (Kristin Skare Orgeret), *Norges seriemester: diskusjon av et slagord* (Liv Hausken), *Vil du bli millionær?: TV 2s bruk av internasjonale underholdningsformater* (Hilde Heines Bachmann), *Store forhåpninger: enterprise-kanalen TV 2* (Sissel Rinde), *Frihet: TV 2 på nett* (Anders Fagerjord) og *Siste ord er ikke sagt: intervjuer med Bjørn Atle Holter-Hovind, Arne A. Jensen og Kåre Valebrokk* (Gunn Sara Enli).

Note: For mer informasjon, se <http://www.ij-forlaget.no/>

Fjernsyn mellom høy og lav kultur

Staffan Ericson & Espen Ytreberg (eds.), Kristiansand, Høyskoleforlaget, 2002, 253 p., ISBN 82-7634-386-4.



Hvordan kan fjernsynet relateres til høy og lav kultur? Er fjernsynet som helhet en lav form for kultur, og/eller kan vi for eksempel skille mellom 'høyverdig' nyhetsjournalistikk og 'lav' populærjournalistikk? Eller preser dette mediet i seg selv frem en omgruppering av de tradisjonelle, kulturelle hierarkiene? Dette er noen av de overordnede spørsmålene som blir tatt opp i følgende artikler: *Introduksjon* (Staffan Ericson og Espen Ytreberg), *Förord til televisionen* (Staffan Ericson), *Feminisering, kjønn og sex i fjernsynsoffentligheten* (Wencke Mühleisen), *Respektløs moro?: satire og parodi i 1960-årenes tv-komedie* (Leif Ove Larsen), *An avant-garde for the mainstream: recent experimental public service television entertainment* (Espen Ytreberg), *Slaget kring tv-soffan: ”skjut inte på Åke Falck, han gör så dåligt han kan”* (Anna Edin), *Public service ärbara två ord: tv-produktion med maktrelation* (Göran Bolin), *This goes to eleven: 'high' and 'low' sound in television* (Arnt Maasø), *The uncomfortable TV viewer: on work, identity and watching television* (Stina Bengtsson) og *Nu'ets affekt: virkelighet, live-ness og katastrofisk intensitet i reality-tv* (Anne Jerslev).

Note: For mer informasjon, se <http://www.hoyskoleforlaget.no/>

Hvordan utforsker man medieerfaringer? Kvalitativ metode for (ferske) medieforskere

Barbara Gentikow, Bergen, Universitetet i Bergen, 2002, 325 p., ISBN 82-8033-014-3.



Dette er en metodebok i kvalitativ mediebruksanalyse som er skreddersydd for medievitenskap og andre kommunikasjonsfag, og som passer for norske og andre skandinaviske forhold. Forfatteren bygger både på egne erfaringer som forsker, kursholder og veileder innen kvalitative empiriske studier av mediebruk, og på sine studenters erfaringer. Boken er en praktisk innføring "...med konkrete forslag til "kjøreplaner"", samtidig som den reflekterer teoretisk og historisk. Utgangspunktet for boken er begrepet 'erfaring', og med det en forståelse av mediebruk som ulike typer erfaringer (for eksempel teknologiske eller tekstlige). Forfatteren fremhever dessuten det fruktbare i å erstatte generaliseringsidealet med et nytt ideal: analytisk kompleksitet.

Note: For mer informasjon, se <http://www.uib.media.no/>

Nettjournalisten

Nils G. Indahl, Kristiansand, IJ-forlaget, 2002, 107 p., ISBN 82-7147-191-0.



Med nye medier endrer journalistrollen seg. Den nye yrkesrollen innebærer "å være den som integrerer funksjon, utseende og innhold i nettpublikasjonene". Forfatteren ønsker å bidra til opplæring, slik at journalistene kan oppdatere sine kunnskaper og skaffe seg nye kompetanser. Gjennom eksempler går han inn i arbeidsprosessen for en journalist innen digitale medier. Han ønsker at nettjournalisten skal gå i dialog med beslektede yrkesgrupper, som formgivere, systemutviklere, programmører, sosialpsykologer og lignende, og igjen bli en sentral utøver av dagens nyhetsformidling. Boken er beregnet på studenter innen journalistikk, medievitenskap, webdesign, informatikk og kommunikasjon.

Note: For mer informasjon, se <http://www.ij-forlaget.no/>

Krimjournalisten

Bjarne Kvam, Kristiansand, IJ-forlaget, 2002, 259 p., ISBN 82-7147-229-1.



Med utgangspunkt i flere kjente kriminalsaker, har forfatteren skrevet en innføring i krimjournalistikk. I boken drøftes grunnleggende samfunns-spørsmål som rettsikkerhet og personidentifisering. Kriminaljournalisters hverdag og etiske problemstillinger blir grundig gjennomgått. Forfatteren fremholder at journalistene skal være samfunnets fremste forsvarere av rettssikkerheten. Vanskelige ord og uttrykk innen feltet blir forklart i et eget stikkordregister. Boken er spesielt rettet mot studenter og personer som arbeider innen politi- og rettssystemet og med krimjournalistikk.

Note: For mer informasjon, se <http://www.ij-forlaget.no/>

Hederlig menneske – god journalist

Hege Lamark & Lisbeth Morlandstø, Kristiansand, IJ-forlaget, 2002, 190 p., ISBN 82-7147-230-5.



