

Avbrott i politiska mediesamtal

*En studie av statsministerkandidaterna
Persson och Reinfeldt i den svenska valrörelsen 2006*

MATS EKSTRÖM & JUDIT BÉRCZES

I forskning om samtal har avbrott ägnats stor uppmärksamhet. Detta kan förklaras av att avbrott, i form av överlappande prat, utgör en avvikelse från den norm som säger att vi i huvudsak bör prata en i taget. Samtal bygger på timing där deltagarna lyssnar på varandra för att veta när den som pratar är på väg att avsluta och erbjuda en möjlighet för nästa att ta över. Avbrott gör våld på talarens rätt att avsluta sin tur, eller mer precist talarens rätt att själv nå fram till en möjlig turbytesplats (Zimmerman och West 1975, Sacks 1992, Schegloff 2000). Frågor om hur avbrott påverkar samtal, hur störningar i form av samtidigt prat repareras och hur illegitima former för samtidigt prat bemöts har mot bakgrund av detta varit en viktig del av grundforskningen inom Conversation analysis (CA). Med tanke på att avbrott förknippats med "violation of speaking rights" (Bilmes 1997: 507), har sådana handlingar också studerats som en indikator på makt och dominansförhållanden. Genom att studera avbrott har forskare t ex kunnat påvisa könsrelaterade dominansförhållanden i samtal (Zimmerman och West 1975, Tannen 1994).

Avbrott kan också spela en central roll i politiska mediesamtal (Esaiasson och Håkansson 2002, Weiner 2006). Ur programproducenternas perspektiv bidrar de till de konfrontationer och meningsmotsättningar som antas öka det offentliga samtalets (underhållnings)värde. Forskning har visat att programledaren har en avgörande roll för att samtalen skall få en konfrontationsorienterad karaktär med avbrott som ett återkommande inslag (Emmertsen 2006).

För politikernas framgång har avbrott betydelse eftersom de delvis reglerar hur mycket utrymme de får i samtal, men också därför att avbrott kan vara ett effektivt sätt att påverka samtalets agenda. Journalister kan använda avbrott för att hindra politiker

att använda sina svarsturer till att prata om annat än vad som avsågs med en fråga. Politiker kan avbryta en journalist för att direkt bemöta ett påstående som görs (Bull och Mayer 1988). Ett direkt bemötande kan vara mer effektivt inte minst eftersom det begränsar den andre partens möjligheter att bestämma samtalets agenda. Men dilemmat med avbrott är att sådana handlingar kan uppfattas som fientliga och oartiga. En politiker som ställs inför frågor med fientliga inledningar, vilket är vanligt i politiska intervjuer (Clayman och Heritage 2002, Clayman m fl 2006), kan välja mellan två strategier: (1) Att avbryta i syfte att påverka agendan, men med risken att bli uppfattad som oartig. (2) Att låta intervjuaren ostört sätta agendan, undvika avbrott och själv framstå som mer sympatisk.

I denna artikel presenteras en empirisk studie av debatter och intervjuer i radio och TV under den svenska valrörelsen 2006, med de två statsministerkandidaterna Göran Persson och Fredrik Reinfeldt. Syftet är att undersöka vilken betydelse avbrott har i dessa mediesamtal, samt hur konfrontationsorienterade de olika aktörerna är. Vi ställer fyra övergripande frågor:

1. Hur agerade journalisterna gentemot de två statsministerkandidaterna? I vilka situationer användes avbrott? Avbröts den ena politikern mer än den andra?
2. Hur hanterade politikerna journalisternas avbrott? I vilken utsträckning tog de t ex upp konkurrens för att behålla turen?
3. I vilken utsträckning och i vilka situationer avbröt politikerna dels journalisterna, dels varandra? Finns några tydliga skillnader mellan Perssons och Reinfeldts samtalsstilar?

Tidigare forskning

Forskningen om avbrott i politiska intervjuer är inte omfattande. Beattie (1982) presenterar en jämförande studie av två intervjuer, den ena med Margaret Thatcher och den andra med Jim Callaghan. Beattie konstaterar att Thatcher avbröts betydligt oftare än Callaghan och förklarar detta med att hon i intervjun ofta ger intryck av att hon är på väg att avsluta sin tur när så inte är fallet. Denna studie har kritiserats av Bull och Mayer (1988) som menar att studien bygger på ett allt för begränsat material och dessutom tveksamma definitioner av vad som egentligen är avbrott. Deras egen studie omfattar åtta intervjuer (två politiker som intervjuas av fyra olika journalister). Studien visar att intervjuarna avbröt politikerna främst då politikerna i sina svar avvek från agendan. Politikerna avbröt i sin tur oftast för att invända mot något i frågeturen. Bull och Mayer (1988) drar också slutsatsen att likheterna mellan intervjuerna med de olika politikerna var mer betydande än skillnaderna. Beattie (1989) har i sin tur bemött Bull och Mayer, och kritiserat dem för att inte presentera någon tydlig definition av avbrott överhuvudtaget. Denna debatt illustrerar tydligt att, som Beattie (1989: 334) själv uttrycker det "interruptions are extremely difficult to define let alone classify". Vi återkommer till detta under en särskild rubrik.

I en skandinavisk kontext har avbrott studerats av Moring (1989), Esaïasson och Moring (1993, 1994), Esaïasson och Håkansson (2002) och Bjerling (2007). Dessa studier är unika och av stort värde. Esaïassons och Morings (1993, 1994) jämförande studie av intervjuer under valrörelser i Finland och Sverige 1988 och 1991 visar t ex att de finska journalisterna var mer benägna att avbryta politikerna jämfört de svenska. Esaïasson och Håkansson (2002) samt Bjerlings (2007) studier visar på förändringar vad gäller förekomsten av avbrott i partiledarintervjuer från 1956 och fram till 2006. Frekvensen i intervjuarens avbrott har ökat kraftigt över tid. Under perioden 1956 till 1976 var det ungefär lika vanligt att intervjuaren och den intervjuade avbröt varandra. Från mitten av 1970-talet och fram till idag har dock skillnaderna mellan aktörerna successivt blivit allt större. Journalisterna avbryter alltmer och politikerna allt mindre. En svaghet i dessa studier är deras i förhållande till samtalsforskningen något oprecisa definition av avbrott. Avbrott och avbrottsförsök definieras som "ordöverlämningar där det förekommer samtidigt tal där den inbrytande partnern avser att ta över ordet" (Esaïasson och Håkansson 2002: 121). Det är oklart vad ordöverlämningar syftar på och författarna klarar inte hur de avgör när någon har *avsikt* att ta över

ordet. Sist men inte minst diskuteras inte hur man hanterar de många situationer av överlappande prat som knappast är att betrakta som avbrott (se nedan). Mycket talar dock för att dessa studier ändå ger en tillförlitlig bild vad gäller trenderna över tid.

Metod och material

Studien omfattar samtal med de två statsministerkandidaterna Persson och Reinfeldt i följande fem programformat (samtliga i public service från valrörelsen 2006): (1) Intervjuer i radions P1 (Ekot) med Tomas Ramberg och Monica Sarinen; (2) Intervjuer i P3 med Annika Lantz; (3) Intervjuer i SVT:s Gomorron med K-G Bergström; (4) De avslutande partiledarutfrågningarna i SVT med Mats Knutson och Marianne Rundström; (5) Den så kallade Duellen mellan Persson och Reinfeldt, ledd av journalisten Anna Hedenmo. Materialet omfattar således åtta intervjuer och en debatt.

Studien följer grundläggande principer inom "Conversation analysis" (CA) (se t ex Hutchby och Wooffitt 1998). Den baseras på detaljerade analyser av transkriberade samtal. Analyserna fokuserar på den sekventiella organiseringen av yttranden och samtalsturer. Yttranden tolkas med avseende på vad de gör i den specifika situationen, hur de relaterar till föregående yttranden och hur de besvaras av de yttranden som följer. Materialet har transkriberats i enlighet med det system som används inom CA (se t ex Clayman och Heritage 2002). Transkriptionernas detaljnivå med tillhörande symboler har anpassats till vad som varit relevant för den aktuella studien.

Vad gäller de åtta intervjuerna har sammanlagt cirka 1700 fråge- och svarsturer kodats och analyserats. Ytterligare cirka 200 turer i "Duellen" har analyserats. Kodningarna har genomförts av två personer utifrån ett kodschema som skiljer ut olika typer av avbrott och responser på avbrott (jfr nästa avsnitt). För att maximera reliabiliteten i tolkningarna har samtliga svårtolkade situationer tillfälligt lagts åt sidan och gått igenom vid särskilda möten i forskargruppen. Dessutom har ett urval av intervjuer kodats parallellt av två personer. Överensstämmelsen mellan kodarna har visat sig vara god, men dessa kodningar har också lett till att kodinstruktionerna för vissa variabler kompletterats, vilket i sin tur lett till att hela materialet gått igenom ytterligare en gång avseende dessa variabler.

Vad är ett avbrott?

I en av sina föreläsningar från 1966 gör Harvey Sacks (1992:323) följande korta beskrivning av in-

nebörden i ett avbrott: "In two-party conversation, if A is talking along and B starts to talk in the course of it somewhere, then we might say that B is interrupting A". Alltsedan Sacks arbeten har analyser av avbrott till stor del tagit sin utgångspunkt i den för samtalsanalysen grundläggande iakttagelsen att samtal är organiserade som turtagningar, där det normala är att prata en i taget.

Att urskilja vad som utmärker ett avbrott, som en särskild typ av handling i samtal, är nu inte så enkelt som Sacks definition ovan antyder (vilket han och hans kollegor också visat). Det första vi kan konstatera är att det finns situationer av överlappande prat som inte rimligen kan betraktas som avbrott. Det gäller alla de situationer av stödjande prat som inte alls gör anspråk på att störa, avbryta eller konkurrera med den som pratar, utan snarare motivera personen att fortsätta (Hutchby 1996). Det gäller också de situationer där en person går in i det som förutsägs vara avslutningen av en tur, så att ett kort överlappande prat uppstår. Sådana överlapp kan vara uttryck för ett engagerat samtal.

Forskare har mot bakgrund av detta argumenterat för att överlappande prat i slutet av en turkonstruktionsenhet inte är att betrakta som avbrott (Zimmerman och West 1975). Sacks kollega Emanuel Schegloff (1987: 214) hänvisar till följande definition av "interruption": "talk by another when a prior speaker is still talking and is not 'in the vicinity' of possible turn completion". Det är, framhåller Zimmerman och West (1975), närheten till en legitim punkt för turbyte som skiljer ut avbrott från andra former av överlappande prat. Itakura (2001) definierar på motsvarande sätt avbrott som samtidigt prat där en talare börjar prata mitt i "a current speaker's turn constructional component". Lakoff (1990: 47) menar att avbrott är när någon börjar prata innan den som har turen gett någon indikation på att han/hon är på väg att avsluta sin tur.

Men var drar vi då i empiriska studier gränsen mellan å ena sidan ett överlapp när föregående talare är på väg att avsluta och å andra sidan ett avbrott? I syfte att kunna mäta förekomsten av avbrott i samtal

har avbrott operationaliserats (syntaktiskt) till de situationer av samtidigt prat som börjar mer än två stavelser från slutet av en möjlig turbytesplats (Zimmerman och West 1975, Okamoto m fl 2002). Detta har kritiserats av forskare som framhållit att det inte finns några definitiva syntaktiska kriterier för vad som är ett avbrott och inte. Det är endast genom att studera aktörers agerande i konkreta situationer som vi kan skilja ut avbrott (Murray 1985).

Vi har i denna studie använt den ovan refererade syntaktiska principen som vägledande men samtidigt korrigerat våra bestämningar av vad som är ett avbrott och inte utifrån analyser av vad som sker i situationen. Utifrån dessa analyser har vi också identifierat situationer som vi definierar som avbrott även om inget överlappande prat sker. Här följer ett exempel på detta (exempel 1). Journalisten går här in utan överlapp (rad 4) vilket leder till att politikern avslutar mitt i en mening (rad 3).

Vad som är att betrakta som ett avbrott och inte är delvis avhängigt konsekvenserna av en handling. Här krävs två förtydliganden. Begreppet "interruption" omfattar *för det första* två betydelser, "break in" och "cut off", vilka riskerar att döljas i den svenska översättningen till avbrott. Avbrott så som vi och många andra använder begreppet kan ha olika konsekvenser och inte bara att den som hade turen tvingas avsluta den (låter sig avbrytas). I vår studie kodas avbrott således även för störande ingrepp där den som hade turen behåller den. En indikation på ett störande ingrepp är att den som har turen upprepar ord i syfte att behålla turen.

I enlighet med CA (och principen om "next turn proof procedure") studerar vi *för det andra* konsekvenser av handlingar genom att undersöka vad som händer i situationen och hur aktörerna i situationen agerar. De turer som följer är ett underlag för att avgöra vad en handling betyder i situationen. Vi har däremot ingen intervjubaserad kunskap om i vilken mån personen "avsåg" att avbryta den andra, eller hur långt personen "avsåg" att utveckla sitt resonemang i en tur. Vi förtydligar detta genom att utgå från ytterligare ett exempel (exempel 2).

Exempel 1. Utfrågningen med Fredrik Reinfeldt i SVT

P = Politiker J = Journalist

1. P: .hh (.) ja dels så måste han ju hh tro på att jag driver en politik som
2. P: leder till att jobben blir fler och att vi kan hävda oss i konkurrensen
3. P: sedan ska vi veta att- =
4. J1: = men blir de inte det så ska han leva på 65 procent

Exempel 2. Utfrågningen med Göran Persson i SVT

- 1. P: >>ekonomin i hushållet det handlar om det handlar också om
- 2. P: satsningar på dagis på skolan barnhälsovården mödrahälsovården
- 3. P: allt det där hänger ihop och gör att vi är ett land där barnen ju har
- 4. P: det gott [jämfört med andra länder]
- 5. J2: [men kan du säga att du] är stolt när 200 000 barn i
- 6. J2: Sverige 2006 lever under fattiga förhållanden

Journalisten går här in och skapar ett överlappande prat (rad 5) och politikern avslutar en mening (eller det som inom CA kallas en "turn construction unit" TCU) (rad 4). Vi kan inte veta om politikern här överhuvudtaget blev störd, om han avrundade det han hade för avsikt att säga eller om han egentligen hade för avsikt att utveckla turen ytterligare. Vi har definierat denna typ av situationer som avbrott om överlappningen sker minst tre stavelser ifrån en möjlig turbytesplats. Om den som har turen när den andre börjar prata blir påtagligt störd, t ex stoppar direkt trots oavslutad TCU, kodar vi det som avbrott oavsett längden på överlappningen.

Ytterligare en situation kan förenklat beskrivas på följande sätt: A har turen. B går in när A gör en kort paus i en möjlig turbytesplats, men A visar sig vilja fortsätta, det blir överlappande prat. Dessa situationer definieras i denna studie som avbrott om inte B (som inte hade turen) släpper turen ifrån sig direkt när han/hon inser att det uppstår konkurrens. Avslutningsvis definieras kortare försök att komma in i samtalet som en form av störande ingrepp (misslyckade avbrottsförsök) om de varken är uppenbart stödjande eller går in på en möjlig turbytesplats.

Journalisterna avbryter politikernas svar

Att de intervjuande journalisterna avbryter politikererna i deras svarsturer är vanligt förekommande i partiledarutfrågningar. Esaiasson och Håkansson (2002) har i historiska studier visat att journalisterna avbryter alltmer och politikerna allt mindre. Denna asymmetri går igen i samtliga intervjuprogram vi studerat under valrörelsen 2006. Sammantaget för de studerade programmen avbryter journalisterna de två politikerna ungefär lika ofta, men det finns som framgår av tabell 1 vissa skillnader mellan programmen.

Bilmes (1997: 523) argumenterar för att avbrott är illegitima, eftersom de bryter mot den normala turtagningen och aktörernas rätt att avsluta sin tur. Detta visar sig menar Bilmes i både hur avbrott utförs och hur den avbrutne reagerar. En ursäkt är ett sätt att visa

sig medveten om att det man gör är ett normbrott. I de studerade partiledarintervjuerna förekommer det dock endast i enstaka fall att journalisterna ursäktar sina avbrott. Tvärtom utförs och bemöts avbrott oftast som om de vore helt legitima. Intervjuarens avbrott i de fyra studerade partiledarintervjuerna är enligt vår tolkning relaterade till åtminstone fyra legitima roller (med tillhörande förväntningar) i programmen: (1) Att vara en *kritisk utfrågare*, (2) Att *styra agendan* och se till så att inte den intervjuade får för stor makt över agendan, (3) Rollen som *ordförande* med ansvar för fördelningen av tid och turer i programmet, (4) Att skapa *liv, energi och dynamik* i programmet. Dessa roller kan som framgår av exemplen nedan vara nära relaterade till varandra.

Tabell 1. Avbrott av intervjuaren i partiledarintervjuer i valrörelsen 2006 (procent av alla frågeturer i respektive program)

Programformat	Persson	Reinfeldt
Utfrågningen SVT	50 (29.9)	37 (25.5)
Gomorrön SVT	6 (18.8)	7 (19.4)
P1	10 (11.9)	17 (19.8)
P3 Lantz	24 (19.8)	53 (29.9)
Totalt	90 (22.3)	114 (25.7)

Kritisk utfrågare

I politiska intervjuer används en uppsättning frågetekniker för att pressa och ställa politiker till svars (Clayman och Heritage 2002). Avbrott är en annan teknik som används i detta syfte. Dessa tekniker används också i kombination med varandra för att sätta press på en intervjuperson. En fientlig fråga blir mer kraftfull och effektiv när den utförs i form av ett avbrott. I exempel 3 ställer journalisten en fråga som samtidigt påstår att den politik Reinfeldt företräder innebär lägre löner. I sitt svar ifrågasätter politikern detta påstående. Journalisten avbryter på rad 9 med ett ifrågasättande av politikerns svar och vidhåller att effekten av deras politik blir sänkta löner.

Exempel 3. Intervju med Reinfeldt i P1

1. J: sen vill ni ju sänka ersättningen som man får från a-kassan också ifall man
2. J: blir arbetslös .eh å din chefekonom Anders Borg har sagt att så småningom
3. J: värkar sänkta ersättningsnivåer igenom systemet å de blir nya jobb eftersom
4. J: lönebildningen påverkas vilket leder till lägre löner .de ä ju väldigt
5. J: många olika faktorer här som kommer å leda till *lägre löner* hur låga
6. J: kommer dom å bli tror du
7. P: .hh fast återigen vi vi sänker inte löner i Sverige å då får man möjligen
8. P: diskutera [me Anders hur han har-]
9. J: [effekten blir ju ändå]sänkta löner
10. P: nåä alltså vi sänker inte löner i Sverige utan de handlar om hur (fortsätter)

Styra agendan

I en studie av intervjuer med brittiska politiker konstaterar Bull och Mayer (1988) att avbrott ofta sker i situationer där politikern använder turen till att göra något annat än att svara på den fråga som ställts. Avbrottet kan så till vida betraktas som uttryck för en kamp om agendan. I frågans makt ligger rätten att sätta agendan för samtalet. I situationer då den svarande avviker från agendan kan intervjuaren avbryta för att återta eller upprätthålla makten över agendan.

I exempel 4 försöker journalisten pressa politiker med en fientlig fråga som antyder en motsägelse i den politik som den intervjuade är företrädare för (rad 1-3). Journalisten uppfattar det sedan som att politikern i inledningen till sitt svar försöker lösa den besvärliga frågan genom att avvika från ämnet (börja prata om kärnkraft istället för trafikens koldioxidutsläpp) (rad 6). Intervjuaren avbryter med en tillrättavisning (rad 7) som politikern inte bara uppfattar, utan också direkt anpassar sig till genom att vrida över sitt svar på trafiken och acceptera den agenda som journalisten definierar (rad 6). Avbrottet

leder inte till att personen som har turen släpper den ifrån sig helt, men däremot påverkas han i sin tur av det korta ingrepp som journalisten gör.

Fördela tid och turer

Avbrott används också av journalisten för att man skall kunna genomföra programmet i enlighet med programformatet och det specifika manuskriptet. Journalisten har ansvar för programmets genomförande, att de på förhand planerade ämnena och frågorna får plats inom ramen för den begränsade programtiden, att politikerna hanteras på ungefär samma sätt (inom public service), att det blir tempo och växlingar i programmet och att samtalet avslutas när programtiden är slut.