Er det mulig å både være et hederlig menneske og en god journalist – samtidig? Hva skjer når profesjonaliteten settes på prøve? Boken er et resultat av et utradisjonelt samarbeid: to forskere har deltatt i en samtalegruppe der seks journalister har reflektert rundt erfaringer fra jobben. I denne refleksjonsgruppen presenteres ulike historier som viser dilemmaer og utfordringer fra journalistenes hverdag. Gjennom å bruke refleksjon som metode ønsker forfatterne å omforme journalistenes erfaringer til kunnskap som kan være anvendelig for flere. Videre etterlyser de større rom for denne typen læring på arbeidsplassene – det vil si flere ”lærende redaksjoner”.

Note: For mer informasjon, se <http://www.ij-forlaget.no/>

Så samles vi på nettet. Om fagbevegelsen og Internett

Espen Løken, Oslo, Tiden Norsk Forlag, 2002, 235 p., ISBN 82-10-04770-1.



Denne boken er både en beskrivelse av fagbevegelsens forhold til internett, og et verktøy. Løken gir en historisk gjennomgang av hvordan fagbevegelsen har tilnærmet seg og gjort bruk av dette nye mediet. I tillegg viser forfatteren hvordan internett kan brukes som redskap for å styrke den faglige aktiviteten og til å bygge så vel lokale som internasjonale nettverk. Boken etterlyser også en samlet og klar strategi for utnyttelse av den nye teknologien i politisk øyemed.

Note: For mer informasjon, se <http://www.tiden.no/>

Annan ny litteratur

Boman, Arild: *Teknikk og innhold i bredbånds-utviklingen*. Oslo, Universitetet i Oslo, 2002, 29 p., (Notat; 8), ISSN 1502-9719. (Universitetet i Oslo, InterMedia). *Note:* Notatet er kun publisert på internett, og finnes på følgende adresse: <http://www.intermedia.uio.no/publikasjoner/>. Delrapport i InterMedia sitt bredbåndprosjekt ”Innflytelse nedena fra”.

INTERNET • INFORMATION TECHNOLOGY
• DIGITALIZATION • COMMUNICATION

Flo, Cecilie Falleth; Bakken, Ann-Elin: *Pedagogisk innovasjon i et Nasjonalt læringsnett*. Oslo, Universitetet i Oslo, 2002, 53 p., (Notat; 6), ISSN 1502-9719. (Universitetet i Oslo, InterMedia). *Note:* Notatet er kun publisert på internett, og finnes på følgende adresse: <http://www.intermedia.uio.no/publikasjoner/>. Et notat fra InterMedia-prosjektet ”FoU for Nasjonalt læringsnett”.

LEARNING • PEDAGOGY • INFORMATION
TECHNOLOGY • INTERNET

Flo, Idar: *Konkurranse mellom lokalaviser på fire ulike marknader i Norge: Midhordland, Os og Fusaposten, Bygdebladet, Storfjordnytt, Bømlo-Nytt, Bømlo i Tekst og Bilde, Fjordenes Tidende og Fjordabladet*. Volda, Møreforskning Volda, 2002, 69 p., ISBN 82-7692-180-9, (Arbeidsrapport; 123), ISSN 0805-6609. (Møreforskning Volda).

NEWSPAPERS • COMPETITION • MARKET
• LOCAL PRESS

Gripsrud, Jostein: *Mediekultur, mediesamfunn*. 2. rev.ed. Oslo, Universitetsforlaget, 2002, 345 p., ISBN 82-15-00253-6. *Note:* Innføringsbok i medievitenskap, beregnet på universitet og høyskole.

MEDIA • THEORY • AUDIENCES • TEXT

Hetland, Sigurd Moe (ed.): *Aktuelle filmnavn og filmpriser 2002*. Oslo, Eget forlag, 2002, 209 p., (Aktuelle filmnavn; 2002), ISSN 0808-9671. Note: Serien kan bestilles direkte fra forfatteren. 25-års jubileumsutgave.

FILMS • ACTORS • FILM DIRECTORS
• FILM PRODUCTION

Høst, Sigurd: *Avisåret 2001: mindre avislesing, mindre lokal konkurranse: revidert utgave*. (Fredrikstad), Institutt for journalistikk, 2002, 37 p., (IJ-rapport; 2002, 1). Note: En endelig oversikt over avisåret 2001, med opplagstall og vurdering av utviklingen. Det viktigste grunnlaget for rapporten er Avisregisteret ved Institutt for journalistikk. En foreløpig utgave av rapporten er registrert tidligere, se NORDICOM NO. 200230136.

NEWSPAPERS • MEDIA ECONOMY
• CIRCULATION FIGURES • MEDIA INDUSTRY

Jacobsen, John Steinar: *Radioandaktene revisitert: en undersøkelse av NRK-andaktene i 2001 sammenlignet med Olav Skjevelands stikkprøver i årgangen 1983/84*. Bergen, NLA-forlaget, 2002, 65 p., ISBN 82-7468-089-8, (Norsk lærerkademi; 2002, 1), ISSN 1502-2366. Note: Undersøkelsen er et FoU-arbeid.

RADIO • RELIGION • AUDIENCES
• RELIGIOUS INFORMATION

Kjeldsen, Jens E: *Visuel retorik*. Bergen, Universitetet i Bergen, 2002, IV, 466 p., ISBN 82-8033-011-9, (IMV-utgivelse; 50), ISSN 1502-2382. (Universitetet i Bergen, Institutt for medievitenskap). Note: Avhandling for dr.art.-graden.

The author illuminates visual rhetoric in four perspectives: a professional rhetoric, a historical, a theoretical and an empirical. The first perspective introduces the rhetoric and it's system of concepts, and discusses rhetoric as discipline and science from classical to modern rhetoric. The historical perspective describes and discusses the visual in the antique rhetoric and the rhetoric in pictorial art. The value of traditional rhetoric pictorial analysis is brought up for consideration in the theoretical perspective. The author asks whether pictures can argue and which rhetorical and influential power they have. The empirical perspective discusses the visual rhetoric in the Danish election campaigns in 1998 and 2001. The rhetorical function of the election posters and advertisements of the parties is evaluated.

RHETORIC • VISUAL COMMUNICATION
• ELECTION CAMPAIGNS • PICTURES

Kolstad, Tine: *Det var en mørk og stormfull dag...: dramaturgi for journalister*. 2. rev.ed. Kristiansand, IJ-forlaget, 2002, 158 p., ISBN 82-7147-227-5.

JOURNALISM • JOURNALISTS • NARRATOLOGY • WRITING

Kristiansen, Tove; Müller, Kjartan; Djupvik, Petrine: *Overblikk: en oppsummering av erfaringer fra noen utvalgte prosjekter om nettbasert læring*. Oslo, Universitetet i Oslo, 2002, 31 p., (Notat; 7), ISSN 1502-9719. (Universitetet i Oslo, InterMedia). Note: Notatet er kun publisert på internett, og finnes på følgende adresse: <http://www.intermedia.uio.no/publikasjoner/>. Resultat av fase 1 i prosjektet BLIKK (Behovstilpassede løsninger for interaksjon og kommunikasjon kombinert læring).

LEARNING • PEDAGOGY • TECHNOLOGY
• INTERNETT

Larsen, Arne Martin: *Videojournalistikk*. Kristiansand, Mediehøgskolen Gimlekollen, 2002, 86 p. (Mediehøgskolen Gimlekollen). Note: Lærebok.

VIDEO • JOURNALISM • JOURNALISTS • ETHICS

Larsen, Terje Jørgen: *Nettprat som digital ressurs*. Oslo, Universitetet i Oslo, 2002, 23 p., (Notat; 5), ISSN 1502-9719. (Universitetet i Oslo, InterMedia). Note: Notatet er kun publisert på internett, og finnes på følgende adresse: <http://www.intermedia.uio.no/publikasjoner/>. Notatet er et essay.

INTERNET • CHAT GROUPS • TECHNOLOGY
• COMMUNICATION

Pedersen, Sanya Gertsen: *Hvem er nationale læringsportaler for?: spørsmål til et norsk nasjonalt læringsnet – ud fra en analyse af den danske EMU & britiske The Grid*. Oslo, Universitetet i Oslo, 2002, 17 p., (Notat; 4), ISSN 1502-9719. (Universitetet i Oslo, InterMedia). Note: Notatet er kun publisert på internett, og finnes på følgende adresse: <http://www.intermedia.uio.no/publikasjoner/>. Dette er rapporten fra delprosjekt C i prosjektet "FoU for Nasjonalt læringsnett".

LEARNING • EDUCATION
• INFORMATION TECHNOLOGY • INTERNET

Artiklar

Andersson, Magnus: Hattrick: ett fotbollsspel på Internett. *Norsk medietidsskrift* 9(2002)2, temanummer, ISSN 0804-8452, pp. 101-128, pp. 3-128, 149-154. Note: Temanummeret omhandler sport og medier.

SPORT • INTERNET • COMPUTER GAMES
• JOURNALISM

Breisnes, Gunn Eklund: Velkommen til Buret...: om Nike si fotballsatsing. *Norsk medietidsskrift* 9(2002) 2, temanummer, ISSN 0804-8452, pp. 81-100, pp. 3-128, 149-154. Note: Temanummeret omhandler sport og medier.

SPORT • MEDIA • MARKETING • PUBLIC RELATIONS

Dahlén, Peter; Helland, Knut: Sport og medier: en forskningsoversikt. *Norsk medietidsskrift* 9(2002)2, temanummer, ISSN 0804-8452, pp. 7-32, pp. 3-

128, 149-154. Note: Temanummeret omhandler sport og medier.

SPORT • MEDIA • RESEARCH • CELEBRITIES

Eileng, Nils Andreas: Sport som konkurransearena mellom NRK og TV 2 1992-2000. *Norsk medietidsskrift* 9(2002)2, temanummer, ISSN 0804-8452 , pp. 33-56, pp. 3-128, 149-154. Note: Temanummeret omhandler sport og medier.

SPORT • TELEVISION • COVERAGE • COMPETITION

Hammer, Anita: Teaterteori og tverrfaglighet i digitale rom. *Norsk medietidsskrift* 9(2002)2, ISSN 0804-8452, pp. 129-148.

THEATRE • INTERNET • DIGITAL MEDIA
• INTERACTIVITY

Aarseth, Espen: DOOM: spillenes versting – verstingenes spill? *Norsk medietidsskrift* 9(2002)2, temanummer, ISSN 0804-8452, pp. 149-154, pp. 3-128, 149-154. Note: Temanummeret omhandler sport og medier.