Skapa "liveness"

Begreppet "liveness" har använts för att förstå de relationer som kan skapas mellan publiken och aktörerna i ett program, och för att analysera de tekniker som utvecklats för att dra in publiken i programmet

Exempel 4. Intervju med Reinfeldt i Gomorron SVT

1. J: [om] ni nu säger er vilja minska koldioxid- -utsläppen
2. J: från trafiken varför vill ni då sänka bensinskatten vilket ju rimligen
3. J: leder till att folk kör ännu mer [bil]
4. P: [jag] tror jag tror dock att jag vi är
5. P: väl allra mest trovärdiga när det gäller koldioxiden eftersom vi inte
6. P: forcerar avveckla kärnkraft[ten (.) sedan] trafik[en (.)] >>
7. J: [men nu talar vi om] [ja just det]
8. P: >> fast det fö- för den globala miljöpåverkan så spelar det inte så
9. P: stor roll hur utsläppen ser ut i så fall .öh och vi är (fortsätter)

(Corner 1995, Tolson 2006: 11). Begreppet kan syfta på de tekniker som används för att få publiken att uppleva att de deltar i en kommunikation *här och nu*, strävan att överbrygga en distans i tid och rum (t ex genom direkt tilltal). "Liveness" kan också syfta på strävan att framställa programmet som *spontant och oförutsägbart*, snarare än planerat och manusstyrt (t ex genom att programledaren undviker att läsa ur manus). Men "liveness" kan också syfta på att ett samtal skall framstå som *livligt, engagerat och medryckande*.

"Liveness" i dessa olika aspekter skapas inte bara genom enskilda individers (t ex en programledares) agerande framför kameran, utan i stor utsträckning genom interaktionen i programmen, genom samtalsens sekventiella organisering. Avbrott kan bidra till att göra samtal mer spontana, livliga och engagerade. Avbrott uttrycker spontanitet. De är nära relaterade till den situation där de uppstår, de förutsätter timing och kan bara utföras i relation till vad någon annan gör i situationen. Sacks (1992: 643) framhåller att ett kriterium på "liveness" kan vara att flera personer pratar samtidigt, med många överlappande yttranden. Det samtidiga pratet indikerar att de som deltar är känslomässigt engagerade. I iscensatta mediesamtal kan avbrott bidra till att samtalen framstår som vardagslika.

Det programformat för partiledarintervjuer som innehåller mest överlappande prat (av dem vi studerat) är Lantz i radions P3. Programledaren Annika Lantz är känd för sina pratprogram på radio och TV. Samtalen med de olika partiledarna inför valet 2006 var uppbyggda som en blandning av talk show och partiledarintervju. I exempel 5 samtalar Lantz och Göran Persson om konstitutionsutskottets granskning av Lars Danielsson och hans agerande i

samband med Tsunamikatastrofen. Samtalet avviker tydligt från vad som beskrivits som kännetecknande för nyhetsintervjuer (Clayman och Heritage 2002). Politikern är inte hänvisad till att bara svara på frågor utan kan också själv ställa frågor (rad 16). Intervjuaren uttrycker sig i jag-form (rad 14, 17, 20), tar upp egna erfarenheter (17, 19), använder förnamn vid omnämnande (rad 4, 15) och som tilltal (rad 17), detta tvärt emot vad som brukar beskrivas som utmärkande för nyhetsintervjuarens formellt neutrala position (rad 17-21). Samtalet är vardagslikt och personligt färgat. Även politikern använder förnamn (rad 26 och 32) och vardagliga uttryck (rad 30) och han tillfrågas och svarar flera gånger på frågor om sina personliga känslor istället för den politik han företräder (rad 24-26, 35). Överlappande prat, såväl stödjande som konkurrerande, förekommer frekvent. De olika formerna för överlappande prat skapar ett engagerat och livfullt samtal.

Politikernas agerande när de blir avbrutna

Denna studie visar att de intervjuade politikerna relativt ofta blir avbrutna i sina svarsturer (i cirka var fjärde svarstur). Ett syfte med studien är att undersöka eventuella skillnader mellan politikerna med avseende på hur konfrontationsorienterade de är. Ett svar på denna fråga kan vi få genom att undersöka hur politikerna agerar då de blir avbrutna. I syfte att identifiera eventuella skillnader i politikernas benägenhet att ta upp kamp om turen när de blir avbrutna har vi utvecklat en variabel med fem olika värden. Vi skiljer mellan de situationer där en avbruten politiker (1) stoppar direkt mitt i en TCU (och överlåter turen åt den som avbryter), (2) avrundar utan att konkurrera om att få

Exempel 5. Intervju med Persson i P3

1. J1: men hur har Lars Danielssons agerande under det
2. J1: senaste året påverkat den här den här moraliska kulturen då
3. P: .hh ja det är också där så att öhm hh det är naturligtvis en en .sak
4. P: som Lars själv ska klara ut vad han har gjort och inte har gjort .öhh
5. P: han har granskats av KU han har granskats av JO .ö:h nu är JO-s
6. P: granskning klar och JO slår fast att han har inte gjort något
7. P: bro[ttslikt]
8. J1: [men hur] tror du det har påverkat ma- an[dra] socialdemo[krater då]
9. P: [nja] [i- inte]
10. P: inte har det varit någon rolig period det har det verkligt inte varit
11. P: och det allra minst för mig det är en av mina närmaste medar[bet]are >>
12. J1: [jaa]

13. P: >> som jag sätter mycket stort värde på
14. J1: själv såg vi att jag blev ju ganska generad men hur kände du dig
15. J1: under de här utfrågningarna med Lars
16. P: (..) varför blev du generad =
17. J1: = ja men det blev ja men jag vet inte Gö[ran] det är någonting >>
18. P: [näå]
19. J1: >> med män (.) eller förlåt (SKRATTAR) *det är någonting med
20. J1: människor menar jag* [(.) så att det] blir att det blir såhär >>
21. P: [ja jag hoppas]
22. J1: >> någon som inte kan säga riktigt (..) .hur det [är] bara du vet >>
23. P: [ja]
24. J1: >> den där känslan hur kän- du du igår satt du i tv och vad gör en
25. J1: känslomänniska såhär va- (..) vad kände du då
26. P: jag tyckte synd om Lars
27. J1: (.) inget såhär att du ville kasta om kudden och bara [(.) säg >>
28. P: [n e : j >>
29. J1: >> som det är]
30. P: >> n e : j] .jag vet vad den killen >så att säga< presterar och har
31. P: presterat jag har sett honom i tio års tid först hos Ingvar Carlsson
32. P: .dess (ohb) hos Ingvar .jag vet vad han kan ja- ja- för mig är det
33. P: här en gåta .jag har valt att lita på honom därför att det är en av
34. P: mina medarbetare .och jag har in[gen som helst]
35. J1: [är du inte arg]

ha kvar turen (dvs fullföljer en TCU men ofta i lägre volym), (3) får behålla turen utan konkurrens (oftast är det så att intervjuaren märker att det var ett illa valt tillfälle att gå in och väljer att stoppa avbrottsförsöket direkt), (4) konkurrerar men släpper ifrån sig turen, (5) konkurrerar och behåller turen.

Tabell 2. Politikerns agerande när journalisten avbryter (de fyra intervjuprogrammen sammanslagna) (procent)

Agerande vid avbrott	Persson	Reinfeldt
Stoppar direkt	35 (38.9)	69 (60.5)
Avrundar utan att konkurrera	25 (27.8)	27 (23.7)
Får behålla turen utan konkurrens	14 (15.6)	10 (8.8)
Släpper turen efter konkurrens	5 (5.6)	6 (5.3)
Behåller turen efter konkurrens	11 (12.2)	2 (1.8)
Totalt	90 (100)	114 (100)

Analysen indikerar att statsminister Persson har en avsevärt mer konkurrensorienterad stil i jämförelse med sin utmanare Reinfeldt. Reinfeldt stoppar direkt betydligt oftare när han blir avbruten. Reinfeldt konkurrerar dessutom mer sällan om turen och det är bara i två fall som han konkurrerar och behåller turen när han blir avbruten. Persson konkurrerar oftare om turen vid avbrott och i elva fall behåller han också turen.

Vi exemplifierar härmed ett av de tillfällen då Persson behöll turen i konkurrens vid ett avbrottsförsök, samt ett exempel på hur Reinfeldt stoppar mitt i en TCU när journalisten avbryter hans svarstur.

I exempel 6 (rad 5) försöker journalisten gå in och avbryta Persson för att ställa en kritisk fråga men Persson höjer rösten upprepar formuleringen (vilket indikerar att han uppmärksammat störningen) och fortsätter sedan.

I exempel 7 går journalisten in mitt i politikerns TCU (rad 8). Reinfeldt stoppar direkt utan att konkurrera.

Exempel 6. Intervju med Persson i Utfrågningen SVT

- 1. P: .hh vi sa ju förra valet att vi öh skulle förnya och modernisera det
- 2. P: särskilda boendet (.) och öh så hade någon i någon broschyr ett
- 3. P: exempel på vad .exempelvis sänkt moms skulle betyda i i det här
- 4. P: fallet .hh öh [det där är ingen bra-] DET ÄR ingen bra formulering >>
- 5. J1: [din egen minister-]
- 6. P: >> och ö:h jag tillstår gärna att kommunerna här gick fram väldigt
- 7. P: hårt .vad gjorde de ja: de byggde ihop exempe- de bygg- byggde
- 8. P: bort dubbelrummen av två platser blev det en (fortsätter)

Exempel 7. Intervju med Reinfeldt i Gomorron SVT

- 1. P: (.) ja Tony Blair har ju varit en större inspiratör öh i så fall när vi
- 2. P: .har tittat på hur man .ö har utformat sin politik öh dels för att han
- 3. P: är en europaisk politiker för att de har jobbat väldigt mycket man
- 4. P: ska få fram fler jobb men jag tycker George Bush .sätt att beskriva
- 5. P: sin syn på skolan där man säger att ingen inget barn ska gå osedd
- 6. P: genom skolan är ett väldigt sympatiskt förhållningssätt som jag
- 7. P: också gär[na-]
- 8. J2: [det] var å ena sidan och andra sidan men välj nu vem
- 9. J2: står du närmast politiskt

Politikerna avbryter journalisterna

Bilden av Persson som mer konkurrensorienterad i sitt agerande, jämfört med Reinfeldt, bekräftas då vi riktar uppmärksamheten mot politikernas benägenhet att avbryta journalisterna. Skillnaderna mellan politikerna är betydande. Tabell 3 visar att Persson avbryter journalisten i högre utsträckning oavsett programformat, även om skillnaderna i ett av programmen är marginella (Gomorron SVT). Störst är skillnaden i det under valrörelsen mest uppmärksammade programmet, nämligen den avslutande partiledarutfrågningen i SVT. Totalt avbryter Persson i 14.4 procent av sina svarsturer medan motsvarande siffra för Reinfeldt är 6.6 procent.

Tabell 3. *Avbrott av politikerna i partiledarintervjuer i valrörelsen 2006 (procent av politikernas samtliga svarsturer i respektive program)*

Programformat	Persson	Reinfeldt
Utfrågningen SVT	23 (13.8)	5 (3.5)
Gomorron SVT	3 (9.1)	3 (8.3)
P1	12 (13.8)	3 (3.7)
Lantz i P3	20 (17.1)	18 (10.1)
Total	58 (14.4)	29 (6.6)

Det kan finnas goda skäl för en politiker att avbryta journalistens frågetur. I en studie av Bull och Mayer (1988) var det vanligaste skälet att den tillfrågade inte vill hålla med om ett påstående som görs i frågan. Vår studie visar att politikerna avbryter fientligt konstruerade frågor oftare än andra frågor. I situationer där journalisten uttrycker kritik och ställer fientliga frågor hamnar politikerna i ett särskilt dilemma. Det är å ena sidan mer effektivt att bemöta ett yttrande direkt i den stund som det görs och inte senare eftersom risken då är att samtalets fokus och ämne förskjutits och det som man ville bemöta i själva verket blivit en icke ifrågasatt utgångspunkt för samtalet (Bull och Mayer 1998: 42). Ett direkt bemötande i form av ett avbrott riskerar å andra sidan att framstå som fientligt och kan uppfattas negativt av publiken. I vår studie är det uppenbart att Persson oftare än Reinfeldt valde strategin att bemöta direkt med avbrott. Reinfeldt undvek oftare att avbryta och lät journalisten fullfölja sin fråga trots att den innehöll kritiska och för politikern ofördelaktiga påståenden.

I exempel 8 ser vi hur statsminister Persson först låter journalisten formulera en fråga som kan uppfattas som kritisk då den antyder att statsministern är ansvarig för en hög arbetslöshet bland ungdomar. Persson låter journalisten fullfölja sin tur utan av-

Exempel 8. Intervju med Persson i P1

1. J: .h enligt stat- statistiska centralbyråns senaste siffror var hundra
2. J: tjugtvå tusen ungdomar arbetslösa i juni arton komma sju procent ä de
3. J: de ä nästan en femtedel vilka åtgärder i ert valmanifest ä konkret
4. J: inriktade på att ge ungdomar jobb
5. P: ja först ska ja rätta dej på en punkt du tar juni månad när alla skolor har
6. P: slutat å när alla program för arbetslösa ungdomar har lagts av eh hade
7. P: du tagit maj månad så hade du haft en mycke låg siffra för
8. P: ungdomsarbetslösheten å de blir på samma sätt nu i augusti när
9. P: skolorna kommer i gång och när aktivitetsprogrammen återigen
10. P: kommer i gång vi har den längsta siffran långtidsarbetslösa
11. P: ungdomar som vi har haft sen eh ja sen vi tog över regeringsmakten
12. P: efter dom borgerliga de va i maj månad femton hundra då var den
13. P: tretti tusen [n i t]ton hundra nittio fy[r a]
14. J: [me-] [men] nu talar du om en annan
15. J: statistik de här är alltså [S C B:s ar]betskraftsundersökning>>
16. P: [ja men ja tycker att de ä viktigt att-]
17. J: över alla arbetslösa [ungdomar den va hund]ra tjugotvå tusen i juni även om >>
18. P: [jaha men de ä viktigt-]
19. J: >> den va något lägre i maj är de inte [förskräck]ligt många ungdomar som>>
20. P: [men de-]
21. J: >>[inte ha jobb]
22. P: [de ä förskräck]ligt många ungdomar som har jobb å se-
23. J: å va ha ni då för åtgärder i valmanifestet som riktas mot dom]
24. P: [jo men vi se:r ju också <vi se:r ju]
25. P: också hur arbetslösheten faller bland unga> å dom åtgärder vi (fortsätter)

brott. Journalisten avbryter sedan (rad 14) och antyder att Persson avviker från frågan genom att referera till en annan statistik. Därigenom skärps kritiken mot Persson. I denna situation väljer Persson att inte låta journalisten prata till punkt. I själva verket går Persson in och försöker avbryta vid fem tillfällen (rad 16, 18, 20, 22, 24) innan han så småningom får turen (rad 25). Priset för att inte låta journalisten fullfölja sin kritiska invändning är för Persson att han framstår som mycket konfrontationsorienterad.

När politikerna möts i debatt

Utifrån studierna av de fyra intervjuprogrammen kan vi dra slutsatsen att intervjuerna med Persson utvecklades till att bli avsevärt mer konfrontationsorienterade än intervjuerna med Reinfeldt. CA (som är den ansats som väglett denna studie) kan beskrivas som en situationell ansats, vilket innebär att handlingar

förklaras i första hand utifrån vad som sker i situationer och inte utifrån egenskaper hos aktörerna. Men är det nu inte så att det är just egenskaper hos statsminister Persson, närmare bestämt hans samtalsstil, som bidrar till de skillnader vi har kunnat observera? Exemplet ovan illustrerar å ena sidan att avbrott alltid görs i förhållande till en specifik situation samtidigt som de skapar en situation för den andre att agera i. Men å andra sidan finns också argument för slutsatsen att Persson har en mer konfrontationsorienterad samtalsstil relativt oberoende av situationen. Det är ett faktum att Persson i samtliga programformat avbryter journalisternas frågeturer oftare än vad Reinfeldt gör, trots att de t ex får ungefär lika stor andel fientliga frågor.

Ett sätt att närmare undersöka om det är situationen eller Perssons samtalsstil som är förklaringen till de observerade skillnaderna är att undersöka de två statsministerkandidaternas agerande i ett och

samma program. En vecka före valet möttes Persson och Reinfeldt i den så kallade Duellen arrangerad av SVT. Frågan vi ställer är om de även i detta sammanhang skiljer sig åt avseende hur konfrontationsorienterade de är? Svaret är ja.

Duellen är vad Emmertsen (2006) kallat för en ”debate interview”. En intervjuare ställer frågor och fördelar turerna till flera personer som är inbjudna som motståndare och företrädare för olika positioner. Debattintervjun ger möjlighet för journalistisk utfrågning i kombination med debatt. Journalistens frågor och fördelning av turer används delvis för att iscensätta en konfrontation mellan de inbjudna debattörerna.

Programformatet och sammansättningen av deltagare skapar förutsättningar för andra avbrottskonfigurationer än i en situation där en journalist intervjuar

en politiker (jfr Schegloff 2000). Vi skall undersöka tre typer av situationer där konkurrens om turen uppstår. *Den första typen* är helt enkelt de situationer där politikerna avbryter varandra. Det kan vara i en tur där politikern vänder sig till journalisten för att svara på en fråga eller vänder sig till den andre politikern i en argumentation. Resultaten av analysen visar att Persson avbröt Reinfeldt oftare (15 gånger) än vad Reinfeldt avbröt Persson (nio gånger). I exempel 9 leder Perssons upprepade avbrott till att såväl Reinfeldt som programledaren kommenterar Perssons fientliga agerande (rad 20, 22, 23).

Den andra typen av situation är relaterad till de särskilda principerna för fördelning av turer i en debattintervju. Politikerna kan utmana inte bara de andra deltagarnas (journalistens och debattkollegans) rätt att avsluta sina turer, utan även journalistens rätt

Exempel 9. Duellen mellan Reinfeldt och Persson i SVT

(SP=Studiopublik)

1. P: det saknar ni i alliansen ni har inte orkat ta ett sånt beslut ni moderater har alltid
2. P: varit emot dessa målsättningar därför att dom ingriper i dom fria
3. P: marknadskrafternas spel
4. J: Fredrik Reinfeldt
5. P: ja men men berätta nu för oss här ikväll har du nått klimatmål och i så fall hur ser
6. P: det ut allmänt tal är ju meningslöst du [kan]ske regerar om någ[on vecka]
7. R: [nää]
8. J: [då lyssnar]
9. J: vi då [lyssnar vi nu då]
10. R: [det verknings]fulla här är att [vara beredda att] göra åtgärder som leder>>
11. P: [vad tänker du göra]
12. R: >>oss över i miljöbilsanvändning vi har bland annat tio tusen kronor i särskild
13. R: bilpremie för den som köper en miljöbil [(.)] j o men vi vi har inte enats om
14. P: [klimatmålet]
15. R: nåt klimat[mål]
16. P: [nej] just det [ni [har inte det>>
17. R: [ja men det är inte så]
18. SP: [XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX>>
19. P: >>den viktigaste frågan (ohb ohb ohb ohb ohb ohb)ja men]
20. R: [nää det (ohb ohb) ursäkt mig nu var det faktiskt jag som hade]>>
21. SP: >>XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX]
22. R: >> or[det det var faktiskt jag som hade ordet]
23. J: [Göran Persson ska vi låta Fredrik Reinfeldt] tala till punkt [nu]
24. R: [jag] håller
25. R: inte med om detta det viktigaste är att göra verkningsfulla åtgärder jag ska gärna
26. R: vara beredd att skriva under ett mål (...)

att fördela turerna mellan de två debattörerna. Duellen är organiserad utifrån ett på förhand etablerat system för fördelningen av turer. Det betyder inte att antalet turer och längden på de turer som var och en får är helt förutbestämt. Däremot har journalisten rollen att fördela turer mellan de två debattörerna så att de skall få ungefär lika mycket tid, de skall ha lika många möjligheter till repliker och de skall få sista ordet i lika många av de deldebatter som programmet är uppbyggt av. Debatten innehåller också ett parti med kortfrågor och här är det journalisten som ger ordet först till den ena politikern och sedan till den andra för att de skall kunna svara på frågan. Dessa principer för fördelningen av turer är relaterade till de krav på opartiskhet som är grundläggande för public service. Vissa turer går direkt mellan debattörerna men många går via journalisten som fördelar frågor och överlämnar till deltagarna för kommentarer och inlägg. Journalistens uppgift är att se till så att fördelningen av turerna ger debattörerna samma möjligheter inom ramen för den begränsade programtiden.

Debattdeltagarna kan på olika sätt utmana programledarens rätt att fördela turerna. Ett sätt är att fortsätta prata och göra anspråk på att få behålla turen trots att programledaren försöker lämna över ordet till den andra debattören. I Duellen utmanar Persson programledarens försök att lämna turen vidare vid nio tillfällen. Reinfeldt gör det vid två tillfällen. Skillnaderna blir än tydligare när vi tittar närmare på dessa situationer. Reinfeldt avslutar sin tur relativt snabbt vid båda tillfällena. Perssons utmaningar är i flera fall betydligt mer konfrontationsorienterade.

Exempel 10 visar den utmaning som Reinfeldt gör som är mest konkurrensorienterad (av de två tillfällen som förekommer). Det hade varit möjligt för Reinfeldt att, med tanke på programledarens försök att lämna turen vidare till Persson (rad 8, 10), stoppa före den sista TCU:n (rad 9, 11).

Exempel 11 visar en situation där Reinfeldt har ordet. Vid upprepade tillfällen (rad 5, 7, 9, 13) går Persson in och skapar överlappande prat vilket delvis kan tolkas som uttryck för engagemang och delvis

Exempel 10. Duellen mellan Reinfeldt och Persson i SVT

R = Reinfeldt, P = Persson, J = Journalist

1. R: (...) hur kan dom så gruvligen ha misslyckats och ändå mena att dom ska få
2. R: förnyat förtroende när den typen av tal som nu presenteras gäller som sanning
3. J: vad vill du göra
4. R: ja det absolut mest grundläggande är ju frånan av jobb och att det inte heller
5. R: erkänns att vi har den här typen av utanförskapsmiljöer Göran Persson är så
6. R: uppfyllt av att berätta hur bra alla har det att det här ryms inte i din
7. R: Sverigebeskrivning den fattigdom som följer av att inte ha jobb [(.) >>
8. J: [Göran Pers>>
9. R: >>[den fattigdom som följer av att leva under drogmissbruk å andra >>
10. J: >>[son (.) vad vill socialdemokraterna göra för den här gruppen]
11. R: >>typer av problem

Exempel 11. Duellen mellan Reinfeldt och Persson i SVT

1. R: det har pratats om att det finns upp emot femton tusen kvinnor ofta
2. R: invandrarkvinnor som jobbar svart i svenska hem och det är klart att kan också vi
3. R: göra nåt för att också dom ska uppleva att dom får en vit inkomst att dom faktiskt
4. R: kan få pensionspoäng och schyssta villkor så är väl det en välgärning [för en >>
5. P: [absolut>>
6. R: >>grupp som idag upplever stort utanförskap (.) ja men då kan man ju inte>>
7. P: >> (.) absolut (.) absolut]
8. R: >>bara vifta bort den här disku[ssio]nen det är ju precis det det handlar om>>
9. P: [nja]

10. R: >>förutsatt att människor vill sköta detta vitt och schysst å gör det möjligt så
 11. R: kan vi få fram bra jobb med bra lön och samtidigt avlasta människor som faktiskt
 12. R: behöver [hjälp för] att få tillvaron att gå i[hop]
 13. P: [ja men-]
 14. J: [tack] Fredrik Reinfeldt]
 15. P: [det där det där är ju (.) får får >>
 16. SP: [XXXXXXXXXX >>
 17. P: >>får [j a g får j a g b a r a s ä g a] bara (.) det där är vi naturligtvis överens om>>
 18. J: [näå nej nå vi vi vi går vidare nu]
 19. SP: >>XXX]
 20. P: >>att det vore bra om det vart vitt men att göra det till en vit arbetsmarknad
 21. P: genom att ta bort skatterna [d e t] tycker [jag är ganska märkligt]
 22. R: [men-]
 23. J: [Fredrik Reinfeldt ska] ha sista ordet här så
 24. J: då får du det i alla fall nu
 25. P: [j a s å]
 26. R: [ja allt]så det där har du redan [kört]
 27. J: [v i] har varannan gång nämligen
 28. P: jaså
 29. J: mm
 30. R: så synliggör det problem som finns ha en ambition att göra nåt åt det du erkänner
 31. R: nog inte att problemet finns

som försök att ta över turen. Med överlappande prat försöker han sedan få turen (rad 15) och tar den (rad 17) trots att journalisten försöker säga ifrån (rad 18). Detta föranleder journalisten att förklara för Persson att det finns en turordning i programmet som Persson indirekt anklagas för att bryta (rad 23).

Nu till den *tredje typen* av situation. Som betonats ovan är det allt annat än enkelt att avgöra vad som är ett avbrott och inte. Denna fråga kompliceras ytterligare om vi tar hänsyn till principerna för fördelning av turer i institutionella samtal. I en debattintervju av den typ som analyseras här är det uppenbart att av-

brott förekommer även i situationer som ej innehåller överlappande prat. Det gäller i de situationer där en av de intervjuade personerna (med eller utan överlappande prat) går in och tar ordet efter att programledaren gett turen till den andra debattören. Persson gör detta vid flera tillfällen. Reinfeldt gör inte detta vid något tillfälle.

Perssons agerande i vårt avslutande exempel 12 är knappast att betrakta som ett avbrott men det är en utmaning mot programledarens rätt att fördela turen och den på förhand etablerade principen för fördelningen av turer i programmet. Programledaren har

Exempel 12. Duellen mellan Reinfeldt och Persson i SVT 2006-09-10

1. J: Göran Persson ska spritskatten sänkas
 2. P: Nej
 3. J: Fredrik Reinfeldt spritskatten
 4. R: Jag tycker att det hade varit bra om vi redan gjort det nu har väldigt mycket av den
 5. R: här alkoholturismen redan börjat uppträda
 6. P: och upphöra [har vi ju sett]
 7. J: [FREDRIK RE]INFELDT ska spelmonopolet avskaffas
 8. SP: [XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX]

introducerat den del av programmet som består av kortfrågor genom att tala om att de var och en skulle ge korta svar, ja eller nej, på frågorna, dvs. ej inleda en debatt kring varandras svar. Persson går in och hotar denna ordning (rad 6). Att Perssons agerande utmanar ordningen visar sig i att programledaren höjer rösten för att Persson ej skall kunna fortsätta prata (rad 7).

Slutdiskussion

Avbrott utgör ett betydelsefullt inslag i många mediesamtal. Avbrott i TV- och radiosamtal har betydelse för de maktrelationer som utvecklas, men också för programmets karaktär, samt inte minst för deltagarnas uppträdanden inför publiken och de offentliga personligheter som står på spel. Trots detta är forskningen om avbrott i mediesamtal mycket begränsad. Denna studie bekräftar tidigare studier av politiska intervjuer som visar att journalister avbryter politikerna mer frekvent än det omvända. Avbrott har utvecklats till en legitim metod inom journalistiken för att pressa intervjupersoner, styra samtalens agenda, förverkliga programformatet och skapa liv i samtalet (jfr Ekström 2007).

Syftet med denna studie har varit att undersöka avbrott i interaktionen mellan politiker och journalister, i ett antal intervjuer och debatter med de två statsministerkandidaterna Göran Persson och Fredrik Reinfeldt, under den svenska valrörelsen 2006. En central fråga har varit om det finns några skillnader mellan de två statsministerkandidaterna avseende hur de använt avbrott och hur konfrontationsorienterade de varit i sitt agerande. Svaret på denna fråga är ja. Persson avbröt journalister betydligt oftare än vad Reinfeldt gjorde i de olika intervjuprogrammen. Han konkurrerade också oftare om turen när han själv blev avbruten av journalister. Dessutom visar studien att Persson var avsevärt mer konfrontationsorienterad i sitt handlande när de två statsministerkandidaterna möttes i den avslutande "Duellen" i SVT.

Valet att avbryta eller inte är bara ett exempel på de valsituationer i samtal som politiker har att hantera på ett framgångsrikt sätt om de skall lyckas som politiska ledare. Att framträda i intervjuer och andra samtal i medierna tillhör de politiska ledarnas vardag (Ekström 2006). Avbrott kan som vi visat i denna studie vara ett sätt att direkt och effektivt bemöta kritiska frågor, att påverka samtalets agenda och även få ett större utrymme att presentera sina politiska ståndpunkter och argument. Men risken med att avbryta är att man framstår som oartig och hetlevrad inför inte bara den man avbryter utan framför allt inför publiken.

Göran Persson har inte sällan beskrivits som en buffel i mediala sammanhang. När Aftonbladet på sin webbsida den 11 maj 2006 analyserade en TV-debatt mellan Persson och Reinfeldt gjorde man detta under rubriken "Persson en buffel – men den bättre debattören". "Buffel-Persson" ger en hel del träffar på en google-sökning och de som dyker upp refererar till den före detta statsministern. Perssons mer konfrontationsorienterade agerande i de program vi studerat ger möjligen en förklaring till var detta buffliga rykte kommer ifrån. Reinfeldt valde uppenbarligen en annan strategi i valrörelsen 2006. Han avbröt mer sällan och när han själv blev avbruten släppte han oftare än Persson ifrån sig turen utan att konkurrera.

Politikernas konfrontationsorienterade handlingar kan delvis förklaras av den konkreta samtalssituationen. Avbrott är som andra handlingar direkt relaterade till den situation som föregående yttranden skapar. Vi har i denna artikel visat att journalisternas frågor skapar situationer där avbrott blir en av flera inte bara möjliga utan också rimliga handlingar. På motsvarande sätt skapar journalisternas avbrott situationer där en rimlig respons från politikern kan vara att konkurrera för att få behålla turen. Men skillnaderna i de två politikernas agerande i liknande situationer visar också att de väljer olika strategier. Frågan om vilken av dessa strategier som är mest framgångsrik gentemot publiken har vi inga svar på i denna artikel. Det faktum att Reinfeldt vann valet indikerar möjligen att hans strategi inte var helt misslyckad. Vad vi hur som helst kan vara ganska säkra på är att ett lyckat agerande i partiledarintervjuerna är av betydelse för partiledarnas popularitet och framgång i kampen om statsministerposten.

Avbrott (i den dubbla betydelsen av "break in" och "cut off") kan som andra handlingar i samtal utföras på många olika sätt och i olika situationer. I själva verket är avbrott snarast en samlingsbenämning på en typ av handlingar som skiljer sig åt på många sätt, även om de har vissa saker gemensamt avseende vad personen gör, kan uppnå och vilka konsekvenser handlingen har för andra deltagare. Vi har i denna artikel kritiskt diskuterat begränsningarna i tidigare definitioner av avbrott och argumenterat för att avbrott måste förstås i relation till vad handlingen gör i den aktuella situationen. Tidigare forskning har visat att det finns en nära relation mellan avbrott och överlappande prat. Vi har dock argumenterat för att det finns situationer av överlappande prat som inte är avbrott, liksom det finns avbrott som inte innehåller överlappande prat. Överlappande prat är varken ett tillräckligt eller nödvändigt villkor för avbrott.

Möjligheter och begränsningar i kvantifiering av interaktion är inom CA en omdiskuterad fråga (Have

1986, Robinson 2007, Schegloff 1993). De många olika situationer som kan uppstå gör det också svårt att utveckla den typ av generellt fungerande operationaliseringar som är en förutsättning för att kunna koda och kvantifiera avbrott. Det finns fog att ifrågasätta i vilken mån interaktion överhuvudtaget kan dikotomiseras i termer av t ex avbrott – icke avbrott. Några entydiga dikotomier finns knappast och även utifrån våra definitioner, operationaliseringar och kodscheman finns enstaka fall i materialet där det blir delvis godtyckligt om det är att betrakta som avbrott

eller inte. Dessa fall förändrar dock inte helhetsbilden och de tydliga skillnader som visas i de kvantitativa analyserna. Vi menar att kvantifieringar av interaktionssituationer och handlingar är både möjliga och viktiga för utvecklingen av CA. Det gäller såväl dess grundforskning om den sekventiella organiseringen av social interaktion, som dess tillämpning inom mer specifika områden. Den här presenterade studie visar hur en kvantitativt orienterad interaktionsforskning kan bidra till kunskapen om politikens villkor i mediesamhället.

Referenser

- Bull, Peter och Mayer, Kate (1988) 'Interruptions in Political Interviews: A Study of Margaret Thatcher and Neil Kinnock', *Journal of Language and Social Psychology*, 7(1): 35-45.
- Beattie, Geoffrey (1982) 'Turn-taking and Interruption in Political Interviews – Margaret Thatcher and Jim Callaghan Compared and Contrasted', *Semiotica* 39: 93-114.
- Beattie, Geoffrey (1989) 'Interruptions in Political Interviews: A reply to Bull and Mayer', *Journal of Language and Social Psychology*, 8(5): 327-339.
- Bilmes, Jack (1997) 'Being Interrupted', *Language in Society*, 26: 507-531.
- Bjerling, Johannes (2007) *Partiledarutfrågningar I SVT 2006*. Göteborgs universitet: Institutionen för Journalistik och Masskommunikation (Arbetsrapport 45).
- Clayman, Steven och Heritage, John (2002) *The News Interview: Journalists and Public Figures on the Air*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Clayman, Steven, Elliot, Mark, Heritage, John och McDonald, Laurie (2006) 'Historical Trends in Questioning Presidents 1953-2000', *Presidential Studies Quarterly*, 36(4): 561-583.
- Corner, J (1995) *Television Form and Public Address*. London: Edward Arnold.
- Ekström, Mats (2006) *Politiken i mediesamhället*. Malmö: Liber.
- Ekström, Mats (2007) 'Conversation Analysis in Journalism Studies' (forthcoming) *Journalism Studies*.
- Emmertsen, Sofie (2006) 'Interviewers' Challenging Questions in British Debate Interviews', *Journal of Pragmatics* 39: 570-591.
- Esaiasson, Peter och Moring, Tom (1993) 'Professionella hökar och duvor – manliga och kvinnliga journalister frågar ut politiker', *Nordicom-information* nr 1: 3-14.
- Esaiasson, Peter och Moring, Tom (1994) 'Codes of Professionalism: Journalism versus Politicians in Finland and Sweden', *European Journal of Communication*, 9: 271-289.
- Esaiasson, Peter och Håkansson, Nicklas (2002) *Besked ikväll! Valprogrammen i svensk radio och TV*. Stiftelsen etermedierna i Sverige.
- Have, Paul Ten (1986) 'Methodological Issues in Conversation Analysis' (paper presenterat vid XI World Congress of Sociology, New Deli).
- Hutchby, Ian (1996) *Confrontation Talk. Arguments, Asymmetries, and Power on Talk Radio*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publisher.
- Hutchby, Ian and Wooffitt, Robin (1998) *Conversation Analysis*. Cambridge: Polity Press.
- Itakura, Hiroko (2001) 'Describing Conversational Dominance', *Journal of Pragmatics* 33: 1859-1880.
- Lakoff, Robin (1990) *Talking Power: The Politics of Language*. USA: Basic Books.
- Moring, Tom (1989) *Political Elite Action: Strategy and Outcomes*. Helsinki: University of Helsinki (SSF Commentat. Scient. Soc. 41).
- Murray, Stephen O (1985) 'Toward a Model of Members' Methods for Recognizing Interruptions', *Language in Society*, 14: 31-40.
- Okamoto, Dina, Rashotte Slattery, Lisa och Smith-Lovin, Lynn (2002) *Social Psychology Quarterly* 65(1):38-55.
- Robinson, Jeffrey D (2007) 'The Role of Numbers and Statistics within Conversation Analysis', *Communication Methods and Measures*, 1(1): 65-75.
- Sacks, Harvey (1992) *Lectures on Conversation Volumes 1 & 2* (edited by Gail Jefferson and with an introduction by Emanuel A. Schegloff). Malden: Blackwell Publishing.
- Sacks, Harvey, Schegloff, Emanuel and Jefferson, Gail (1974) 'A Simplest Systematics for the Organization of Turn-taking for Conversation', *Language*, 50: 696-735.
- Schegloff, Emanuel A (1987) 'Between Micro and Macro: Contexts and Other Connections', in Alexander, Jeffrey C et al (ed) *The Micro-Macro Link*. Berkley: University of California Press.
- Schegloff, Emanuel A (1993) 'Reflections on Quantification in the Study of Conversation', *Research on Language and Social Interaction*, 26(1): 99-128.

Författarna vill särskilt tacka Ulla Moberg för mycket värdefull hjälp i samband med transkriberingar och kodning.

- Schegloff, Emanuel A (2000) 'Overlapping Talk and the Organization of Turn-taking for Conversation', *Language in Society* 29(1): 1-63.
- Tannen, Deborah (1994) *Gender and Discourse*. Cary NC: Oxford University Press.
- Tolson, Andrew (2006) *Media Talk. Spoken Discourse on TV and Radio*. Edinburgh: Edinburgh University Press Ltd.
- Weiner, Gudrun (2006) *Att strida med ord: En kritisk retorik-analys av politiska talk shows i tysk tv*. Örebro: Örebro Studies in Rhetoric.
- Zimmerman, Don H and West, Candace (1975) 'Sex Roles, Interruptions and Silences in Conversation', in Thorne, Barrie and Henley, Nancy (ed) *Language and Sex: Difference and Dominance*. Rowley: Newbury House.

Mediestormens politiske indflydelse og anatomi

CHRISTIAN ELMELUND-PRÆSTEKÆR & CHARLOTTE WIEN

Den 23. maj 2006 brød en mediestorm løs i Danmark. En journalistpraktikant havde ladet sig ansætte som vikar på plejecenteret Fælledgaarden og havde gennem et par måneder filmet med skjult kamera. Udvalgte klip blev vist på landsdækkende TV. Klippene afslørede, at de ældre på plejecenteret blev behandlet yderst uværdigt af personalet. I løbet af blot en uge genererede sagen mere end 100 artikler i landets fem største landsdækkende dagblade.

Nok så interessant var det, at denne mediestorm både hvad vedrører emnet og forløbet rummede en række slående ligheder med andre mediestorme på ældreområdet i Danmark. Eksempelvis Kærbosagen, som begyndte den 19. januar 2000, og som udsprang af en bacheloropgave: En RUC-studerende havde foretaget tidsstudier som skjult observation på plejecenteret Kærbo. Konklusionen var, at to tredjedele af arbejdstiden på centeret gik med at drikke kaffe og diskutere, hvor travlt man havde frem for at tage sig af de ældre.

Et af spørgsmålene, der naturligt rejser sig i forbindelse med sådanne mediestorme, er spørgsmålet om deres betydning: Hvordan påvirker de det ældrepolitiske arbejde, nationalt som lokalt? Får stormene politiske konsekvenser, og hvis de gør, betyder det så, at medierne i kraft af mediestorme kan opnå reel politisk magt ved at presse politikerne til at gøre noget ved sagen?

Et andet mindst ligeså interessant spørgsmål vedrører mediestormene som fænomen. Har de et særligt forløb, en særlig struktur og dynamik? De få undersøgelser, der tidligere har været lavet om mediestorme, tyder på det: De opstår pludseligt og samtidigt på flere redaktioner på en gang, de har et klart starttidspunkt, som får særligt stor mediemæssig opmærksomhed, og de opstår igen og igen inden for de samme emneområder (Jørgensen & Rasmussen, 2001; Pedersen & Kjær, 2000b; Vasterman, 2005)

De eksisterende studier har imidlertid langt fra fortalt hele historien om mediestormen som fænomen og i endnu mindre grad om mediestormens magt – eksempelvis skriver Vasterman, at der er behov for yderligere empiriske undersøgelser. Formålet med denne artikel er dobbelt: Dels ønsker vi at undersøge mediestormen som fænomen for herigennem at besvare spørgsmålet om, hvorvidt mediestorme har en række fællestræk i form af en særlig dynamik og en særlig struktur, herunder også om der kan identificeres særlige mønstre i de forskellige mediers redaktionelle linier. Dels ønsker vi at undersøge, i hvilket omfang mediestormene har politiske konsekvenser.

Artiklen er delt i fire sektioner: Den første diskuterer det teoretiske udgangspunkt for analysen. Dernæst beskrives datavalget og undersøgelsens metode, og i den tredje sektion analyseres resultaterne. Endelig konkluderer vi på de tre undersøgelsesspørgsmål i den fjerde og sidste sektion.

Teoretisk guideline

Som udgangspunkt forstår vi en mediestorm som en periode, hvor "*daily news media suddenly generate surprisingly high news waves on one specific story*" (Vasterman, 2005:508).¹ Netop fordi mediestormen udspringer af hverdagsjournalistikken og kun adskiller sig fra denne ved sit større omfang, finder vi det frugtbart at tage teoretisk afsæt i den eksisterende teori om det journalistiske virke og studiet af mediernes dagsorden.