SPORT • MEDIA • COMPUTER GAMES • AUDIENCES

Sverige

Dokumentalist: Roger Palmqvist

Nya rapporter från SPF

En samlingsbox med tre olika perspektiv på den 11 september:



Terrorkriget i kvällspressen. En studie av hur Aftonbladet och Expressen presenterade: Attentaten mot USA den 11 september 2001 – Vedergållningen mot Afghanistan den 7 oktober – Jakten på Usama bin Ladin

Gert Z Nordström, Stockholm, Styrelsen för psykologiskt försvar/SPF, 2002, 67 p., (Rapport; 184), ISSN 1401-2383. Note: English summary 5 p.

Rapporten behandlar tre teman: nyhetsförmedlingen i samband med attackerna på World Trade Center i New York den 11 september 2001, vedergållningen mot Afghanistan i oktober samma år samt jakten på den som utpekats att ligga bakom terrordåden, Usama bin Ladin. Här studeras budskapens framtoning i kvällspressen (Expressen och Aftonbladet): vad som exponeras och

hur, samverkan mellan text och bild, retorik och estetik. Författaren intresserar sig också för vilken typ av propaganda som brukas, om den är öppen, dold eller möjligen omedveten.

Tio dagar som skakade världen. En studie av mediernas beskrivningar av terrorattackerna i USA och kriget i Afghanistan hösten 2001

Lars Nord & Jesper Strömbäck, Stockholm, Styrelsen för psykologiskt försvar/SPF, 2002, 183 p., (Rapport; 186), ISSN 1401-2383. Note: English summary 3 p.

Studien handlar om den svenska mediebevakningen av terrorattackerna i USA och kriget i Afghanistan hösten 2001. Granskningen är inriktad mot frågor som: Vilken bild av händelseförloppen presenterades?, Fungerade nyhetsförmedlingen professionellt även under det tryck och den stress som ofta råder i internationella kris- och krigslägen?, och Vilken medieberedskap krävs för att nyhetsmedierna skall kunna hantera sådana situationer? Studien analyserar också bevakningens saklighet och objektivitet, om skeendena beskrevs temamässigt och hur dessa vinklades, fördelning mellan fakta, åsikter och spekulationer, hur källkritiken fungerade, vilka källor som kom till tals, propaganda och försök till manipulationer etc.

11 september: svenska myndigheters kommunikation vid terrorattentaten i USA 2001

Larsåke Larsson, Stockholm, Styrelsen för psykologiskt försvar/SPF, 2002, 47 p., (Rapport; 188), ISSN 1401-2383. Note: English summary 2 p.

Skriften behandlar svenska myndigheters kommunikation i samband med terrorattackerna mot World Trade Center och Pentagon den 11 september 2001. Studien belyser främst myndighetsarbetet på nationell nivå med avseende på såväl relationen och kommunikationen med medier, anhöriga och andra berörda, som i kontakterna myndigheterna emellan. Studien redovisar också kommunikationen vid svenska universitet och högskolor som exempel på krishantering på lokal nivå.

Kosovokonflikten, medierna och medlidandet. Ett projekt om medie-rapporteringen, propagandan och allmänhetens reflektioner

Stig Arne Nohrstedt, Birgitta Höijer & Rune Ottosen, Stockholm, Styrelsen för psykologiskt försvar/SPF, 2002, 152 P., (Rapport; 190), ISSN 1401-2383. Note: English summary 4 p.



Skriften redovisar resultaten från ett flerårigt forskningsprojekt om hur Kosovokonflikten 1999 rapporterades i medierna, hur journalisterna hanterade sitt uppdrag och hur grupper i allmänheten i Norge, Storbritannien och Sverige reagerade på medierapporteringen.

Ytterligare rapporter från SPF

Nr 182 **Hedquist, Rolf:** *Trovärdighet – en förutsättning för förtroende.* Stockholm 2002.

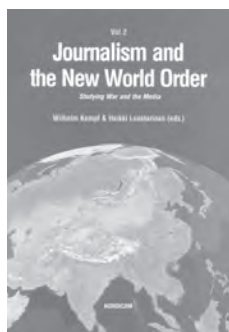
Nr 183 **Sjöstedt, Gunnar & Stenström, Paula:** *Vilseledning på Internet – en analysansats.* Stockholm 2002.

Nr 185 **Leth, Göran & Thurén, Torsten:** *Revolutionen i Belgrad 2000. Fakta och förklaringar i några svenska medier.* Stockholm 2002.

Nr 189 **Nydén, Michael:** *24-timmarshotet – om förvaltningens förvandling och hotet mot den personliga integriteten.* Stockholm 2002.

Journalism and the New World Order. Studying War and the Media. Vol. 2.

Wilhelm Kempf & Heikki Luostarinen (eds.), Göteborgs universitet, NORDICOM, 2002, 296 p., ISBN 91-89471-10-5.



This is the second volume of the project called 'Journalism in the New World Order'. The present volume deals with theoretical, historical and methodological problems of war reporting and war propaganda. The first part of the book deals with the media's role in conflicts and provides conceptual and theoretical tool for the analysis of conflict coverage and war reporting. Under the title 'How Did We Get There?', the second part of the volume provides the historical background needed to understand the present situation of journalism in war. The third part presents different methodological approaches to the study of war and the media, applying both quantitative and qualitative methods of analysing media discourse. The fourth part is dedicated to studies of the Gulf War and the conflict in Bosnia and demonstrates application of the previously described theoretical models and methodological approaches. Finally, 'Beyond Wishful Thinking', the closing part of the volume, summarizes the implications of this kind of research in terms of practical journalism.

Following articles are included: *Propaganda analysis* (Heikki Luostarinen), *The changing role of the media in conflicts. From the cold war to the net age* (Heikki Luostarinen & Rune Ottosen),

Conflict coverage and conflict escalation (Wilhelm Kempf), *TV wars, the audience and the public* (Oddgeir Tveiten), *Propaganda and reporting in total wars* (Heikki Luostarinen), *The US media and the Vietnam war. Sparks for a fire* (Heikki Luostarinen), *Propaganda and the war reporting after the Vietnam war* (Heikki Luostarinen & Rune Ottosen), *News, discourse, rhetoric, propaganda. Conflict journalism from a multi-methodological perspective* (Oddgeir Tveiten & Stig A Nohrstedt), *Integration of quantitative and qualitative content analysis in media research* (Wilhelm Kempf), *Communication disorders in conflict coverage* (Michael Reimann), *Images of the UN in Dagens Nyheter and the Washington Post during the Gulf War 1990-91* (Stig A Nohrstedt), *The presentation of alternative ways of settling the Gulf conflict in German, Norwegian and Finnish media* (Wilhelm Kempf & Michael Reimann), *Escalating and deescalating aspects in the coverage of the Bosnia conflict: a comparative study* (Wilhelm Kempf), *Peace journalism – a challenge* (Johan Galtung) and *Journalism and cultural preconditions of war* (Heikki Luostarinen).

Vid politikens yttersta gräns. Perspektiv på EU-toppmötet i Göteborg 2001

Micael Björk & Abby Peterson, (eds.), Stockholm/Stehag, Brutus Östlings Bokförlag Symposition, 2002, 229 p., ISBN 91-7139-589-9.



Boken undersöker, med särskild koppling till frågor om politisk legitimitet, aktivisternas, polisens, allmänhetens och pressbevakningens roll vid EU-toppmötet i Göteborg sommaren 2001.

Följande artiklar ingår: *Motsättningar, makt och moderation; en introduktion* (Micael Björk och Abby Peterson), *Demokrati i offentliga rum. En studie av forum 2001 – det fria ordets festival* (Sara Uhnöo), *Toppmötets regnbågskoalitioner – experiment i demokratiska samtal* (Abby Peterson), *Dialog med förbehåll. Polisens kontaktgrupp, demonstrationsnätverken och det tragiska dilemma i Göteborg* (Mikael Oskarsson), *Öppenhet och övervakning. Om sammandrabbningar mellan polis och demonstranter under EU-toppmötet i Göteborg 2001* (Abby Peterson

och Mikael Oskarsson), *Representativa representationer? Om utomparlamentariska aktörers närvaro i pressens skildring av Göteborgsmötet* (Jonas Parsmo), *EU-toppmötet i svensk opinion* (Lennart Weibull och Lennart Nilsson) och *I ingenmansland: om gränser och överträdelser av gränser i vår tid* (Micael Björk och Abby Peterson).

Mediebilden av kvinnliga chefer i svenskt näringsliv

Maria Edström, Stockholm, SNS Förlag, 2002, 79 p., ISBN 91-7150-888-0.

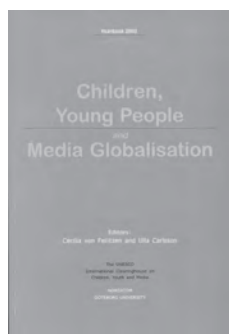


Skriften redovisar en inventering av två månaders pressmaterial från hösten 2001 av hur kvinnliga chefer presenteras i nyheter och reportage. Materialet visar i vilken typ av artiklar kvinnor förekommer, vilka de vanligaste ämnena är och diskuterar bildval och vinklar. Sammanlagt har 34 tidningar granskats och samtliga artiklar om kvinnliga chefer i näringslivet analyserats. Även etermediernas huvudsändningar ingår i undersökningen. I ett andra avsnitt presenteras intervjuer med fyra ledande aktörer inom svenskt näringsliv: Birgitta Johansson-Hedberg, Marianne Nivert, Leif Johansson och Kurt Hellström. De berättar om sina erfarenheter av att möta medierna i rollen som vd och vilka strategier de har valt. Vidare behandlas frågor om hur föreställningar om hur chefer skall vara skapta i så-

väl nyhetsprogrammen som tv-serier och långfilmer. Bland annat diskuteras vilken betydelse tv-såporna schabloner har för verklighetens kvinnliga chefer. Dessutom ger två checklistor konkreta råd till journalister och till kvinnor på väg in i medieuppmärksamheten.

Children, Young People and Media Globalisation

Cecilia von Feilitzen & Ulla Carlsson (eds.), Göteborgs universitet, NORDICOM, The UNESCO International Clearinghouse on Children, Youth and Media, 2002, 262 p., ISBN 91-89471-15-6, (Yearbook; 2002), ISSN 1403-4700.



Yearbook 2002 contains research examples illustrating the role of media globalisation in children's and young people's lives in different parts of the world. The transnational media and media contents – imported television programmes, satellite TV, the Internet, video and computer games, popular music, 'global' advertising and merchandised products – are to a great extent used by children and are, as well, increasingly targeting children. What does this mean for media production? For children's cultural identity and participation in society? For digital and economic divides among children both within and between richer and poorer countries? A separate section of the book presents recent statistics on children in the world and media in the world.