Litteraturen om dagsordenfastsættelse er overoverordentligt omfattende med mere end 400 internationalt publicerede undersøgelser siden 1972 (McCombs, 2005:555). Men at litteraturen er omfattende har ikke nødvendigvis gjort forskningsresultaterne mere entydige eller for den sags skyld skabt et korpus af klare og veldefinerede begreber eller klare

grænser mellem forskning i dagsordenfastsættelse og anden medieforskning. Således er studiet af dagsordener så rummelig en tradition, at den kan omfatte en række selvstændige begreber, som eksempelvis gate-keeping, stereotyper, tavshedsspiralen (McCombs, 2005:546) og for nyligt også ideen om priming og framing (Weaver, 2007:142ff).

Denne artikel sigter derfor ikke på at teste det samlede korpus af teori om dagsordenfastsættelse. Vi forsøger heller ikke at presse vores undersøgelse ind i en snæver ramme om dagsordenfastsættelse, men vi ønsker at bruge litteraturen som en teoretisk værktøjskasse, der skal hjælpe os til at reducere virkelighedens kompleksitet og svare på de to undersøgelses-spørgsmål om henholdsvis mediestormens eventuelle politiske indflydelse og dens anatomi. I de følgende vil vi således præsentere de teorifragmenter, som vi finder relevante og som på kalejdoskopisk vis kan være med til at skabe et overblik over de dele af den eksisterende litteratur, vi trækker på.

Om politisk indflydelse

Studiet af mediernes dagsorden har fra starten været optaget af spørgsmålet om mediernes politiske indflydelse. Således argumenterede allerede McCombs & Shaw (1972) for, at offentlighedens dagsorden kan anskues som et spejl af mediernes prioritering af emner. Derved får medierne stor indflydelse på befolkningens meningsdannelse og derigennem indirekte politisk indflydelse. Siden dette pionerstudie er de kausale relationer blevet nuanceret, og mediernes magt over borgernes holdninger og politikernes prioriteringer er nedtonet (nyttige oversigter findes hos Dearing & Rogers, 1996; McCombs, 2005; Newton, 2006; Takeshita, 2005; Weaver, 2007).

Mediernes magt er i dansk sammenhæng undersøgt af Magtudredningen, hvor Togeby (2003:221) konkluderer, at medierne ”indimellem får politiske konsekvenser.” Nogen entydig konklusion er, som det fremgår, vanskeligt at nå frem til. Det kan skyldes, at empiriske studier af magt er overordentligt vanskelige, og at det er svært at sammenligne de eksisterende undersøgelses resultater, fordi de bygger på vidt forskellige typer metoder, typer af empiri og teori (jf. Walgrave & Aelst, 2006).

Ser man specifikt på mediestormens magt, argumenterer Vasterman (2005) for, at de kan skabe ”a spiral of social amplification”, der transformerer enkelt-sager til generelle sociale problemer. Problemer, som det politiske niveau føler sig nødsaget til at imødegå, hvorved mediestormen i højere grad end hverdagsjournalistik kan have en direkte politisk effekt. På samme måde hævder Pedersen & Kjær

(2000b:221), at mediestormene giver medierne en direkte indflydelse på det politiske arbejde.

Ingen af de to undersøgelser forklarer imidlertid, hvad de præcis mener med ”påvirkning af det politiske arbejde”. For at imødegå den empiriske og begrebsmæssige forvirring, der, som nævnt, hersker på området, forsøger vi at gøre vores magtdefinition mere klar. Vi anvender den klassiske distinktion mellem ord og handling. Således betragter vi det ikke som en påvirkning af det politiske arbejde, hvis en minister for åben mikrofon eksempelvis lover at igangsætte en undersøgelse, øge budgetterne eller ændre loven, hvis den konkrete handling udebliver. På den anden side antager vi, at konkrete handlinger efterlader sig en form for skriftligt vidnesbyrd, hvis de faktisk blev gennemført. Således antager vi, at en undersøgelse munder ud i en skriftlig rapport, at ændringer i budgetter kan ses på disse, at et forslag om lovændring udmønter sig i et lovforslag, der behandles i Folketinget og så fremdeles.

Den konkrete analyse af mediestormens politiske indflydelse gennemføres således ved, at vi først finder alle de politiske løfter, der blev fremsat i mediestormen. Vi diskuterer dernæst, hvorvidt disse løfter var foranlediget af stormen, og endelig undersøger vi, om løfterne efterfølgende blev ført ud i virkeligheden. Det betyder, at vores undersøgelse ikke kan konkludere noget om indirekte effekter af mediestormene, eller for den sags skyld langsigtede effekter af gentagne mediestorme inden for et givent område.

Om mediestormens anatomi

For at en mediestorm i det hele taget kan opstå, er det nødvendigt, at journalisterne sænker nyhedstærsklen og tillader, at historien bliver tildelt spaltemillimeter og sendetid. Hvis kampen om pladsen på mediernes dagsorden er et nul-sums spil (jf. Zhu, 1992), må historien bag en mediestorm nødvendigvis prioriteres på bekostning af en anden historie. Den nyhed, der lægger grunden til en mediestorm, må derfor have nogle særlige kvaliteter, der gør den værd at satse på og som retfærdiggør den fremtrædende plads i nyhedsstrømmen.

Spørgsmålet er så, hvad disse kvaliteter er? Spørgsmålet om prioritering af sager i hverdagsjournalistikken er relateret til de såkaldte journalistiske nyhedskriterier, men der er ”[...] no objective standards here” (Lippmann, 1991 [1922]:354). Schultz (2007:199ff) viser dog, at der i hvert fald i en dansk sammenhæng findes en række konventioner for begivenheders nyhedsværdi, de såkaldte VISAK-kriterier (Væsentlighed, Identifikation, Sensation, Aktualitet og Konflikt).²

Til de klassiske nyhedskriterier mener Schultz, at yderligere mindst et nyhedskriterium bør føjes, nemlig kravet om eksklusivitet. Dette nyhedskriterium synes umiddelbart at fungere som begrænsende for mediestormenes opståen eftersom en del af definitionen af en mediestorm jo netop er, at den opstår samtidigt på flere nyhedsredaktioner. Dermed er der tale om et paradoks: Hvordan kan medierne *både* være enige om at dække samme historie og samtidig leve op til et krav om eksklusivitet? Vi studerer paradokset empirisk ved hjælp af analyse af forskellige redaktionelle linier på de forskellige medier, som gør det muligt at dække samme begivenhed forskelligt.

Det bringer os videre til en diskussion af den begivenhed eller den redaktionelle enhed, der starter mediestormen. Stormens startpunkt kaldes dens *key event* (Vasterman, 2005) eller *trigger event* (Cobb & Elder, 1972). Vi foretrækker den sidste betegnelse, fordi den klart illustrerer, at der er tale om den gnist, der antænder det mediemæssige uvejr. Spørgsmålet er, hvad der gør, at nogle begivenheder kan være trigger event for en mediestorm, mens andre ikke kan?

Hvilke særlige kvaliteter en sådan *trigger event* skal indeholde, kan man søge viden om i et af standardværkerne inden for dagsordenfastsættelse: Dearing & Rogers (1996:78) skriver således, at en *trigger event* kan simplificere et komplekst emne ind i en form, som let kan forstås af publikum. Men bortset fra de klassiske nyhedskriterier, kravet om eksklusivitet og kravet om at et komplekst emne sættes i en forståelig ramme, forbliver det forholdsvist uklart, hvad det er for særlige kvaliteter, en *trigger event* skal have for at være i stand til at starte en mediestorm.

Metode

Som allerede nævnt, har vi valgt ældreområdet i Danmark som udgangspunkt for vores undersøgelse. Ældreområdet er dels valgt, fordi det giver det noget at studere: Vi vidste på forhånd, at der var opstået flere

mediestorme på dette område inden for de seneste år. Vi har således adgang til en række sammenlignelige eksempler på mediestorme, hvilket giver mulighed for at generalisere resultaterne af vores andet undersøgelsesspørgsmål (vedrørende mediestormens anatomi).

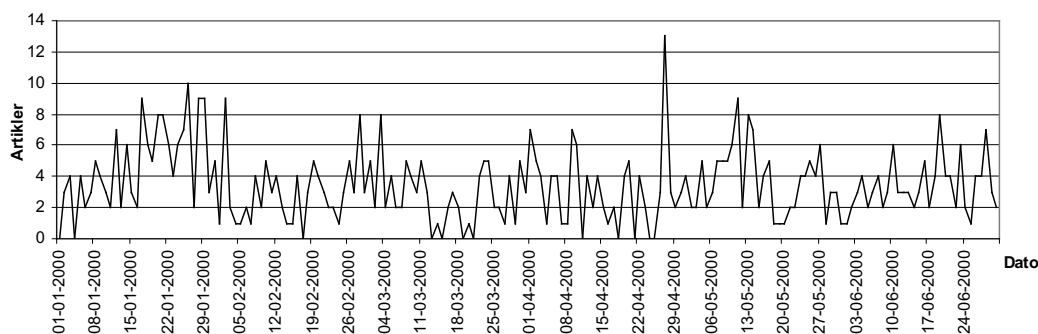
Dels er ældreområdet valgt, fordi det giver gode generaliseringsmuligheder i forbindelse med vores andet undersøgelsesspørgsmål (vedrørende mediestormens magt): Eftersom de fleste har en relation til de ældre,³ og eftersom en acceptabel ældrepleje er en form for grundforudsætning de politiske partier, må man forvente, at systematiske fejl, forsømmelser og svigt i ældreplejen i Danmark tiltrækker sig meget opmærksomhed, både fra offentligheden, politikerne og medierne. Hvis end ikke et så højspændt emne, hvorom der hersker noget nær konsensus, kan få politikerne til at reagere på mediestorme, må man samtidig forvente, at storme på andre og mindre konsensusprægede områder har samme begrænsede – eller måske endnu mindre – politiske effekt (jf. Przeworski & Teune, 1970).

Analysen er afgrænset til perioden 2000 til 2005. Endvidere er dataindsamling begrænset til alene at omfatte de tre største morgenaviser (*Jyllands-Posten*, *Berlingske Tidende* og *Politiken*) og de to tabloida-viser (*Ekstra Bladet* og *B.T.*). Da mediestorme netop er kendetegnet af at rase i mange medier, antager vi, at vi ikke overser nogen mediestorme ved alene at studere aviser.⁴

Til identifikation af mediestormen anvendte vi fuldt tekst avisdatabasen InfoMedia. I udarbejdelsen af en søgestreng tog vi udgangspunkt i en undersøgelse af, hvilke samlebetegnelser medierne har brugt og bruger om ældre mennesker (Wien, 2005: bilag B).⁵ Denne søgning resulterede i omkring 7.000 artikler, hvis fordeling over undersøgelsesperioden er illustreret i figur 1.

Da mediestorme er defineret ved kvantitativt at fylde meget i medierne, udvalgte vi den ene procent

Figur 1. Oversigt over søgeresultat, første halvår 2000



af dagene i perioden, hvor den indledende søgning fandt flest artikler. Vi kiggede således nærmere på de 30 dage, hvor der blev fundet flere end 10 artikler. I 25 af tilfældene viste det sig, at der var tale om tilfældige sammenfald, mens der i de resterende fem tilfælde var tale om artikler omhandlende samme sag, og dermed en egentlig mediestorm.⁶

For hver af de fem mediestorme nærlæste vi materialet et par dage før og efter den dag, der blev identificeret som mediestormens højdepunkt. Herved fandt vi dels stormens *trigger event*; dels indsamlede vi yderligere søgebegreber til en ny og mere præcis søgning i en kortere periode omkring stormens *trigger event*. På den måde har vi udviklet yderligere fem – en for hver mediestorm – nye søgestrengene.⁷ Således fandt vi omtrent 1.200 avisartikler, hvilke er analysens empiriske grundlag. Figur 2 er et eksempel på, hvordan vi kvantitativt har fremstillet de enkelte storme.

Analysen af de fem mediestorme sker i fire trin: Først beskriver vi de fem mediestorme. Dernæst analyserer vi i de følgende to afsnit de to overordnede undersøgelsesspørgsmål om henholdsvis mediestormene politiske indflydelse og deres anatomi. Endelig beskriver vi som en ekskurs de forskellige avisers forskellige redaktionelle linier. Slutteligt konkluderer vi på disse analyser (for en detaljeret analyse af de forskellige elementer se Elmelund-Præstekær & Wien, 2006).

De fem storme

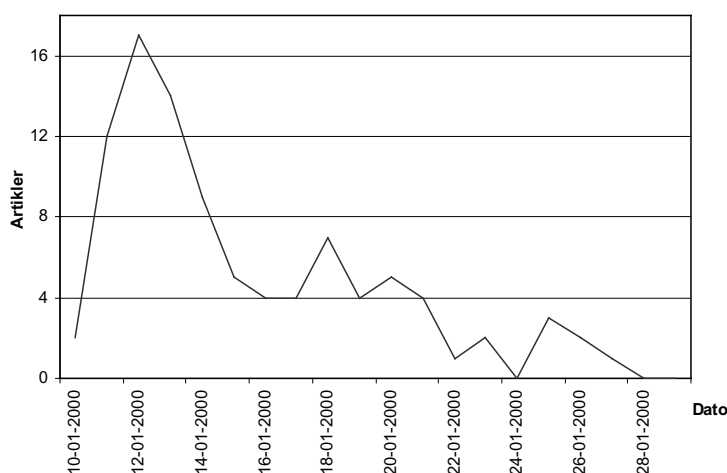
Den første mediestorm, Kærbosagen, brød ud i januar 2000. Anledningen var, at en RUC-studerende havde sendt sin eksamensopgave til *Jyllands-Posten*. Heri havde han foretaget skjulte tidsmålinger

af, hvad arbejdstiden på plejecenteret gik med og konkluderede, at hele to tredjedele blev brugt til at drikke kaffe i personalestuen og klage over, hvor stressende arbejdet var. I de efterfølgende tre uger var mediedækningen meget intens: I begyndelsen var det på skift plejecenterets ledelse og de ansatte, der blev anklaget, men både fagforeninger, regering og opposition blandede sig i debatten og derved blev sagen mere og mere politisk. Særligt oppositionen (dengang de borgerlige) havde et stærkt ønske om at fjerne ansvaret for tilsyn med plejesektoren fra kommunerne, der også havde ansvaret for driften.

Den anden mediestorm udspillede sig i august 2001 og havde ligesom Kærbosagen sit udspring i København. Den adskilte sig fra de øvrige storme i vores undersøgelse ved i realiteten at have to *trigger events*. Den første var en artikel med titlen ”Ældre lever i skidt og stank”, som blev trykt i *Berlingske Tidende*. Artiklen analyserede konsekvenserne af ændringer i normeringerne på ældreområdet set i lyset af en stribe klager fra ældre borgere. Skæbnen ville, at der blot et par dage senere blev fundet et flere uger gammelt lig af en ældre mand i en lejlighed i byen: Et kommunikationssvigt i ældreplejen var skyld i, at den afdøde var ikke var blevet afhentet og begravet. Igen udviklede sagen sig til en politisk konflikt på nationalt niveau: De borgerlige krævede flere penge til ældreplejen, mens den socialdemokratisk ledede regering lovede bedre intern organisering og bedre uddannelse af lederne og de ansatte i plejesektoren.

Vores tredje mediestorm adskiller sig på ét punkt væsentligt fra de to foregående, idet dens *trigger event* var et politisk partis handlinger og ikke fra en skandalesag i den sociale sektor. En måned før finanslovsforhandlingerne i november 2002 havde

Figur 2. Kvantitativ oversigt over mediestormen vedrørende Kærbo, januar 2000



Dansk Folkeparti (støtteparti for den nye borgerlige regering) krævet, at der skulle udbetales en såkaldt ældrecheck til de 200.000 fattigste ældre i Danmark. Oppositionspartierne afviste forslaget og hævdede, at det ikke ville gavne de dårligst stillede ældre. I dette tilfælde giver det kun ringe mening at diskutere, hvordan mediernes dagsorden påvirkede den førte politik, eftersom kausalsammenhængen er vendt: Her var det politikerne, der påvirkede mediernes dagsorden.

Den fjerde mediestorm blev også delvist startet af politikerne. Det skete i maj 2003, da *Berlingske Tidende* trykte et par sider fra en bog under udgivelse om den danske statsminister. I dette uddrag gjorde statsministeren sig til talsmand for, at pensionsalderen måske i fremtiden burde hæves i takt med den stigende levealder. På den måde ville Danmark kunne udvide arbejdsstyrken og samtidig spare på pensionsudgifterne. Oppositionen forsøgte at fordreje ideen: Den prøvede at få statsministerens forslag gjort til et brud på et løfte om ikke at forringe den danske efterlønsordning. Når det var ulejligheden værd for den socialdemokratiske opposition, skyldtes det, at netop et sådant løftebrud havde kostet Socialdemokratiet magten et par år tidligere. Statsministeren blev dog siddende og fik senere hen gennemført en revideret version af sin grundlæggende tanke om en variabel tilbagetrækningsalder.

Den sidste af vores mediestorme fandt sted i januar 2005, blot tre uger før et folketingsvalg. Mediestormen var et resultat af en slags paradoks: Under valgkampagnen til det foregående folketingsvalg i 2001 havde den daværende borgerlige opposition kritiseret den socialdemokratiske regering for at anvende et umenneskeligt og rigoristisk – stregkodebaseret – system til at måle og kvalitetssikre indsatsen i den sociale sektor. ”Stregkodesystemet” var blevet en slags offentlig metafor for et meningsløst minuttyranni, umenneskelighed og overadministration i plejesektoren. Tre uger før valget i 2005 kunne to af de landsdækkende aviser (*Berlingske Tidende* og *Politikken*) afsløre, at stregkodesystemet stadig – nu under den nye borgerlige regering – blev anvendt på trods af de samme partiers skingre udfald mod det få år tidligere.

Mediestormenes politiske indflydelse

Det korte svar på spørgsmålet om, hvorvidt mediestormene formår at påvirke det politiske arbejde direkte, er ”nej”. Vi har ikke fundet overbevisende belæg for, at mediestormene medfører reel politisk handling. Så med en parafrase af det berømte Cohencitat (Cohen, 1963:13) synes medierne ikke at have det store held til at fortælle politikerne, hvad de skal

mene, men nok til at instruere dem i, hvad de skal mene noget om.

På trods af at medierne satte en klar dagsorden, som de fik politikerne til at forholde sig til, havde medierne altså ingen umiddelbar magt over ældrepolitikken i forbindelse med mediestormene. Mediostormene fungerede altså i denne sammenhæng nærmere som det lippmanske fyrtårn ved at kaste lys over bestemte emner og aktører, men belysningen ændrede ikke på aktørernes adfærd.

Det er mere retvisende at se mediestormene som anledninger (jf. Kingdon, 1995 [1984]), som politikerne kan udnytte til at præsentere velforberedte politiske planer eller fremføre allerede kendte politiske holdninger. Vi har således fundet mange eksempler på, at partier har genfremsat lov- eller beslutningsforslag i anledning af en mediestorm, og at mærkesager eller konkrete valgløfter – som allerede var formuleret – blev konkretiseret i forbindelse med mediestormene. At mediestormene i flere tilfælde blæste inden for de samme substantielle problematikker (fx servicesvigt i hjemmeplejen) understreger samtidig, at problemerne ikke blev løst i første omgang: Stormene identificerede nok problemer i den offentlige service, men de bragte ikke nødvendigvis løsninger med sig.

Hvis vi tager mediestormen vedrørende den københavnske hjemmepleje i 2001 som eksempel, så foreslog den borgerlige opposition i begyndelsen af august en række konkrete ændringer i organisationen og finansieringen af ældresektoren. Man lovede blandt andet at tilføre området en halv milliard kroner ekstra og at indføre valgfrihed mellem privat og offentlig hjemmehjælper. De fleste af disse ideer blev skrevet ind i Anders Fogh Rasmussens første regeringsgrundlag, og man kunne derfor fristes til at konkludere, at denne mediestorm satte endog ret dybe aftryk i den efterfølgende ældrepolitik. Men de borgerliges idéer var en del af en større pakke af politiske initiativer, som var udtænkt inden mediestormen brød ud (se fx L198 af 20. marts 2001, B50 af 21. november 2000 og B51 af 21. november 2000). Mediostormen fungerede således mest af alt som en aktuell og konkret anledning for (gen-)præsentation af politiske ideer.

Ligeledes fandt vi et par tilfælde, hvor journalisterne manipulerede nyhederne således, at det i nyhedsdækningen kom til at se ud som om, at en politisk handling var et direkte resultat af en mediestorm selvom handlingen og mediestormen reelt intet – eller kun meget lidt – havde med hinanden at gøre: Eksempelvis berettede medierne i mediestormen vedrørende Kærbo, at socialministeren var kaldt i samråd den 20. januar i socialudvalget. Men mødet var indkaldt inden Kærbosagen brød ud, og det

handlede om et helt andet plejecenter. I mediernes dækning blev Kærbo og samrådet ikke desto mindre kædet sammen. Først den 24. februar blev socialministeren kaldt i samråd for at besvare spørgsmål vedrørende Kærbo. Men dette samråd fik, så vidt vi kan se, ingen medieomtale.

Formodentlig er dette et journalistisk forsøg på at omgå den tidsforskydning, der er mellem mediernes dagsorden og den politiske ditto. Politikere kan ganske enkelt ikke nå at formulere forslag, diskutere dem og fremlægge eventuelle forslag for Folketinget, før mediestormen er forbi. Journalisterne kan derfor vælge at lave en løs kobling mellem aktiviteterne i det politiske liv og *trigger eventen* i den journalistiske bearbejdning.

Vores undersøgelse tyder desuden på, at politikere opnår fordele af mediestormene: Mediestormen betyder, at journalisterne sænker nyhedstærsklen for et særligt emne – i dette tilfælde plejen af de ældre. Da dette emne ellers kun opnår ganske lille opmærksomhed, kan politikerne betragte mediestorme på ældreområdet som en anledning til at opnå mediemæssig opmærksomhed. Mediestormen giver nemlig ministre og politiske ordførere lejlighed til at præsentere og fremme ideer, konkrete forslag på området for et stort publikum og i øvrigt tiltrække medieopmærksomhed omkring det arbejde, han/hun udfører i det daglige. Der er således tale om en form for symbiose, hvor politikerne så at sige præsenterer gammel vin på nye flasker, og medierne sætter flaskerne på salgshylderne.

De få direkte effekter, vi har fundet, eksisterer på det lokalpolitiske niveau. To af de undersøgte mediestorme rasede både lokalt og nationalt. På det nationale niveau havde de samme minimale effekt som de andre storme, men på kommunalt niveau gjorde de en forskel: Sagen vedrørende svigt i den københavnske hjemmepleje mundede ud i en ekstrabevilling på 81 mio. på det kommunale budget. Penge, som efter alt at dømme ikke var blevet fundet, hvis stormen ikke havde raset. Ligeledes foranledigede mediestormen vedrørende stregkoder i hjemmeplejen i Aabenraa hjemmehjælperne til at strejke, og strejken kom til at virke som løftestang for en dialog med den politiske ledelse af kommunen – og forkastelse af planen om at indføre stregkoder. Faktisk kan dette – at de lokale politikere handler, mens de nationale ikke gør – være et tegn på et sundt politisk system: De fleste af de services som i Danmark tilbydes de ældre administreres netop af kommunerne, hvorfor problemerne bedst løses lokalt og ikke gennem national lovgivning.

Sluttelig må vi også understrege, at vi alene har set på direkte og umiddelbare effekter af mediestormene, og at vor konklusion derfor alene gælder

disse. Vi har ikke beskæftiget os med indirekte effekter, ligesom vi ikke kan udelukke effekter på lang sigt. Det er både muligt og sandsynligt, at stormene kan have en politisk effekt, når man ser på dem i et langtidsperspektiv: De kan være med til at skabe en særlig ”stemning” eller tidsånd, som over en længere periode kan få politikere og partier til at igangsætte politiske initiativer, som de ellers ikke ville have iværksat, sådan som resultaterne i undersøgelsen af mediebilledet af de ældre gennem 50 år tyder på (Wien, 2005: 139ff). Vi kan eksempelvis ikke afvise, at Venstre og De Konservative havde valgt at satse på netop ældreområdet op til valget i 2001, fordi flere mediestorme havde sat fokus på åbenlyse problemer og mangler i denne sektor (fx Kærbo-sagen i 2000). Man kan samtidig se mediestormen i 2003 om en variabel tilbagetrækningsalder som en forløber for regeringens senere forslag om en velfærdsreform, der blev vedtaget i juni 2006, og i hvilken tilbagetrækningsalderen var central.

Mediestormenes anatomi

Det fremgår af den korte gennemgang af de fem mediestorme i forrige afsnit, at der er åbenlyse forskelle mellem dem. Samtidig rummer de en række fællestrek, og det er derfor muligt at beskrive en mediestorms generelle anatomi. Vi har således fundet fællestrek hvad angår stormenes *trigger event* og deres forløb, hvilket vi studerer nærmere i de to følgende underafsnit.

Trigger event

I overensstemmelse med teoridannelserne på området viser vores undersøgelse, at en *trigger event* må leve op til de almindelige nyhedskriterier for at kunne udvikle sig til en mediestorm. Desuden synes i hvert fald fire faktorer at have betydning for, at journalisterne sænker nyhedstærsklen og lader en mediestorm udvikle sig:

Først og fremmest må *trigger eventen* være egnet til offentlig debat: Den skal omhandle et emne, hvor flere og legitime holdninger eller interesser kan blive præsenteret af medierne og dermed diskuteret offentligt. Hvis ingen har interesse i at diskutere emnet, kan en mediestorm ikke udvikle sig. Omvendt er det en forudsætning, at der er en villighed til offentlig debat af emnet, og at der findes en stribe aktører (enkeltpersoner, organisationer, politiske partier, partskilder mv.), der er villige til at deltage i den offentlige debat.

Dernæst – og i overensstemmelse med det foregående punkt – er det vigtigt, at *trigger eventen* kan

fortolkes inden for flere forskellige rammer: Ved begyndelsen af en mediestormens står de forskellige aviser i et dilemma: På den ene side ærgrer det dem at se konkurrenten have en ”god historie”. Man på den anden side vil man nødigt springe med på vognen og kopiere de andres historie. Man vil helst have sin egen historie (jf. Schultz, 2007:199ff). Hvis man vil beskæftige sig med stormen, må man derfor anlægge en anden vinkel på den samme historie. Det er ganske tydeligt i vores materiale, at de fem aviser vælger op til fem klart forskellige måder at dække den samme storm på. Hvordan det mere konkret kommer til udtryk, vender vi tilbage til.

For det tredje rummer alle fem *trigger events* en form for normbrud. Eksempelvis var det et normbrud, når en studerende foretager skjulte tidsmålinger på arbejdspladsen og får resultaterne trykt i en landsdækkende avis uden kollegernes viden eller accept. Omvendt var det også et normbrud, hvis de ansatte rent faktisk drak kaffe to tredjedele af arbejdstiden, mens de klagede over stress. I denne forbindelse er det værd at bemærke, at Luhmann (2000:29ff) argumenterer for, at normbrud er en særlig slags nyhedskriterium, som ofte er til stede i nyheder, der får intens mediendækning. Vores resultater støtter denne observation.

Endelig er *trigger events* nødt til at kunne kondensere et komplekst problem til et enkelt slående billede, sådan som Vasterman (2005:514) påpegede. Et sådan slående billede kan blandt andet skabes ved at trække på de stereotype forestillinger, der allerede eksisterer i publikums hoveder. Et eksempel kunne være den klassiske forestilling om de dovne offentligt ansatte og udelige offentlige ledere, som Kærbosagen kunne trække på. Eller den tilsvarende modstereotyp i samme mediestorm, nemlig den unge student uden erfaring, der dømmer kollegerne for dovenskab og ledelsen for svaghed.

Forløb

Ingen af vores mediestorme optrådte samtidig eller samtidig med storme på andre områder. Til gengæld optrådte de med relativt stor præcision én gang om året. Vi ser dette som et tegn på, at der indtræder en form for mathed hos medierne, hos publikum og hos aktørerne efter hver mediestorm.

Det er samtidig klart, at denne årlige opmærksomhed har nogle klare grænser: Alle fem mediestorme varede omtrent tre uger, og de synes at ebbe ud, når der opstår en form for konsensus mellem aktørerne, og/eller når emnet udvandes, og/eller fordi de politiske aktører bliver enige om at gøre *noget*.⁸ Varigheden på omkring tre uger er også observation af andre studier (Lund, 2000; Pedersen & Kjær, 2000b;

Vasterman, 2005), dog uden at de kommer en forklaring nærmere. På baggrund af det foreliggende materiale kan heller ikke vi give en endelig konklusion, men vi vover en stump af pelsen og foreslår en mulig forklaring:

Under mediestormene synes forskellige typer af journalistiske kilder at blive inddraget i en særlig rækkefølge: I dagene lige efter *trigger eventen* trækker journalisterne kraftigt på politikere, interesseorganisationer, ansatte i servicesektoren og pårørende.⁹ Efter nogle dage vender journalisterne sig til eksperter for at få fakta om sagen. Men der er som bekendt ikke noget så ødelæggende for en god diskussion som fakta, og da mediestormen henter sin energi fra debat, diskussion og præsentation af konfliktende holdninger fra fx politikere og interesseorganisationer, har de fakta, som eksperterne kan bidrage med, en tendens til at kvæle diskussionen og dermed at tage luften ud af mediestormen. Eksperterne kan også tage luften af stormen ved at illustrere kompleksiteten af den grundlæggende sag, ved at give flere mulige forklaringer og fortolkninger af begivenheden, eller påpege at sagen i virkeligheden handler om noget helt andet og så videre. Mediastormen er således ikke længere i stand til med Vastermans (2005:514) ord at kondensere et komplekst problem i et enkelt slående billede, hvorfor den dør ud.

At stormen lodder af kan formentlig ses som et udtryk for, at mediestormen får et emne til at bevæge sig gennem Downs (1972:39) *issue attention cycle* fra trin to, ”alarmed discovery and euphoric enthusiasm” frem mod det tredje trin ”realizing the cost of significant progress.” På trin tre identificerer eksperterne de forskellige løsningsmodeller og deres eventuelle pris, ligesom det tredje trin markerer, netop en løsning på et givent problem, hvorfor der ikke længere behøver at være stor offentlig debat om det.

Hvad angår mediestormenes kvantitative anatomi tegner vores undersøgelser et mønster, hvor *trigger eventen* genererer den første og typisk største bølge af artikler i aviserne. Derpå følger en eller to mindre bølger med aftagende intensitet (se figur 2). Dykker man ned i nyhedsdækningen under de forskellige bølger, viser det sig, at de mindre bølger opstår, når et nyt tema bliver indoptaget i mediastormen: Hvis vi igen tager Kærbosagen som eksempel, så opstod en af de mindre bølger, da det videnskabelige samfund begyndte at diskutere de etiske aspekter af skjult observation som videnskabelig undersøgelsesmetode.¹⁰

Ekskurs: Redaktionelle linier

Avisernes beslutning om at vælge unikke redaktionelle linier, løser, som tidligere nævnt, isoleret set

eksklusivitetsparadokset, da de gør det muligt for aviserne at dække den samme historie uden at skrive de samme artikler. I vores analyse har det imidlertid vist sig, at medierne i deres stræben efter eksklusivitet konsistent valgte den *samme* redaktionelle linie i alle fem mediestorme. Denne (uforudsete) adfærd finder vi så interessant, at vi i dette afsluttende afsnit i forsøget på at give en forklaring herpå, begiver os ud på en ekskurs i forhold til vores to undersøgelses-spørgsmål.

Vi kan konstatere, at aviserne i deres valg af vinkler, kilder, eksperter, læserbreve – bevidst eller ubevidst – lod sig styre af en stabil, gennemgående politisk orientering: *Berlingske Tidende* og *Jyllands-Posten* valgte konsekvent redaktionelle linier, som i større eller mindre grad favoriserede de borgerlige partier i Folketinget. *Jyllands-Posten* var generelt mest positiv overfor Dansk Folkeparti og Venstre, mens *Berlingske Tidende* var mest positiv overfor De Konservative. *Politikens* valg af redaktionel linie lagde vægt på temaer og argumenter, som også venstrefløjen og i særdeleshed De Radikale, Socialdemokraterne og fagbevægelsen lagde vægt på. De to formiddagsblade var i så henseende apolitiske, og anlagde en borgernær linie, som gav ”den lille mand” mulighed for at tale magteliten imod.

Ser man eksempelvis på mediestormen vedrørende den variable tilbagetrækningsalder, er det tydeligt, at *Berlingske Tidende* fandt statsministerens idé både fornuftig og nødvendig. Efter at have ironiseret over at pensionsalderen i Danmark 2003 var den samme, som da Bismarck indførte statsfinansieret pension i 1889, argumenterede avisens leder den 11. maj for at indretningen af det danske velfærdssamfund simpelthen ikke er langtidsholdbar. Alt sammen helt i overensstemmelse med de politiske ideer, De Konservative stod for under mediestormen.

Jyllands-Posten brugte markant mere spaltepads i starten af mediestormen til at rapportere om de knapt så positive reaktioner på statsministerens forslag. Imidlertid bemærkede avisen i en nyhedsanalyse den 14. maj det triste i, at statsministerens forslag havde rykket debatten og velfærdsreformer baglæns, da den kun havde fået politikerne til endnu stærkere end tidligere at tage afstand til forringelse af efterlønsordningen. *Jyllands-Posten* placerede sig således i en midterposition, hvor avisen på den ene side var kritisk over for efterlønnen, men på den anden side anerkendte argumenterne for bevarelse af ordningen. Således dækkede *Jyllands-Posten* fint både Venstres moderate forandringslyst og Dansk Folkepartis opmærksomhed på de svageste ældre på arbejdsmarkedet.

Politiken citerede, som den eneste morgenavis, en økonom, som *ikke* så grund til at afskaffe efterløns-

ordningen. Denne mere positive indstilling til efterlønnen som en velerhvervet velfærdsrettighed genses i avisens valg af læserbreve: Næsten alle debatindlæg (10 i alt) forholdt sig kritisk til spørgsmålet om at fjerne eller reformere efterlønnen – det ville skabe arbejdsmarkedsmæssige problemer, mente mange. Selvom *Politikens* leder mod afslutningen af mediestormen gav udtryk for nogenlunde samme holdning som *Jyllands-Posten*, må man sige, at avisen i sin øvrige dækning var mere positivt stemt over for den eksisterende orden end de andre to morgenaviser. Hvor *Berlingske Tidende* og *Jyllands-Posten* bragte forskellige varianter af borgerlig argumentation til torvs, sikrede *Politiken* den modsatte blok spaltepads.

Både *B.T.* og *Ekstra Bladet* valgte en populistisk vinkel, hvilket ikke mindst kom til udtryk i en række voxpops, hvor de adspurgte borgere ikke udtrykte megen lyst til at forandre noget som helst. Formiddagsavisernes fokus på læsernes holdninger ses endnu mere tydeligt, når man ser på læserbrevenes vægt i forhold til den redaktionelle dækning: Ser man bort fra voxpop-artiklerne, var over halvdelen af de resterende enheder i *B.T.* læserbreve, mens det gjaldt 14 ud af 17 enheder i *Ekstra Bladet*. Læserne i *B.T.* ville beholde efterlønnen, og mistilliden til anbefalinger og beregninger fra eksperter, akademikere og politikere var udbredt, særligt blandt *Ekstra Bladets* læsere. De to avisers debattører tog således udgangspunkt i deres egen situation, som de gerne ville belyse for andre.

At dømme efter avisernes valg af redaktionelle linier under de fem mediestorme løser avisernes altså eksklusivitetsparadokset ved at genoplive de gamle partibånd: Da mediestorme per definition udelukker eksklusivitet, er aviserne nødt til at vælge forskellige måder at dække den centrale historie på. Og i det valg falder aviserne tilsyneladende tilbage til de politiske standpunkter, som de historisk har promoveret.

Konklusion

Analysen af de fem mediestorme på ældreområdet i Danmark i perioden 2000-2005 har tilføjet et omfattende empirisk materiale til den (stadig) lille videnskabelige litteratur om fænomenet mediestorm. Vi har haft to ambitioner med arbejdet: Dels at analysere mediestormens politiske indflydelse. Dels at beskrive dens anatomi.

Det korte svar på det første undersøgelses-spørgsmål, er ”nej”. På trods af at vi har valgt et emneområde, hvor både politikere og vælgere ser strengt på mangler, svigt og dårlig service, har vi ikke fundet direkte politiske effekter af mediestormene på det nationale niveau. I modsætning til hvad Vasterman

(2005) og Pedersen og Kjær (2000b) argumenterede for – men i overensstemmelse med øvrig litteratur om medieeffekter – synes mediestormene ikke at have den store politiske betydning. Vi har ikke fundet noget belæg for, at medierne udøver nogen form for direkte politisk magt eller indflydelse på den nationale politiske scene.

På det kommunalpolitiske niveau ser det anderledes ud: To ud af tre mediestorme, som vedrørte såvel det nationale som det kommunale niveau, foranledigede de lokale politikere til at handle. Denne forskel mellem de to niveauer er ikke overraskende, eftersom ældrepleje administreres af kommunerne, og eftersom mediestormene ofte spinder sig omkring enkeltsager, der udspiller sig på individuelle plejecentre. Og sådanne problemer løses bedst netop lokalt og ikke gennem national lovgivning.

I forhold til mediestormens anatomi bekræfter vores analyse åbenlyst, at en mediestorm begynder med en *trigger event*. Et nødvendigt men ikke tilstrækkeligt grundvilkår er, at denne begivenhed lever op til mediernes almindelige nyhedskriterier. Derforuden vil der oftest være brug for at bygge historien op omkring et normbrud af den ene eller anden slags. Den udløsende *trigger event* skal samtidig være egnet til offentlig debat, hvilket forudsætter, at forskellige aktører har en interesse i at deltage og give journalisterne mulighed for at dække historien fra forskelle – gerne modstridende – vinkler eller synspunkter.

Når stormen først raser, bliver den ved i omkring tre uger. Et lignende resultat er også afrapporteret af andre studier, uden hverken disse eller nærværende analyse kan forklare hvorfor. Vi ønsker imidlertid at

give et kvalificeret bud: De analyserede mediestorme blæser i to eller tre bølger, og hver bølge er drevet af nye oplysninger, afsløringer eller lignende. Inden for hver bølge gør en bestemt sekvens af aktører og kilder sig gældende: I de første dage citeres de politiske aktører, hvorefter der gives plads til eksperter, som typisk tager luften ud af den diskuterende historie. Der er øjensynligt ikke mere journalistisk energi tilbage i den oprindelige historie, når denne sekvens har gentaget sig tre gange, hvorfor mediestormen død efter netop tre uger.

Gennem vores analyse viste det sig, at paradokset mellem kravet om eksklusivitet i nyhedsdækningen og mediestormen som fænomen blev løst ved, at aviserne søgte at differentiere sig via forskellige redaktionelle linier. Dette skete efter et fast mønster, der nøje svarede til de enkelte dagblades historiske og politiske udgangspunkter.

Afslutningsvis bemærker vi, at mediestormene kan ses som en slags fornuftsægteskab mellem politikere og journalister, og at stormene som sådan siger mere om moderne politisk kommunikation end den socialpolitiske virkelighed, de udspiller sig i: Ved at fokusere intenst på én bestemt sag på ét bestemt område i en bestemt periode kan journalisterne få det til at se ud som om, at deres artikler og indslag er med til at sætte den politiske dagsorden og udrydde uretfærdighed. Omvendt har politikerne stor fordel af mediestormene, da de giver næsten fri adgang til at (gen-) præsentere initiativer og forslag, som de ellers ville skulle kæmpe hårdt for at gøre offentligt kendte. Set lidt på afstand er mediestorme således mest af alt stor ståhej for ingenting.

Noter

1. Vi vil anvende denne pragmatiske definition, vel vidende at der i nordisk sammenhæng findes alternativer. Eksempelvis skelner Pedersen & Kjær (2000a; 2000b) mellem mediestorme og medieorkaner. Mediestorme opstår løbende inden for de samme emneområder og tiltager og aftager løbende. Begrebsligt er dette snit rent, men der gives ingen operationelle anvisninger på, hvordan man i praksis kan skelne. Samtidig er det svært at forsvare en sådan opdeling i et caseorienteret tværsnitsstudie, som netop er kendetegnet ved ikke at følge en eller flere sager over længere tid – hvilket jo er forudsætningen for, at man kan skelne tilbagevendende storme fra unikke orkaner (se Elmelund-Præstekær & Wien, 2006:27-29).
2. Disse fem kriterier er til løbende debat (se fx Kramhøft, 2000:46-77).

3. Enten tilhører man selv gruppen, har en slægtning der gør, eller også forventer man selv at blive ældre en gang i fremtiden.
4. Når vi således ser bort fra både en række skrevne og elektroniske medier, ser vi uundgåeligt bort fra en række redaktionelle enheder, som alt andet lige ville kunne give ekstra empiriske nuancer. At vi vælger netop aviserne som udgangspunkt for analysen skyldes, at avismediet fortsat befinder sig nederst i den journalistiske fødekæde: Langt de fleste nyheder i de elektroniske medier har tidligere været bragt i aviserne (Lund, 2000:145). Samtidig er det vanskeligt at inddrage de elektroniske medier, eftersom der ikke findes en samlet og søgbar database over nyhedsindslag fra radio og TV. Vi har på den baggrund vurderet, at den ekstra nuance, de elektroniske medier vil give vores analyse, ikke står mål med det store ekstra arbejde, den ville implicere.