Following articles are included: *Children, young people and media globalisation: Introduction* (Cecilia von Feilitzen), *Children, globalisation, and media policy* (Robert W McChesney), *Media globalisation: Consequences for the rights of children* (Cees J Hamelink), *Children, media and globalisation: A research agenda for Africa* (Francis B Nyamnjoh), *Pikachu's global adventure* (Joseph Tobin), *Globalisation of children's TV and strategies of the "Big Three"* (Tim Westcott), *Tracking the global in the local: On children's culture in a small national media market* (Ruth Zanker), *"More than just TV": Educational broadcasting and popular culture in South Africa* (Clive Barnett), *Domesticating Disney: On Danish children's reception of a global media giant* (Kirsten Drotner), *Between here and there: Israeli children living cultural globalization* (Dafna Lemish), *The meanings of television for underprivileged children in Argentina* (Roxana Morduchowicz), *Remembering violence: Media events, childhood and the global* (Keval J Kumar), *Globalisation and children's media use in Sierra Leone* (Mohamed Zubairu Wai), and *Digital kids: The new on-line children's consumer culture* (Kathryn C Montgomery).

Frisk och stark med skolradion. Pedagogik och retorik i hälsoprogram 1930-1959

Titti Forsslund, Stockholm, HLS Förlag, 2002, 361 p. , ISBN 91-7656-536-X, (Studies in Educational Sciences; 58), ISSN 1400-478X. (Lärarhögskolan i Stockholm, Institutionen för undervisningsprocesser, kommunikation och lärande). Note: Dr. diss. English summary 8 p.



Avhandlingen belyser skolradions historia från dess början i slutet av 1920-talet till och med 50-talet. Utgångspunkt är hälsoprogrammen med anknäytande skolradiohäften med text och bild. Hur har detta multimedia-material förändrats med tiden? Det studeras ur ett retoriskt perspektiv: vem försöker övertyga vem, till vad, och hur går detta till? Vem-frågan leder i sin tur till ett genusperspektiv. Förutom ett hundratal hälsoprogram har källmaterialet bl a utgjorts av dels periodens statliga utredningar som berör skola, hälsa och sociala reformer samt radio, dels samtida lärar- och skoltidningar, som Svensk Lärartidning (senare Lärartidningen), Folkskolans vän, Folkskollärarnas Tidning, Sv. Folkskollärarinnors tidning, Lärarinneförbundet och Svensk Skoltidning.

Dagens Nyheters historia: tidningen och makten 1864-2000

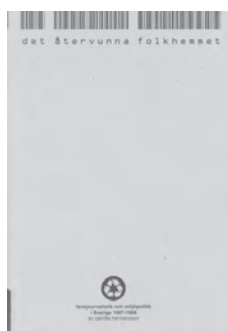
Stig Hadenius, Stockholm, Bokförlaget DN, 2002, 480 p., ISBN 91-7588-480-1.



Volymen skildrar Dagens Nyheters utveckling från 1864 till 2000. Här tecknas en bild av journalistiken, men också av förutsättningarna för tidningsutgivningen – ekonomi, distribution och teknik.

Det återvunna folkhemmet: tevejournalistik och miljöpolitik i Sverige 1987-1998

Camilla Hermansson, Linköpings universitet, Tema Teknik och social förändring, 2002, 350 p., ISBN 91-7373-317-2, (Linköping Studies in Arts and Science; 252), ISSN 0282-9800. (Linköpings universitet). Note: Dr. diss. English summary 13 p.



Avhandlingen studerar hur nyhetsjournalistiken i SVT och TV4 har hantelat frågor om miljö, konsumtion och livsstil mellan 1987 och 1998. en central föreställning rör hur journalistiken varit medskapare till en ideologisk omsvängning som gjort att ekologisk hänsyn förvandlats till dels en individualiserad fråga och dels omformulerats från att ses som ett hinder till en drivkraft i teknikutvecklingen och den ekonomiska tillväxten. I denna utveckling spelar internationella miljödokument liksom den svenska regeringens propositioner viktiga roller. Studien följer fyra olika teman i tevejournalistiken: miljöpolitik, återvinning, konsumtionsvaror och bilism. Några frågor som behandlas är: Hur gestaltar journalistiken i

bilder och det sagda en konsumtionsorienterad miljödiskurs? Vilka aktörer får komma till tals i tevenyheterna? Hur iscensätts hot mot miljön och visioner av det samhälle vi vill leva i?

Media and Democracy in Africa

Göran Hydén, Michael Leslie & Folu F Ogunidimo (eds.), Uppsala, Nordiska Afrikainstitutet, 2002, 260 p.



The book provides the first comprehensive and up-to-date assessment of the role of the media in political change in sub-Saharan Africa. The central argument of the volume is that while the media may still be relatively weak compared to their positions in liberal democracies, they have come to play a much more important role than ever before since independence. This volume shows that the media scene in Africa is diverse. It stretches from the well-developed and technological advanced situation in south Africa to the still fledgling media operations that are typical in sub-Saharan Africa. In these countries, print media as well as television and radio are just beginning to take their place in society and do so using simple and often outdated technology. The volume is organized to provide

a historical perspective on the revolution of the African media, placing the present in the context of the past, including both colonial and post-colonial experiences.

Following chapters are included: *Communications and democratization in Africa* (Göran Hydén and Michael Leslie), *The media and the two waves of democracy* (Göran Hydén and Charles Okigbo), *Media laws in political transition* (Chris W. Ogbondah), *Broadcasting and political reform* (Paul R. van der Veur), *The internet and democratization* (Michael Leslie), *Media ownership and democratization* (Keyan Tomaselli), *African politics and American reporting* (Beverly G. Hawk), *Alternative small media and communicative spaces* (Debra Spitulnik), and *Media and democracy in twenty-first-century Africa* (Folu Folarin Ogunidimu).