5. ("Ældre", "Ældres", "ældre", "ældres", pensionist, folkepensionist, senior, pensioneret, bedstefar, bedstemor) <in> (rubrik, underrubrik)
6. For at sikre, at ingen mediestorme blev overset, brugte vi to forskellige årbøger som kontrol: Lars Billes halv-årlige politiske kronikker tidsskriftet *Økonomi & Politik* samt Politikens *Hvem Hvad Hvor*: Der blev ikke fundet flere mediestorme.
7. Søgningen anvendt i forbindelse med Kærbosagen var eksempelvis: ("Ældre", "Ældres", "ældre", "ældres", pensionist, folkepensionist, senior, pensioneret, bedstefar, bedstemor) <in> (rubrik, underrubrik) <or> (kærbo <or> albrecht). Se en udtømmende beskrivelse i Elmelund-Præstekær & Wien (2006: bilag 2)
8. For en diskussion af mediernes konsensusbyggende rolle (se Takeshita, 2005:285)
9. Kun i meget sjældne tilfælde inddrages de ældre selv.
10. Vi ser én undtagelse fra dette mønster: Den sidste af stormene har et næsten omvendt forløb, idet stormen vedrørende stregkoder i ældreplejen intensiveres over de tre uger. Årsagen er formentlig, at stormen fandt sted under en valgkamp, og at oppositionspartierne benyttede den som et emne i en negativ kampagne mod regeringen.

Referencer

- Cobb, R. & Elder, C. (1972) *Participation in American Politics: The Dynamics of Agenda Building*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Cohen, B. (1963) *The Press and Foreign Policy*. Princeton: Princeton University Press.
- Dearing, J.W. & Rogers, E.M. (1996) *Agenda-Setting*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications.
- Downs, A. (1972) 'Up and Down with Ecology: The "Issue-Attention Cycle"', *The Public Interest* 28(3):38-50.
- Elmelund-Præstekær, C. & Wien, C. (2006) *Mediastormens Magt. Om mediestorme på ældreområdet og deres indflydelse på ældrepolitikken*. Odense: Syddansk Universitetsforlag.
- Jørgensen, J.P. & Rasmussen, T.M. (2001) 'Mediastorme' in: Nielsen, M. F. (ed.). *Profil og offentlighed*. Roskilde: Samfundslitteratur.
- Kingdon, J. W. (1995 [1984]) *Agendas, Alternatives, and Public Policies*. New York: Longman.
- Kramhøft, P. (2000) *Journalistik med omtanke: Arbejds-metoder i udredende og analytisk journalistik*. Århus: Ajour.
- Lippmann, W. (1991 [1922]) *Public Opinion*. New Brunswick: Transaction Publishers.
- Luhmann, N. (2000) *The Reality of Mass Media: Polity Press*.
- Lund, A. B. (ed.) (2000) *Først med det sidste – en nyhedsuge i Danmark*. Århus: Ajour.
- McCombs, M. (2005) 'A Look at Agenda-setting: Past, Present and Future', *Journalism Studies* 6(4):543-557.
- McCombs, M. & Shaw, D.L. (1972) 'The Agenda-Setting Function of Mass Media', *Public Opinion Quarterly* 36(2):176-187.
- Newton, K. (2006) 'May the Weak Force be with You: The Power of the Mass Media in Modern Politics', *European Journal of Political Research* 45:209-234.
- Pedersen, O.K. & Kjær, P. (2000a) 'De mange enkeltsager. Mediastormen – om genteknologi og grundvand' in: Pedersen, O.K., Kjær, P., Esmark, A., Horst, M. & Carlsen, E.M. (eds.). *Politisk Journalistik*. Aarhus: Forlaget Ajour.
- Pedersen, O.K. & Kjær, P. (2000b) 'Enkeltsagen – Når medie-orkanen raser – om Rushdie-sagen' in: Pedersen, O.K., Kjær, P., Esmark, A., Horst, M. & Carlsen, E.M. (eds.). *Politisk Journalistik*. Århus: Forlaget Ajour.
- Przeworski, A. & Teune, H. (1970) *The Logic of Comparative Social Inquiry*. New York: John Wiley & Sons.
- Schultz, I. (2007) 'The Journalistic Gut Feeling: Journalistic Doxa, News Habitus and Orthodox News Values', *Journalism Practice* 1(2):190-207.
- Takeshita, T. (2005) 'Current Critical Problems in Agenda-setting Research', *International Journal of Public Opinion Research* 18(3):275-296.
- Togeby, L., Andersen, J.G., Christiansen, P.M., Jørgensen, T.B. & Vallgård, S. (eds.) (2003) *Magt og demokrati i Danmark. Hovedresultaterne fra Magtudredningen*. Århus: Aarhus Universitetsforlag.
- Vasterman, P.L. M. (2005) 'Media-Hype: Self-Reinforcing News Waves, Journalistic Standards and the Construction of Social Problems', *European Journal of Communication* 20(4): 508-530.
- Walgrave, S. & Aelst, P. V. (2006) 'The Contingency of the Mass Media's Political Agenda Setting Power: Toward a Preliminary Theory', *Journal of Communication* 56:88-109.
- Weaver, D. H. (2007) 'Thoughts on Agenda Setting, Framing and Priming', *Journal of Communication* 57:142-147.
- Wien, C. (2005) *Ældrebilledet i medierne gennem 50 år: En undersøgelse af ældresteretyper i dagbladene fra 1953 til 2003*. Odense: Syddansk Universitetsforlag.
- Zhu, J.-H. (1992) 'Issue Competition and Attention Distraction: A Zero-Sum Theory of Agenda-Setting', *Journalism Quarterly* 69(4):825-836.

CHRISTIAN ELMELUND-PRÆSTEKÆR, M.Sc., Ph.D. Student, Institut for Statskundskab, Syddansk Universitet, Campusvej 55, DK-5230 Odense M, cel@sam.sdu.dk

CHARLOTTE WIEN, Ph.D., Lektor, Institut for Statskundskab, Syddansk Universitet, Campusvej 55, DK-5230 Odense M, chw@sam.sdu.dk

Organisationsintern offentlighed i Jyske Bank

En analyse af Nyhedsmagasinet Fredag¹

ANDERS HORSBØL

I oktober 2006 lancerede Jyske Bank sin egen tv-kanal, *Nyhedsmagasinet Fredag*, som et nyt medie for den interne kommunikation. Nyhedsmagasinet Fredag (NF) blev produceret af professionelle journalister og distribueret til bankens ca. 3.500 medarbejdere via intranettet hver fredag morgen. NF afløste det prisbelønnede personaleblad (JB) og fungerede frem til juni 2007, hvor det blev afløst af et koncept, der ligeledes var baseret på distribution af levende billeder via intranettet. NF blev indført samtidig med en større organisationsomlægning, den såkaldte Jyske Forskelle Generation 2, som bl.a. indebar en mere butikssagtig og oplevelsesorienteret indretning af bankens kundeområder.

I forhold til gængse former for medieformidlet intern organisationskommunikation skilte NF sig ud både ved brugen af tv-mediet og ved den journalistik som skulle præge udsendelserne. Ifølge Jyske Bank skulle NF ikke være ledelsens talerør eller fortælle solstrålehistorier om banken, men i stedet bedrive uafhængig og kritisk journalistik. Og i kanalens selvpræsentation på den første sendesdag hedder det at ”vi afspejler livet i Jyske Bank på godt og ondt, og uden politisk korrekt filter. Vi stiller de spørgsmål som alle tænker, men som ingen siger højt. Vi tager *også* de ubehagelige emner op, og vi giver *også* ordet til dem der *ikke* deler den herskende mening på bjerget.” (NF d. 6.10.06).²

Med afsæt i ovennævnte selvforståelse vil jeg i denne artikel undersøge NF som en *organisationsintern offentlighed*. Når organisationskommunikation sættes i forbindelse med offentlighed, drejer det sig i almindelighed om organisationers *eksterne* kommunikation, om kommunikation med ’offentligheden’, fx i form af PR eller markedsføring. NF giver imidlertid anledning til at betragte forholdet mellem offentlighed og organisationskommunikation

på en anden måde. Med NF blev der tilsyneladende installeret en form for offentlighed internt i organisationen, hvor organisationen ikke orienterede sig mod ’offentligheden’, men selv producerede offentlighed. Eller gjorde den? Og hvilken form for offentlighed var der i givet fald tale om?

Inden jeg går videre med disse spørgsmål, er det værd at gøre opmærksom på to oplagte begrænsninger ved NF som offentlighed. For det første var NF kun tilgængelig for bankens egne ansatte, mens den ’store’ offentlighed ikke havde adgang.³ Den principielle åbenhed over for forskellige deltagere og porøsitet i forhold til andre arenaer som kendetegner offentligheder i en ’klassisk’ eller ’emfatisk’ forstand, var dermed ikke til stede. Man kan således sige at NF repræsenterede en *offentligt utilgængelig offentlighed*. At det klinger paradoksalt, skyldes at forskellige betydninger af offentlighed er i spil; offentlighed som kritisk ræsonnerende praksis og offentlighed som en arena der er tilgængelig for alle. I Jyske Banks tilfælde blev indskrænkningen af sidstnævnte netop begrundet med hensynet til førstnævnte; hvis hele offentligheden kunne lytte med, ville det lægge bånd på debatten, bl.a. fordi strategiske hensyn til virksomhedens omdømme ville spille en større rolle.⁴

Det leder frem til den anden åbenlyse begrænsning ved NF som offentlighed. Teorihistorisk er offentlighed primært et politologisk eller sociologisk begreb, der forbindes med et samfunds politiske institutioner. Den offentlige diskussion vedrører ’offentlige anliggender’ og skal ideelt set øve indflydelse og kvalificere beslutninger hos politikere og offentlige myndigheder. Men i tilfældet Jyske Bank er rammen en ganske anden: Jyske Bank er en arbejdsplads og en privat virksomhed, der konkurrerer på et marked. De centrale beslutninger træffes af en ledelse, ikke

af folkevalgte, politiske repræsentanter. Hvor offentligheden i den klassiske aftapning hos Habermas adskiller sig fra både stat og marked, befinder Jyske Bank sig naturligvis på markedet.⁵ Det betyder at der er vigtige økonomiske interesser og afhængigheder på spil, som meget vel kan stå i vejen fra den position som fri borger der ideelt set kendetegner aktørerne i offentligheden. Fx er det temmelig tvivlsomt om man vil sige sin uforbeholdne mening, hvis det risikerer at koste én jobbet eller positionen som (mellem)leder. Det ville således være naivt at tro at NF realiserede (ideal)forestillingen offentlighed som en kritisk ræsonnerende praksis. Eller set med analytiske briller; det ville være et uinteressant resultat af en empirisk analyse blot at få dette bekræftet.

Det interessante spørgsmål for en empirisk undersøgelse er derfor ikke *om* NF levede op til forestillingen om en kritisk offentlighed – det gjorde NF givetvis ikke.⁶ Til gengæld kan man spørge i *hvilken udstrækning* offentlighedsfunktioner blev realiseret i NF. Og man kan spørge hvordan dette indgik i NF sammen med *andre* (konkurrerende) funktioner – fx knyttet til ledelse og/eller kommunikationsarbejde. Det vil være grundspørgsmålene i denne artikel.

For at besvare disse spørgsmål vil jeg anlægge fire forskellige offentlighedsteoretiske optikker på NF. I den første optik anskues offentlighed som en journalistisk praksis der resulterer i offentliggørelse af journalistisk redigerede (in casu audiovisuelle) tekster. Her ser man på journalistikken som en ”redigerende magt” (Lund 2002), der udvælger (og fravælger) deltagere og emner på mediedagsordenen og omsætter disse til medietekster ud fra kriterier for nyhedsværdi og genremønstre for fremstillingsform og forløb. Ret beset er dette ikke en offentlighedsteoretisk funderet forestilling, men trækker i stedet på en udbredt dagligsproglig betydning af offentlighed som det der offentliggøres af de journalistiske massemedier. Den anden optik er inspireret af Luhmanns beskrivelse af offentlighed som en iagttagelsesformel igennem hvilken noget betragtes på vegne af ’det almene’. Offentlighed forstås her som en overskridelse af en partikulær interesse der bringes i spil med hensynet til det almene, uden at det på forhånd kan defineres hvori dette almene består (Luhmann 1990, Baecker 1996). Den tredje optik, som kommer til udtryk i kritikken af den tidlige Habermas og senere tages op af denne, fokuserer på offentlighed som transport og udveksling af diskursivt materiale mellem forskellige arenaer. Offentlighed forstås her ikke som et enkelt forum, men som et netværk af fora, der har porøse grænser således at temaer kan bevæge sig fra et forum til et andet (Habermas 1990, Olesen 2006). Endelig anskues offentlighed i den fjerde op-

tik, forankret i Habermas og John Dewey, som en deliberativ, ræsonnerende praksis (Dewey 1927, Habermas 1962/1990, Loftager 2004, Gutmann/Thompson 2004). Vi er her fremme ved offentlighed i den ’emfatiske’ eller ’klassiske’ betydning som meningsdannelse via et kritisk ræsonnement der kvalificerer eller forædler argumenter og således bidrager til den alsidige belysning af en sag og understøtter saglig beslutningstagen.

Jeg vil i det følgende analysere NF ud fra disse fire offentlighedsoptikker og dermed beskrive forskellige måder hvorpå NF kan siges at fungere som offentlighed. De fire optikker vil blive beskrevet lidt nærmere undervejs, dog er hensigten ingenlunde at give en teoretisk gennemgang af offentlighedsbegrebet (se i stedet Calhoun 1992, Loftager 2004, Horsbøl 2004), men netop at anvende en flerspektret offentlighedsteoretisk metode i en empirisk analyse. Rækkefølgen i gennemgangen vil svare til den ovennævnte, hvilket har den pointe at analysen af offentlighed som deliberativ praksis kan basere sig på de forudgående analyser der opererer med mindre restriktive og normativt ladede forestillinger om offentlighed. Dette afsnit har således også en konkluderende status. De deliberative begrænsninger der her kommer til udtryk, giver sluttelig anledning til at vende offentlighedsperspektivet om og spørge hvad NF er når det ikke er en deliberativ offentlighed. I forlængelse heraf munder artiklen ud i en karakteristik af forholdet mellem journalistik og kommunikationsarbejde i NF.

Analysen empiriske grundlag vil være de faktiske tv-udsendelser, dvs. NF som et *tekstligt produkt*, suppleret med inddragelse af produktions- og receptionsbetingelser. Som sådan er tilgangen empirisk funderet såvel som begrænset, fx inddrager jeg ikke receptionsstudier eller analyser af journalistiske praksisser. Analysens korpus omfatter alle udsendelser af NF fra premieren d. 6.10.2006 til og med d. 27.4.2007. Hvad angår den tekstanalytiske detaljeringsgrad, vil analysen operere på et *mesoniveau* der i en kombination af kvalitative og kvantitative greb vil karakterisere NF uden at foretage en decideret næranalyse af enkelte udsendelser.

Den redigerede offentlighed

Opbygning og fremstillingsform: NF har mange træk til fælles med medier fra den nationale og regionale journalistisk offentlighed. Navnet indikerer med ”nyhed” en forpligtelse på en journalistisk kerneværdi og med ”magasin” samtidig en vis specialisering. Det giver muligvis associationer til ”Berlingske Nyhedsmagasin”, et erhvervsmagasin som pudsgit nok også udkommer hver fredag. NF produceres

af professionelle journalister, kamerafolk m.fl. og præsenterer sig som nævnt som et uafhængigt medie, redigeret efter journalistiske principper.

Ser man nærmere på udsendelsernes opbygning og fremstillingsform, viser der sig også mange lighedspunkter med tv-nyheder. Udsendelserne *indledning* følger et fast mønster, som markerer genren; visuelt indledes med et sæt grafisk-dynamiske kendemærker i grønne nuancer (farver som Jyske Bank bruger i logo og anden selvfremsstilling), hvori navnet "Nyhedsmagasinet Fredag" indgår, auditivt ledsaget af en kendingsmelodi. Mens musikken fortsætter på lavere styrke, introduceres med voice over (studieværtens) hovednyhederne i overskrifter, ledsaget af visuelle og evt. auditive smagsprøver. Musikkens afsluttes, og der blændes op for studieværten, som byder seerne "velkommen til Nyhedsmagasinet Fredag" og tager fat på den første nyhedshistorie. *Studiet* er en anden fast bestanddel. Det er lukket bagtil, holdt i grønne nuancer og semiotisk temmelig roligt. På en skærm bag studieværten vises et stillbillede som henviser til den nyhed der netop præsenteres, og i gulvet bag studieværten kan man skimte et lysskilt med teksten 'Jyske Bank'. *Studieværten* ses enten i (næsten) total, stående foran et mørkt, rundet træbord (formentlig en reference til den såkaldte 'SpørgBar' som indgår i Jyske Banks nye butiksmiljø), eller i en nær indstilling, hvor kun ansigt og skuldre ses. Rollen som studievært varetages i hele perioden stort set af kun to personer, en mand og en kvinde, som således også bliver en slags genremarkør man som seer bliver fortrolig med. Udsendelserne varer i reglen 8-12 minutter og består typisk af tre længere *indslag* (a flere minutters varighed) og tre korte (i en samlet sekvens med 15-25 sekunder per indslag), der som i nyhedsgenren oftest er uden tekstlig sammenkædning. De længere indslag forankres af og i studieværten for så vidt som han/hun indleder og afslutter disse. Mens de korte indslag kun præsenteres af studieværten, kommer stort set alle de længere indslag ud af studiet i form af redigerede klip med billeder og stemmer fra eller med relation til Jyske Bank. Disse bærer generelt præg af professionelt journalistisk håndværk hvad angår lys, lyd, kameravinkler, zoom og klipning m.m. I nogle tilfælde omfatter indslagene også *interviews i studiet*, der foregår stående ved træbordet. Som med indledningen *afsluttes* udsendelserne efter et fast mønster i form af slutord af studieværten (a la "Det var Nyhedsmagasinet Fredag, ha' en rigtig god weekend") samt kendingsmelodi, grafisk-dynamiske kendemærker og horisontalt løbende rulletekst med angivelse af de produktionsansvarlige.

Ved siden af de mange lighedspunkter med nationale og regionale tv-nyheder, er der også træk som

skiller sig ud. Det gælder henvisningerne til Jyske Bank i form af skiltet i studiet, brugen af grønne nuancer, SpørgBar-referencen og selvfølgelig den tematiske begrænsning til Jyske Bank-relevante emner. Desuden optræder studieværten også som almindelig journalist, der selv har produceret flere indslag, og hvis stemme man her hører i voice over.

Selektion af aktører: Al kommunikation er betinget af valg og fravalg af emner og deltagere. Journalistiske medier er desuden kendetegnede ved at journalister foretager disse (fra)valg; journalister udvælger aktører og emner og redigerer udsagn til sammenhængende medietekster. NF taler i deres selvrepræsentation på premieren om at de "afspejler livet i Jyske Bank", men denne afspejling indebærer naturligvis en betydelig selektion. Der sker umådeligt meget i en organisation som Jyske Bank på en uge, og NF har omtrent 10 minutter til at 'afspejle' dette. Skal man danne sig et overblik over denne selektion, er det nødvendigt med kvantitativ analyse. Jeg har foretaget en sådan for selektionen af aktører og emner. Analysen omfatter alle længere indslag i udsendelser fra premieren d. 6.10.2006 til og med d. 27.4. 2007 (i alt 29 udsendelser med 81 længere indslag) med undtagelse af nytårsudsendelsens gentagelser af tidligere viste klip. Figur 1 opregner antallet af aktører som er repræsenteret med udtalelser i NF, fordelt over forskellige typer af aktører (fraregnet NF-journalisterne selv). Der er tale om *ikke-indlejrede* udtalelser i den forstand at de kommer fra personer der *selv udtaler sig* (eller som kun er indlejret af den journalistiske redigeren om man vil). Det sker langt overvejende i en form hvor man ser personen i billedet mens udtalelsen falder, i enkelte tilfælde dog også i telefoninterview eller via en skriftlig repræsentation af et citat. At der er tale om ikke-indlejrede udtalelser, indebærer at personer der blot omtales, ikke er talt med. Antallet er opgjort på den måde at hver aktør er talt én gang per indslag hvor vedkommende er repræsenteret med en udtalelse. Der skelnes således ikke mellem kortere og længere udtalelser. Som kriterium for kategorisering af aktørerne har jeg i vid udstrækning brugt NF's egen 'skiltning' af de interviewede.

Figur 1 fokuserer på to centrale forskelle: Forskellen mellem interne og eksterne aktører (her i betydningen +/- ansættelsesforhold i Jyske Bank), og forskellen mellem ledere og medarbejdere uden formel ledelsesposition. Hvad førstnævnte angår, viser det sig at interne aktører er repræsenteret med udtalelser 4,7 gange så hyppigt som eksterne aktører. Det er således primært ansatte i Jyske Bank som af NF inddrages til at 'afspejle' livet i Jyske Bank. Det kan næppe overraske, og man kan således omvendt

Figur 1. Aktører repræsenteret med udtalelser i Nyhedsmagasinet Fredag

Aktører, interne:	Antal repræsentationer med udtalelse	Heraf interviews i studiet⁷
Anders Dam, Ordførende Direktør	8	4
Direktører	17	3
Afdelingsledere	18	3
Funktionsledere	21	–
Ledere af anden type	6	–
Medarbejderrepræsentanter	9	2
Medarbejdere uden ledertitel	75	–
I alt	154	12
Aktører, eksterne:	Antal repræsentationer med udtalelse	Heraf interviews i studiet
Kunder	5	–
Leverandører	2	–
Aktionærer	2	–
Politikere	4	1
Journalister	3	–
Aktieanalytikere	3	–
Andre eksperter	3	1
Repræsentanter for andre organisationer	6	-
Brugere af Jyske Banks kulturarrangementer	3	-
Familiemedlemmer til ansatte	1	-
Tidligere ansatte	1	-
I alt	33	2

notere sig at udtalelser fra eksterne aktører trods alt udgør en andel på 17,7 % af de samlede repræsentationer. NF bruger således også i nogen udstrækning stemmer udefra til at sige noget om Jyske Bank. Disse stemmer kommer endvidere fra en bred vifte af forskellige aktortyper. Sammenligner man med nationale og regionale journalistiske medier, er det desuden påfaldende at en aktortype som 'politikere' er markant underrepræsenteret i NF; rollen som relevant beslutningstager varetages åbenbart af andre aktortyper.

Hvad angår forskellen leder-medarbejder, kan man i første omgang konstatere en nærmest liggelig fordeling med 75 repræsentationer af 'menige' medarbejdere (hvortil kommer 9 af medarbejderrepræsentanter) og 70 af ledere af forskellige slags. Gruppen af medarbejdere uden ledertitel omfatter stillingstyper som telefonist, investeringsrådgiver, erhvervstraine, bankbetjent, vært, systemkonstruktør, fuldmægtig, aktiedealer, lønkonsulent, kommunikationsmedarbejder, erhvervsrådgiver, bankrådgiver, it-servicesupporter, sikkerhedsmedarbejder, skattemedarbejder, kundemedarbejder m.m. NF kommer således bredt omkring i organisationen og fremstår hvad deltagere angår som et relativt inkluderende forum. Fordelingen mellem ledere og medarbejdere er

dog ikke repræsentativ i numerisk forstand for så vidt som der i Jyske Bank er betydeligt færre ledere end 'menige' medarbejdere. Relativt set er det således dem der formelt set har mest at sige, som også siger mest i NF, hvilket også gør sig gældende hvis man graduerer lederrollen fra funktionsleder til ordførende direktør. Det forhold skærpes hvis man inddrager interviews i studiet, hvor aktørerne generelt har mere tid til at udtale sig. Ud over to medarbejderrepræsentanter er det her kun afdelingsledere og opefter der er repræsenteret.

Selektion af emner: Valget af emner udgør en anden central journalistisk selektion. Analytisk giver inddelingen af emner ikke sig selv og kan foretages efter forskellige kriterier og på forskellige abstraktionsniveauer. Figur 2 opregner selektionen af emner på en måde der så vidt muligt er skilt ud fra forhold såsom aktører, valoriseringer, tekstfunktioner og genretræk i øvrigt. Fokus ligger således alene på hvilke aspekter af Jyske Bank der tales om, ikke på hvem der udtaler sig, om indslagene fremstiller emnet i et positivt eller negativt lys, om de er informerende snarere end problematiserende, eller hvilke æstetiske virkemidler de bruger. Der opereres for nemheds skyld med ét emne per indslag, og som ved selektionen af aktører er kun de længere indslag medtaget.

Figur 2. Emner i Nyhedsmagasinet fredag

Tema	Antal
1. Produkter og markeder, herunder 'Jyske Forskelle 2. Generation'	15 (heraf JF2G: 10)
2. Organisationsstrukturelle ændringer, herunder afskedigelser	12 (heraf omtale af afskedigelser: 6)
3. En enkelt afdeling eller del af organisationen	10
4. Teknologisk infrastruktur, herunder it	9
5. Medarbejdere der har en anderledes baggrund, eller som går andre veje end de fleste	6
6. Overordnet status, årsregnskab, generelforsamling	5
7. Markedsføring fra Jyske Bank	5
8. Jubilæer, fester	4
9. Tiltag fra tillidsfolk	3
10. Medarbejdergoder (aktier, internet)	3
11. Familie og arbejde	2
12. Mad og drikke	2
13. Nyhedsmagasinet Fredag	2
14. Røveri	1
15. Sprog	1
16. Kundeportræt	1
I alt	81

Figur 2 vidner om en betydelig bredde i NF's dækning, men samtidig om klare prioriteringer. De første 7 emneområder tegner sig således for til sammen over $\frac{3}{4}$ af dækningen. Disse 7 emner omfatter indslag af varierende konkretion, men gennemgående er det historier fra det daglige arbejde, snarere end spektakulære enkeltbegivenheder der står i centrum. De 7 topeemner omfatter både indslag som fokuserer på enkelte afdelinger eller personer (mest udpræget 3 og 5, men også dele af 1 og 2) og indslag som har direkte relevans for det meste af organisationen (mest udpræget 4 og 6, men også 1, 2 og 7). Jeg vil i det følgende gøre rede for de 7 emner enkeltvis og i den forbindelse inddrage de aktører, tekstfunktioner og tv-æstetiske virkemidler der kendetegner behandlingen af emnerne:

Behandling af de enkelte emner: Emnet med flest indslag er *produkter og markeder*. Jyske Bank lancerede i efteråret 2006 'Jyske Forskelle 2. Generation' (JF2G), der indebar en omkalfatring af måden at præsentere sig som bank på, fx med en ny fysisk indretning, kaffeautomater til fri afbenyttelse, bankprodukter der blev samlet materielt i 'pakker' og en ny arbejdsfunktion som vært til at byde kunderne velkommen og hjælpe dem på vej i 'butikken'. Det slår tydeligt igennem i NF, hvor indslag om 'produkter' (serviceydelser) i forbindelse med JF2G tegner sig for 2/3 af emnet 'produkter og markeder'. Indslagene om JF2G udmærker sig i NF-sammenhæng

ved en høj andel af eksterne aktører, fx kunder der udtaler sig om deres oplevelse af og holdning til JF2G. Kunderne filmes i banken eller i deres hjem samt repræsenteres i grafer over kundetilgangen. Den kunde- og salgsorientering der ligger i at 'produkter og markeder' er emnet med flest indslag, forstærkes således af brugen af aktører. Billedet af omverdenens billede af JF2G er overvejende positivt, men også kritiske røster forekommer ("det er konceptvenlighed" og "bankrådgiveren skal ikke være min ven", siger en af kunderne), ligesom der vises satiriske klip fra andre medier om det latterlige i konceptet.⁸ De hyppigst forekommende interne aktører er de nye værter og andre frontlinje-medarbejdere der vises og interviewes ude i feltet.

Emnet med næstflest indslag, *organisationsstrukturelle ændringer*, afspejler den sparerunde og de sammenlægninger Jyske Bank gennemførte i efteråret 2006 med afskedigelser, primært af kommunikations- og marketingsmedarbejdere, til følge. Fyringerne skiller sig ud fra de allerfleste andre emner i NF ved at have et oplagt konfliktpotentiale. De udgør samtidig en art lakmusprøve for NF's ambitioner om en uafhængig journalistik. Dækningen blev imidlertid hæmmet af selvcensur, idet den ene part – de berørte medarbejdere – ikke ønskede at udtale sig. NF greb det i første omgang an ved at rapportere foran en bygning hvor der samtidig fandt samtaler sted mellem medarbejdere og ledelse om fyringerne.

Man ser her undtagelsesvis for NF's reportager en journalist i billedet, som til kameraet fortæller at de berørte medarbejdere ikke vil udtale sig, samt refererer hvad medarbejderne har sagt mens kameraet var slukket ("hvad får vi ud af det [at udtale sig]?" og "hæderlig kommunikation, det var noget vi troede på engang").⁹ I en senere udsendelse udtaler et par af de ikke-berørte medarbejdere sig undrende overfor ledelsens beslutning om at afskedige, men i en temmelig spagfærdig tone som journalistens voice over må anstrenge sig for at parafrasere som kritik. Endelig interviewer NF i flere indslag nogle af de ansvarlige ledere (herunder den ordførende direktør), til dels i studieinterview. Det sker på en måde som giver lederne mulighed for at forklare og redegøre for rationalet bag afskedigelserne uden at disse redegørelser og forklaringer i sig selv problematiseres.

NF nævner i deres premiereprogram at de vil sende "fjernsyn om dig". Det viser sig i høj grad også at indebære et "fjernsyn med dig". Indslagene i NF kommer nemlig ofte ud i afdelingerne hvor medarbejderne ses og interviewes i deres arbejdsomgivelser. Det gælder ikke mindst for emnerne 3 og 5 der har en *enkelt afdeling* eller en *enkelt medarbejder* i fokus. Anledningen kan være udmærkelser udefra (Børsenpris til Jyske Markets), 'best practice' inden for virksomheden (hvilken afdeling er bedst til sælge Jyske Bank-aktier til kunderne?), at en afdeling er blevet forfordelt, eller at man et sted har grebet tingene an på en anderledes måde. Indimellem er der ingen umiddelbar anledning – en nyhed om man vil – og pointen synes mere at være at komme 'landet rundt' og ud i 'hjørner' af virksomheden. Eller rettere; indslagene nøjes i mange tilfælde ikke med at rapportere om det der for en snæver betragtning har nyhedsværdi, i stedet gives der plads til et kig ind i hverdagen i afdelingen, ofte i en humoristisk tone som når en medarbejder viser rundt i sin "museumsafdeling" (den der ikke kom med på Jyske Forskelle) eller når drillende bemærkninger om kolleger søges indfanget. Det er i den forstand også "fjernsyn om de andre", de andre i Jyske Bank. Ydermere har den audio-visuelle form på dette punkt en oplagt merværdi i forhold til et medie som personalebladet; ganske som tv-mediet medvirker til at personliggøre den politiske kommunikation i den fundamentale forstand at vi uvilkårligt får 'personlig' information om politikerne (udseende, påklædning, stemmeføring, gestik osv.) ud over det standpunkt vedkommende ytrer (jf. Meyrowitz 1985), bidrager tv-mediet i sig selv til at give et indtryk af personerne i Jyske Bank som ikke udtømmes af deres verbale udsagn. NF's brug af tv-mediet med hyppige glimt af aktiviteter og interaktioner forstærker dette.

Det personorienterede rendyrkes i de indslag der har en enkelt medarbejder i fokus. Udgangspunktet kan både være noget (usædvanligt) vedkommende har gjort (fx været erhvervstraine hos en landmand) eller en (usædvanlig) egenskab ved vedkommende (indvandrer, anden uddannelsesmæssig baggrund, enarmet). Indslagene er mere fortællende og tangerer portrættet, men med et klart fokus på relevansen for arbejdet i Jyske Bank; hverken visuelt eller verbalt er det privatpersonen der er omdrejningspunktet. Der suppleres ofte med udsagn fra kolleger eller kunder, og indslagene er altid solidariske med 'hovedpersonen'.

Emnet *teknologisk infrastruktur* omfatter indslag om den fysiske indretning (fx nye skuffer eller lys-systemer) og ikke mindst it (fladskærme, IP-telefoni, it-sikkerhed). Indslagene tager ofte udgangspunkt i nyindretninger som ikke fungerer eller ikke bruges efter hensigten. Der vises 'vox pop' med brugerne og længere sekvenser med de fagkyndige og ansvarlige for systemerne, som får tid til at forklare baggrunden for problemet og beskrive evt. tiltag til at udbedre det. Indslagene pointere tydeligvis ikke at placere et ansvar eller udpege en skyldig, men at få forklaret baggrunde og sammenhænge. Nogle gange fokuseres på konsekvenser for medarbejdere som påvirkes af at andre ikke bruger teknologien efter hensigten, fx telefonisterne i omstillingen som overbelastes og må spise frokost ved computeren (kameraet viser den ventende frokosttallerken). Udover at være forklarende er flere af indslagene også direkte instruerende på en måde som er sjælden i de nationale nyheder, idet seerne får konkrete anvisninger på hvordan de skal håndtere den nye teknologi, gerne i auditiv og visuel punktform. Tit indgår der også humoristiske elementer i behandlingen af dette emnefelt, som når en tekniker forklarer hvordan de nye lyskontakter virker, mens det af billedsiden fremgår at de ikke arter sig efter hans forklaring, eller når der tastes "www.bikinibabes.com" i computerskærmens adressefelt – men dog ikke klikkes – som eksempel på uønsket it-adfærd.

Emnet *overordnet status* har en anden tidshorisont end de øvrige. Her ses tilbage på (regnskabs)året der gik og frem på det der kommer. Anledningen kan være generalforsamlingen, årsskiftet og offentliggørelsen af års- og kvartalsregnskaber. Den klart mest citerede aktør er den ordførende direktør, Anders Dam, flere gange i form af studieinterview. I tilfældet regnskab informerer Anders Dam om hovedindholdet, vurderer det og udtaler sig om forventninger til fremtiden. Det sker i relativt lange taleture som svar på åbne journalistiske spørgsmål såsom "hvad er de

store nyheder i årsregnskabet?” og ”er du tilfreds når du kigger på vores konkurrenter?”. For den der er vant til nationale tv-nyheder, er fraværet af journalistisk initieret debat om de store linjer ganske slående. Det skal dog også nævnes at NF i klip fra generalforsamlingen bringer nogle aktionærers kritik (af Jyske Banks markedsføring), efterfulgt Anders Dams respons.

NF er et forum for den interne kommunikation, men Jyske Banks *markedsføring* indgår heri som et emneområde. I flere tilfælde præsenteres kommende marketingtiltag, fx en ”tilbudsavis”, og der informeres om indholdet af og baggrunden for disse, fx via interviews med marketingsansvarlige. Effekten af tilbudsavisen tages op i et senere evaluerende indslag som modstiller flere værter personlige oplevelse af manglende effekt med marketingsafdelingens positive vurdering, baseret på en tilfredshedsundersøgelse. Et enkelt indslag inden for dette emnefelt skiller sig ud ved at tematisere negativ medieomtale – ligefrem en ”mediestorm”, som det hedder – af Jyske Banks markedsføring, som er blevet beskyldt for at opfordre til skattesnyd. Indslaget er med sine ca. 14 min. overlangt og har som centrum en diskussion i studiet mellem en akademisk ekspert i organisation og ledelse og en direktør fra Jyske Bank. Diskussionen suppleres og fodres med kritiske udtalelser fra skatteeksperter og politiske skatteordførere samt med et tilbageblik på sager med tilsvarende negativ medieomtale. Den akademiske ekspert indtager vedholdende en anklagende position, og journalisten optræder mere aggressivt end ellers i NF, fx afbrydes direktøren og spørgsmål gentages. Samtidig får direktøren lejlighed til at fremlægge sin version af sagen og korrigerer ”usandheder” som har cirkuleret i pressen. I modsætning til de andre mere informerende og instrumentelle indslag er dette således udpræget problematiserende og debatterende. Indslaget går desuden ud over det snævert markedsføringsmæssige ved at diskutere det (u)etiske i Jyske Banks praksisser omkring skatterådgivning, set i forhold til bankens eksplicite værdier om fx hæderlig kommunikation – med indvirkningerne på bankens omkomme som et sidetema.

Nyhedskriterier: Forsøger man at uddrage de nyhedskriterier som gør sig gældende i NF’s valg og vinkling af emner, viser der sig, set i forhold til kriterierne konflikt, aktualitet, sensation, identifikation og væsentlighed, følgende billede:¹⁰ Nyhedskriteriet *konflikt* spiller i NF ikke nogen central rolle. Det gør sig gældende enkelte steder, men generelt er indslagene ikke præget af modstilling af personer, grupperinger eller interesser. Beslægtet hermed kan man iagttage andre forskelle til især de nationale medier,

der har det politiske system som central leverandør af nyhedsstof: Der er i NF ingen permanent uenighed mellem relativt faste grupperinger a la højre-venstre eller regering-opposition; i diskussioner kan det sågar forekomme at deltagerne bliver enige. I den forstand repræsenterer NF ingen ”virksomhedens politisering” (Frankel 2004). Der er heller ingen afslørende journalistik, ingen skandaler eller mediestorme. NF refererer som nævnt fra en mediestorm om Jyske Bank i de nationale medier, men initierer hverken den eller andre. Endelig er der ingen klient- eller offerjournalistik hvor enkeltskæbner sætter rammerne for debatten og beslutningstagere afkræves handling her og nu.

Aktualitet spiller ikke overraskende en væsentlig rolle i den grundlæggende forstand at det i reglen er indslag af en vis *nyhedsværdi* der bringes. Dog er NF som ugemagasin naturligt nok ikke orienteret mod det dagsaktuelle, men NF er også langt fra bundet til det ’ugeaktuelle’; ikke sjældent tages emner op som også ville have været ’nyheder’ ugen forinden. Endelig rummer NF også et mindre antal indslag hvor aktualitetskriteriet ikke spiller nogen rolle, fx portrætterne af anderledes medarbejdere.

Det er tvivlsomt om *sensation* gør sig gældende som nyhedskriterium i NF. Hvis overhovedet, så i en afdæmpet form hvor betegnelsen ’sensation’ giver forkerte associationer. Et illustrativt eksempel er indslaget om et bankrøveri – det eneste i materialet – som yderst kort sammenfatter begivenhedsforløbet, uden på nogen måde at udfolde det som narrativ eller dvæle ved dramatiske momenter, for derefter at bruge resten af indslaget til anvisninger på hvordan man bedst forholder sig i tilfælde af bankrøveri. Man kan ganske vist sige at flere af indslagene tematiserer det lidt anderledes eller usædvanlige, men netop på en måde som ikke dyrker det sære, men i stedet menneskeliggør og åbner op for identifikation.

Det leder frem til de to nyhedskriterier som efter min vurdering er de dominerende i NF: Identifikation og væsentlighed. *Identifikation* gør sig gældende i behandlingen af adskillige temaer, mest oplagt i beretningerne om enkelte medarbejdere eller afdelinger, men også i tematiseringen af den teknologiske infrastruktur og Jyske Banks produkter. Identifikationskriteriet kommer til udtryk i den forankring i hverdagslige arbejdsituationer, ansigter, stemmer og erfaringer der generelt præger behandlingen af disse emner. Der er imidlertid interessant at identifikation spiller en langt mindre rolle når det gælder emnerne organisationsstrukturelle ændringer og overordnet status, som primært præges af kriterierne væsentlighed og aktualitet. Identifikation dukker op i det omtalte indslag om afskedigelser, men NF vælger ikke

at forfølge fyringssagen – eller andre organisationsstrukturelle ændringer – med en dækning der lægger op til identifikation med de berørte medarbejdere.

Væsentlighed gør sig gældende i behandlingen af de fleste tophemner, især overordnet status, organisationsstrukturelle ændringer, teknologisk infrastruktur, produkter og markedsføring. Som nyhedskriterium er væsentlighed på sin vis en problematisk analytisk kategori fordi det i sig selv er et indholdstomt eller tautologisk kriterium (Schultz 2006: 61); enhver nyhed kan i en eller forstand siges at være væsentlig. Det afgørende er i stedet hvordan væsentlighedskriteriet indholdsudfyldes – kun som sådan lader det sig sammenligne med andre kriterier. Hvad det angår, fungerer væsentlighed i NF som nyhedskriterium i betydningen 'væsentlighed for Jyske Bank som virksomhed og arbejdsplads'. Dvs. det der vedrører den hensigtsmæssige organisering af de daglige arbejdsopgaver og Jyske Banks position som en privat virksomhed på et marked med konkurrenter og kunder.

Offentlighed som iagttagelse på vegne af det almene

I det foregående er offentligheden i NF blevet beskrevet som det (for de ansatte i Jyske Bank) offentliggjorte produkt af en journalistisk redigering. Hvorvidt dette produkt har andre offentlighedskvaliteter eller realiserer offentlighed på andre måder, er ikke indgået i overvejelserne. Det spørgsmål vil blive taget op nu, idet jeg vender mig mod andre, mere restriktive, måder at forstå offentlighed på.