Dagens gennyheter. Hur massmedier berättar om genetik och genteknik

Malin Ideland, Lund, Nordic Academic Press, 2002, 224 p., ISBN 91-89116-39-9. (Lunds universitet, Etnologiska institutionen). Note: Dr. diss. English summary 8 p. transl. by: Karin Tängemark.



Presentationen av det klonade fåret Dolly medförde en mängd av reportage och debatter om vetenskaplig etik. Dolly är bara ett exempel på alla de nyheter med anknytning till genetik och genteknik som rapporterats under 1990-talet. Avhandlingen studerar, ur ett etnologiskt medieanalytiskt perspektiv, vad som förmedlas i nyheterna utöver objektiva fakta – vilka faktorer som påverkar hur massmedierna berättar om modern bioteknik. Författaren tar bl a upp faktorer som journalisternas ideal och arbetsmetoder, kulturella föreställningar om bland annat arv och miljö, naturligt och onaturligt, manligt och kvinnligt. Studien bygger på intervjuer och exempel ur skilda massmedier – såväl nyhetsmedier som biofilmer, där texten analyseras som berättelser.

Pressen i provinsen: från medborgerliga samtal till modern opinionsbildning 1750-1850

Patrik Lundell, Lund, Nordic Academic Press, 2002, 384 p., ISBN 91-89116-45-3. Note: Dr. diss. English summary 8 p.



Avhandlingen tecknar den moderna pressens genombrott, 1750-1850. Från att på 1700-talet ha varit arenor där alla hade rätten att delta i det upplysta samtalet, blev tidningarna under början av 1800-talet gradvis opinionsorgan styrda av tämligen enväldiga utgivare. Allt mer professionella tidningsmakare formade och tog makten över mediet och språket. Begrepp som opinion, press, publicist och redaktör fick då de betydelser vi idag tar för givna. Volymen är tredelad. Den första delen En medborgerlig tidningslitteratur, 1700-tal, behandlar det medborgerliga tidningsidealet, och tecknar den östgötska (Linköping och Norrköping) tidningslitteraturens kvantitativa tillväxt i relation till utvecklingen i riket i övrigt. Här resoneras också kring innehåll genom begrepp som politik, parti och opinion.

Del två Marginalisering och modernt genombrott, 1790-1840, tar upp politiseringen och professionaliseringen, ett nytt tidningsideal, och hur nya idéer och praktiker började sitt intåg i Östergötland i och genom olika konkurrenssituationer, samt hur provinspressen förhöll sig till huvudstadspressen. Den tredje delen, Den moderna pressen etablerad, 1840-tal, uppmärksammar den förändrade betydelsen av publikens sammansättning, summerar professionaliseringsprocessen fram till och med 1840-talet, och slutligen beskrivs hur den moderna pressens argaste kritiker började spela samma spel som sina motståndare. Avhandlingen bygger på ett omfattande källmaterial och slår ett slag för regional idéhistoria och för studiet av landsortspressen.

Solister i mångfalden. Signaturen Bang, Maud och Attis samt andra kvinnliga dagspressjournalister med utgångspunkt i 1930-talet

Kristina Lundgren, Stockholms universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation (JMK), 2002, 420 p., ISBN 91-88354-26-1, ISSN 1102-3015. Note: Dr. diss. English summary 11 p.



Utifrån ett journalistikhistoriskt och textanalytiskt perspektiv uppmärksammar avhandlingen inledningsvis en mångfald av kvinnliga journalister som tidigare varit så gott som okänd i svensk presshistoria. Huvuddelen av avhandlingen studerar journalisterna Barbro Alving (Bang), Maud Adlercreutz (Maud) och Astrid Ljungström (Attis). Författaren belyser dels villkoren för de kvinnliga journalisternas inträde i yrket under en tid då de var i stark minoritet inom branschen, dels utvecklingen av olika arbetsområden och reporterroller i en tid då den moderna journalistiken växte fram. Den period som avses är 1930-talet och åren fram till decennieskiftet 50/60-talet.

Medieskugga

Lars Nord & Gunnar Nygren, Stockholm, Atlas, 2002, 264 p., ISBN 91-7389-108-8.



Boken redovisar en undersökning av både mediebevakning och mediekonsumtion i Storstockholm. I denna kritiska analys tecknar författarna en bild av ett mediasystem som är tydligt uppdelat och som rör sig allt längre bort från de demokratiska ideal som mediernas företrädare hävdar i skilda sammanhang. Författarna pekar bland annat på en bristande bevakning av Storstockholm och en ojämnt fördelad bevakning av innerstaden kontra förorterna. Även mediekonsumtionen är splittrad. Stora grupper av medborgare faller utanför det som i andra delar av landet är en normal mediekonsumtion med dagstidning och "public service" i radio och tv. Studien diskuterar också lokal identitet och politiskt deltagande i olika delar av Storstockholm.

TV-reklamen – vår tids myter. Men könsrollskonserverande och konsumtionsfrämjande för barn?

Margareta Rönnerberg, Uppsala, Filmförlaget, 2003, 314 p., ISBN 91-971157-9-7.



Studien tar sin utgångspunkt i antagandet att konstruktion av kön i förskoleåldern inte är någon effekt av hur vuxenvärlden talar om kvinnor och män, eller vad som normativt förknippas med kvinnor och män. Utifrån detta antagande ställs den övergripande forskningsfrågan: Hur konstruerar barn flick- och pojkgenus utifrån uppslag i familjen och (för)skol(e)miljön, i leksaker, reklam och media, samt hur konstruerar de sin självförståelse som konsument i relation till dessa influenser. Frågan rör reklamens inverkan på barns könsrollsutveckling och konsumtionshandlingar.

Fokus ligger främst på att "omteoriserar" mötet mellan barnkultur och feminism med barnreklam(förbudet) som studieobjekt, genom en kraftigare fokusering på ålder, klass och feministiska värden.

Författaren gör inledningsvis en begreppsutredning kring frågan vad som är reklam – och inte är det – dess innehåll, form och uttryckssätt. Vidare analyseras i olika avsnitt genrestämning av TV-reklam, forskning om barn och reklam, könsrollsocialisation, barns reaktioner på TV-reklam, och en innehållsstudie av en månads TV-reklam riktad till vuxna i TV3, TV4, Kanal 5 samt ZTV på bästa sändningstid (kl. 19-22).

Nyhetstextens förvandlingar. Fyra berättelser i Dagens Nyheter 1914-1993

Kristina Wallander, Umeå universitet, Institutionen för kultur och medier, 2002, 236 p., ISBN 91-7305-338-4, (Medier och kommunikation; 5), ISSN 1104-067X.



I boken granskas fyra nyhetsberättelser i Dagens Nyheter under 1900-talet som alla handlar om utrikes händelser: mordet på Österrikes tronföljare Frans Ferdinand i Sarajevo 1914, valuta- och regeringskrisen i Frankrike våren 1935, Chrustjevs avsättning 1964 och de italienska kommunalvalen hösten 1993. I genomgången av de fyra nyhetshändelserna diskuteras i första hand texterna framställningsform utifrån ett narratologiskt perspektiv.

Annan ny litteratur

Cavallin, Jens: *Betänkande om mediemakten: slutrapport från Mediestrukturprojektet*. Linköpings universitet, Institutionen för tematisk utbildning och forskning, 2002, 167 p., ISBN 91-7373-326-1, (Forskningsrapport; 2002:2), ISSN 1651-0798.

MEDIA STRUCTURE • MEDIA POWER
• MEDIA POLICY • CULTURE

Carlsson, Ulla: *Media and violence in society: attitudes toward media violence and protective measures in Sweden*. Göteborg, Göteborgs universitet, 2002, 7 p. Note: Paper presented at TV e tutela dei minori Regolamentazione comparata in sei Paesi europei, Comitato TV e Minori, Rome 13 november, 2002.

MEDIA • VIOLENCE • REGULATIONS • SOCIETY

Digital Radio: kartläggning och analys. Stockholm, Fritzes, 2002, 189 p., ISBN 91-38-21668-X, (SOU; 2002:38), ISSN 0375-250X. (Kulturdepartementet). Note: Delbetänkande av Digitalradioutredningen.

RADIO • DIGITALIZATION
• TECHNOLOGICAL CHANGE
• GOVERNMENT POLICY

Ericson, Staffan (ed.): *Hello Europe: Tallinn calling: Eurovision Song Contest 2002 som mediehändelse*. Södertörns högskola, Medie- och kommunikationsvetenskap (MKV), 2002, 112 p., (Mediestudier vid Södertörns högskola; 2002:3), ISSN 1650-6162.

Innehåller följande artiklar: *Inledning* (Staffan Ericson), *Mediehändelsens plats* (Patrik Åker), *Schlagger i öst och väst* (Heike Graf), *Nationsmarknadsföring. ESC som modern världsutställning* (Göran Bolin), *Rösten från andra sidan. En kommentar till kommentaren* (Staffan Ericson), *Direktsändning som teknologi och kulturell form. ESC och konstruktio-*

nen av liveness (Michael Forsman), *Temporalt limbo. ESC 2002 och tiden* (Stina Bengtsson), *Tävla i musik? Om slagver och sport som spel* (Lars Lundgren), och *Dagen efter...* (Anna Orrghen).

MEDIA • TELEVISION • POPULAR MUSIC
• ENTERTAINMENT

Graf, Heike: *Die metamorphose der stadt Berlin – in den dokumentarfilmen von Bo Bjelvestam*. Huddinge, Södertörns högskola, Medie- och kommunikationsvetenskap (MKV), 2002, 66 p., (Mediestudier vid Södertörns högskola; 2002:2), ISSN 1650-6162. (Note: Svensk sammanfattning 2 p.)

FILMS • DOCUMENTARY FILMS • TELEVISION
• SOCIETY

Integrationsbilder: medier och allmänhet om integrationen. Norrköping, Integrationsverket, 2002, 85 p., (Integrationsverkets rapportserie; 2002:02), ISSN 1404-5370.

MEDIA • PUBLIC OPINION • IMMIGRANTS
• POLITICS

Minoriteternas medier: kartläggning och analys av situationen för medier som främst riktar sig till invandrare och nationella minoriteter i Sverige. Stockholm, Presstödsnämnden, 2002, 202 p., ISBN 91-631-2962-0.

MEDIA • MINORITY GROUPS • IMMIGRANTS
• MEDIA USE

Pettersson, Rune: *Rubriker – bruk och missbruk*. Stockholm, Sellin & Partner, 2002, 158 p., ISBN 91-7055-294-0. (Stiftelsen Institutet för Mediestudier).

HEADINGS • TEXT • INTERNET • GRAPHIC DESIGN