Man kan betragte offentlighed som et rum med særlige kvaliteter, knyttet til et samfunds demokratiske institutioner. Men man kan også betragte offentlighed som noget forskellige systemer kan blive udsat for. I sidstnævnte betydning, der er inspireret af Luhmann (1990 & 1996), forstås offentlighed som en overskridelse af noget der ikke i forvejen er offentligt. Offentlighed kommer i stand ved at noget *gøres* offentligt. I denne offentliggørelse ligger ikke at blot noget bliver synligt for flere, men at det iagttages på en anden måde. Offentlighed er således en *anden* betagtningsmåde eller et perspektivskifte i forhold til noget allerede givet. Dette perspektivskifte indebærer at noget rykkes ud af sin givne, partikulære kontekst og betragtes på vegne af det almene. Hvordan dette perspektivskifte faktisk tager sig ud og hvordan iagttagelsen på vegne af det almene indholdsudfyldes i en konkret offentlighed, er et andet spørgsmål. Men netop et spørgsmål som kan danne udgangspunkt for en analyse.

En måde at operationalisere denne optik på, er at spørge til de 'oversættelser' af det partikulære til

mere almene betagtningsmåder som nødvendigvis må forekomme, samt til de problematiseringer af det partikulære som kan forekomme. Offentlighedens perspektivskifte kan således skaleres fra minimalbetydningen 'oversættelse' til maksimalbetydningen 'problematisering'. Til NF kan man følgelig spørge: Hvilke partikulære systemer oversættes med offentlighedens blik – og hvordan? Og finder der endvidere problematiseringer sted – og i så fald hvoraf og hvordan?

Oversættelse finder i hovedsagen sted i forhold til to instanser: Den enkelte afdeling og den øverste ledelse. Den enkelte afdeling kan være geografisk defineret eller varetage en bestemt funktion i Jyske Bank, det være sig it, investering eller madlavning. Oversættelse indebærer krav om at afdelingen fremstiller sig selv på en måde som overskrider afdelingens specialviden og indforståede koder og bliver tilgængelig for de øvrige medarbejdere i Jyske Bank. Også i de tilfælde hvor afdelingens særpræg står i centrum, skal det formidles i en almen, 'afdelings-overskridende' form. For den enkelte medarbejder er der tillige tale om en øvelse i at formidle sin egen professionalisme i interprofessionelle sammenhænge hvor af-specialiseret kommunikation er påkrævet (Iedema 2003). Den øverste ledelse møder oversættelseskrav i form af krav om at redegøre for indholdet i og rationalet bag ledelsesbeslutninger på en tilgængelig og relativt kortfattet måde. Det er oplagt at det også vil kunne tjene som øvelse for hårdere, men lignende træfninger i den 'store' offentlighed.

Oversættelserne danner, vedligeholder og udvikler en "fællesverden" (Qvortrup 1998, kapitel 11), dvs. et repertoire af temaer, figurer og historier som deles af organisationen på tværs af afdelinger, specialiseringer og hierarkier. Det indebærer hverken konsensus eller konflikt, men blot et større tematisk forråd som tværgående kommunikation kan knytte an til. NF har – med introduktionen af levende billeder, den udbredte brug af optagelser ude i afdelingerne og den hyppigere sendefrekvens – formentlig udvidet denne fælles verden i Jyske Bank et godt stykke.

Problematisering, hvor NF sætter kritisk lys på dette eller hint, forekommer – i en velvillig fortolkning – i 24 af de længere indslag, dvs. i knap 30 % af disse. På den ene side kan man således sige at NF i de fleste indslag ikke sætter problemer til debat. På den anden side kan man ikke beskyldte NF for ikke (også) at forholde sig kritisk. Det er forskellige ting der problematiseres; hyppigst rammes overordnede ledelsesbeslutninger (9 indslag), men også medarbejdernes arbejdsgange (5 indslag), tekniske indretninger (4 indslag) og JFG2-konceptet (3 indslag) står for skud. Som allerede antydnet er de fleste af disse

problematiseringer ikke videre pågående, snarere får de implicerede mulighed for at forklare sig, og baggrunden for problemet belyses. Problematiseringerne retter sig i reglen mod praksisser, systemer og beslutninger frem for mod enkeltpersoner, og NF afholder sig konsekvent fra at hænge nogen ud.

Indholdet af '*det almene*', dvs. den synsvinkel der fungerer som selvfølge lig henvisningsbaggrund for oversættelserne og legitimationsgrundlag for de begrundelser der gives og afkræves i forbindelse med problematiseringerne, er altovervejende Jyske Bank som virksomhed og arbejdsplads. I enkelte tilfælde tales der dog også ud fra en bredere forståelse af det almene, som når Jyske Banks markedsføring diskuteres i forhold til en samfundsmæssig forpligtelse, eller når medarbejderinteresser der ikke lader sig aflede af arbejdsfunktionen, tematiseres. Men en "ansvarets eksplosion" (Frankel 2004: 10) bærer NF ikke præg af. I overensstemmelse med beskrivelsen af nyhedskriterier, kan man konstatere at NF ikke italesætter Jyske Bank som et konfliktuelt rum, præget af interesse modsætninger mellem afdelinger, ledelse-medarbejdere, faglige specialiseringer m.m. Bortset fra den omtalte sag om fyringer artikuleres interesse modsætninger meget sjældent, og i givet fald på en måde der lægger op til pragmatiske løsninger på et fælles grundlag. NF fremstår således ikke i nævneværdig grad som et forum for diskussion af ubehagelige prioriteringsproblemer om fordelingen af knappe ressourcer.

Som grænse for det almene står det offentligheden ikke skal blande sig i, de *private* anliggender. En offentlighed kan afgrænse sig over for det private som det der ikke vedrører offentligheden. Eller den kan inddrage det private som det der alligevel har offentlig interesse. Det sidste er kun muligt i kraft af det første, og nogle medier lever af at overskride en grænse mellem privat og offentligt som andre offentligheder opretholder. Ser man på hvordan den grænse konstrueres i NF, altså hvordan der etableres skille- og/eller forbindelseslinjer mellem arbejdsliv og privatliv, kan man konstatere at privatlivet uden for arbejdstiden ikke konstrueres som relevant for medarbejderidentiteten. Det private dukker op enkelte steder i portræt-lignende indslag, men NF er ikke et sted hvor man lærer sine kolleger at kende som privatpersoner uden for arbejdslivet. Som sådan kan man sige at dækningen i NF implicit udgrænser de enkelte medarbejdernes privatliv som den organisationsinterne offentlighed uvedkommende.

Dog sker der i generelle termer en tematisering af forholdet arbejdsliv-familieliv. NF helliger således en hel udsendelse til *familielivspolitik* i form af en studiedebat med panel og publikum, hvilket er et

enestående format i NF-sammenhæng (panelet har bl.a. deltagelse af daværende familieminister Carina Christensen!). Med udgangspunkt i konkrete erfaringer (forberedte indspark fra salen) tematiseres og udbydes her generelle problemer (fx med børnepasning, tidsmæssige rammer, stress for de 'tilbageblevne' ved barsel) og mulige løsninger (børnehaver i Jyske Bank regi, ændrede åbningstider i dagsinstitutioner, bedre bemanning i afdelingerne) drøftes. Heri indgår også diskussioner af forholdet mellem virksomhedens og det politiske systems familiepolitiske ansvar. I diskussionen gøres privatlivet således gældende som relevant for de ledelsesmæssige beslutninger i Jyske Bank, men netop i en generel form, hvor den enkelte medarbejders privatliv ikke kommer i fokus.

Blandt de ting offentligheden kan overskride er offentlighedens egen overskridelse; offentligheden kan vende det offentlige blik mod sig selv og tematisere sine egne tematiseringer. Dette metaniveau fylder ganske meget i nogle offentlige sammenhænge, fx diskussionsfora på internettet og dagspressens kommentarspalter, men spiller så godt som ingen rolle i NF. Seerne opfordres flere gange til at give ris og ros, men journalistikken i NF handler ikke om journalistikken i NF.

Offentlighed som netværk

Et af de kritikpunkter der er blevet rettet mod offentlighedsbegrebet hos den tidlige Habermas, har været at offentlighed hos denne er blevet forstået i bestemt form ental, som noget der var knyttet til en enkelt, eksklusiv offentlighedsform – den borgerlige offentlighed – frem for til en pluralitet af offentligheder (se fx Fraser 1992). Med udgangspunkt i denne kritik, som Habermas siden har taget til sig (Habermas 1990 & 1992) kan man betragte offentlighed som noget der finder sted i en udveksling mellem forskellige offentlige fora med porøse grænser. Det lægger op til et analytisk fokus på udvekslingsrelationer mellem disse fora, dvs. et fokus på hvordan temaer og diskursive former bevæger sig fra et forum til et andet og 'rekontekstualiseres' (Fairclough/Chouliaraki 1999) i dette. NF adskiller sig som allerede nævnt ved være at lukket udadtil. Som sådan er det i en netværksforstand en amputeret offentlighed. NF er dog kun lukket for 'eksport' udadtil, ikke for 'import'. Man kan således spørge hvorvidt der inddrages stof fra den 'store' offentlighed, og hvordan dette rekontekstualiseres i NF. Og man kan spørge til udvekslingsrelationer mellem NF og andre 'offentlige' fora internt i Jyske Bank.

Holder man sig til de tilfælde hvor NF eksplicit nævner andre *eksterne* medier, viser dette sig at fore-

komme i 12 af de længere indslag, dvs. i godt ca. 15 % af disse. Der er tale om aviserne *Børsen*, *Berlingske*, *Jyllands-Posten* og *Urban* samt tv-stationer TV 2 (News) og DR. De sager der 'importeres' har i langt de fleste tilfælde Jyske Bank som tema, såvel i form af positiv (en pris til en afdeling/person i Jyske Bank) og negativ (fx kritik af bankens "aggressive markedsføring") omtale. NF fungerer her som kanal for og forstærker af et udefrakommende blik på Jyske Bank, der samtidig anvendes til at facilitere det offentlige blik NF selv anlægger på Jyske Bank. NF rekontekstualiserer bl.a. ved at tilføje nye elementer til dækningen; den prisbelønnede medarbejder og et par kolleger interviewes om baggrunden for succesen, og den aktuelle kritik af Jyske Banks markedsføring sættes ind i en større tidshorisont og tages op i en problematiserende studiediskussion. I begge tilfælde får bankens egne medarbejdere på forskellig måde mulighed for at forholde sig til offentlighedens blik på Jyske Bank.

Eksplícitte referencer til andre *interne* medier forekommer sjældnere, i 7 af de længere indslag. Det drejer sig dels om debatforummet "Ordet er frit"¹¹, dels om Jyske Banks intranet i det hele taget. Henvisningerne fungerer i indslagene på to måder: Enten afsluttende som tilbud om (eller opfordring til) yderligere information eller, i forbindelse med "Ordet er frit", som (del)begrundelse for relevansen af emnet. Diskussionerne i "Ordet er frit" er således i glimt, men tilsyneladende også kun det, med til at præge NF's dagsorden.

Endelig forekommer der referencer til andre medier i en tredje form, nemlig til Jyske Bank egen markedsføring. Det sker i 6 af de længere indslag. I indslagene informeres enten om indholdet af kommende markedsføringstiltag – NF fungerer her som kanal for Jyske Banks autokommunikation om man vil – eller allerede gennemførte tiltag evalueres og problematiseres.

Offentlighed som deliberativ praksis

Den deliberative forståelse af offentlighed adskiller sig fra de foregående ved at have klare normative træk. Offentlighed forstås her som en kritisk, ræsonnerende praksis, der skal afprøve og kvalificere argumenter som basis for beslutningstagning i et oplyst, demokratisk samfund.¹² Kernen i den deliberative forståelse er ikke at synspunkter og interesser blot repræsenteres offentligt (som i en liberalistisk eller økonomistisk offentlighedsforståelse), men at de underkastes en saglig og grundig argumentativ afprøvning. Det afgørende er ikke at meninger kommer til udtryk, men at mening dannes ved at meninger brydes i en

offentlig samtale. Den offentlige mening er således – ideelt set – et resultat af sådanne 'forædlinger' eller 'kvalificeringer' af individuelle meninger (Habermas 1962). I moderne, komplekse samfund, præget af et væld af organiserede interesser og ekspertsystemer, er offentlighedens sensibilitet overfor svagere organiserede interesser og livsformer og dens evne til at artikulere disse dog også en vigtig forudsætning for et dueligt offentligt ræsonnement.¹³ Man kan i den forstand tale om offentlighedens sensorfunktion som en betingelse for dens ræsonnementsfunktion.¹⁴

At den deliberative offentlighedsforståelse er normativ, udelukker ikke at den kan gøres til genstand for en empirisk analyse. Men der er ingen let eller entydig procedure til at vurdere graden af deliberation, og en vis forsigtighed er påkrævet inden man opkaster sig til moralsk overdommer. Jeg vil i den følgende trække på de foregående offentlighedsanalyser som et deskriptivt, empirisk grundlag, og herudfra pege på væsentlige deliberative træk og mangler ved NF.

Billedet er blandet. På den ene side *er* der deliberative træk ved NF. For det første *problematiserer* NF i betydeligt omfang beslutninger og praksisser i Jyske Bank, herunder også overordnede ledelsesbeslutninger, og lægger således op til at sætte disse til diskussion. Det er ikke kun 'de gode historier' (dvs. de positive historier) der slipper igennem det redaktionelle filter. Heri ligger for det andet at beslutningstagere udsættes for *begrundelseskrav*; beslutninger skal begrundes i et forståeligt sprog, og formel autoritet er ikke tilstrækkelig til at opnå legitimitet i NF. For det tredje rummer NF en ganske *bred repræsentation* af forskellige ledere og medarbejdere i Jyske Bank, hvilket er et indicium på et åbent forum med plads til forskellige synspunkter. Det indebærer også at flere i banken får erfaring med at ytre sig offentligt og således formentlig vil være lidt bedre udrustede til at deltage i en senere debat. Endelig kan man for det fjerde nævne den upolemiske journalistiske stil, hvor kampagne- eller sensationsjournalistik ikke spærrer for sagligheden.¹⁵

På den anden side er der nogle oplagte deliberative mangler ved NF. Sagen med fyringer af medarbejdere i kommunikationsafdelingen peger illustrativt på problemet *selvcensur*. Selv om NF i princippet stod til rådighed som et forum hvor man kunne udtrykke uenighed og diskutere beslutningerne om at omlægge og afskedige, undlod medarbejderne at benytte sig af denne mulighed, fordi de ikke mente at offentlighed ville gavne deres sag. Man kan således notere sig at eksistensen af et offentligt forum ikke nødvendigvis fører til offentlig debat om ellers nok så påtrængende emner. De der "ikke deler den her-

skende mening på bjerget”, tager ikke nødvendigvis ordet selv om de får det. Det afhænger åbenbart af andre (magt)forhold, som journalisterne ikke har direkte indflydelse på. Her kan man dog også notere sig at selvcensuren i fyringssagen blev tydeliggjort i NF i form af et markeret fravær; journalisterne bidrog således til at synliggøre at noget ikke kunne synliggøres.

Herved blev det til gengæld også, idet NF ikke i den senere dækning tog emnet selvcensur op og/eller gik bag om den aktuelle sag. Det ville ellers have været relevant, fordi sagen satte et væsentligt spørgsmålstejn ved NF's mulighed for at realisere sit erklærede formål. Og ud fra en deliberativ betragtning ville det være afgørende at reflektere over de deliberative begrænsninger der kom til udtryk i den konkrete sag. Alle deliberativt anlagte fora har begrænsninger af den eller anden art (mht. tid, emner og personer), men de adskiller sig ikke kun ved disse første ordens-begrænsninger, men også ved evnen og viljen til at se dem i øjnene og måske få øje på måder at flytte grænserne på.¹⁶ Det ville ikke mindst have været vigtigt for NF fordi NF ikke var eksternt tilgængeligt og derfor ikke kunne tematiseres af andre offentlige fora.

En anden deliberativ mangel ved NF er at overordnede politikker og prioriteringer kun i meget begrænset omfang gøres til genstand for diskussion. NF er et forum hvor disse politikker og prioriteringer formidles og forklares, ikke et forum hvor de drøftes og udvikles. Med udsendelsen om familiepolitik som undtagelse bidrager NF således heller ikke til at inkludere større dele af Jyske Bank i politik- og strategiuudviklinger. Tilsvarende kommer de interessekonflikter som må formodes at eksistere mellem forskellige grupperinger i organisationen, ikke på dagsordenen i NF. Dermed, og det er for en deliberativ betragtning nok så vigtigt, udsættes de ikke for offentlighedens kritiske lys og tvinges til at hævde sig med argumenter over for modargumenter. Sammenfattende kan man sige at NF lægger op til at beslutninger om de overordnede linjer i Jyske Bank skal begrundes for at være legitime, men ikke at de skal begrundes, endside udvikles, i relation til konkurrerende begrundelser.¹⁷

Endelig benyttes NF kun i meget begrænset omfang til det man kunne kalde innovativ eller *imaginativ* deliberation. Hermed sigtes ikke til kritisk afvejning mellem allerede eksisterende argumenter, men til en afsøgning af alternative forestillinger, betragtningmåder og fremtidsbilleder. Den imaginative deliberation er en finden-på-noget (beslægtet med retorikkens 'inventio', se fx Fafner 2005), der kan udvide det argumentative forråd og det forestillings-

univers, man handler og begrunder ud fra. Pointen er ikke i første omgang at producere konsensus, men at udvide tanke- og handlerummet med anderledes identitets-, situations- og problembeskrivelser. NF er relativt pluralt rum hvad angår deltagere, men det er i langt mindre grad et *diskursivt* pluralt rum, der fungerer som et væksthuis for forskellige forestillinger om Jyske Bank. Det hænder i det små at NF sætter alternative forestillinger i omløb (fx indslaget hvor en medarbejder kastrerer grise som erhvervstraineer hos en lokal landmand, eller indslaget hvor en kunde leverer et modspil til ideerne i JFG2-konceptet), men ud fra en deliberativ betragtning er der god plads til mere.¹⁸

Deliberation og/eller kommunikationsarbejde

Jeg har i det foregående anlagt et offentlighedsteoretisk perspektiv på NF, udmøntet i en konklusion på NF som deliberativ offentlighed. I forlængelse af ovennævnte begrænsninger i denne offentlighed vil jeg runde af med at spørge hvad der positivt begrænser NF som deliberativ offentlighed, dvs. hvilke andre organisationskommunikative funktioner der kommer til udtryk i NF. Jeg vil fremhæve tre, som alle er forskellige varianter af kommunikationsarbejde.

For det første og mest banale synes NF også at fungere som *intern informationskanal*. Dvs. en kanal for meddelelser fra ledelsen, fx om nye planer eller tiltag, eller fra en bestemt afdeling, fx om den rette brug af ny it-telefoni, til resten af organisationen.¹⁹ Der er her tale om informationsarbejde i en helt fundamental forstand som formidling af informationer nogle gerne vil have bragt videre til nogle andre. Den journalistiske historie udgør i denne sammenhæng den form hvori informationerne formidles. Som informationskanal er tv-mediet et hurtigt medie med en betydelig gennemslagskraft, formentlig fordi det har flere sansekvaliteter til fælles med den interpersonelle kommunikation. Hvis formidlingen skal være effektiv, kræver det selvfølgelig at udsendelserne bliver set. Det tyder Jyske Banks egne optællinger dog på.²⁰ Ydermere bliver de set inden for et relativt begrænset tidsrum, og NF bidrager således til at etablere en *kollektiv samtidighed* på tværs af afdelingsgrænserne.

En anden central funktion består i at udvikle og præge et *organisatorisk 'vi'*, dvs. nogle fælles forestillinger om hvad det vil sige at arbejde i Jyske Bank. Her er der tale om kommunikationsarbejde som medkonstruktion af virksomhedskultur. Man kan beskrive denne kultur som bestående af (implicite) forestillinger om mål, normer, problemer, udfordringer og værdier, men det interessante er at indslagene

i NF ikke handler om abstrakte værdier og normer. De handler om mennesker i konkrete arbejdsituationer. Værdierne formidles i den forstand indirekte, som eksempler på hvordan man (også) kan være erhvervstraine, optræde som 'vært' over for kunderne eller iværksætte et samarbejde mellem to små filialer. Samtidig giver indslagene et indtryk af hvordan 'de andre' i organisationen er – med identifikation som bærende nyhedskriterium – og kan som sådan bidrage til forståelse for andre afdelingers arbejdsvilkår. Og endelig formidles de implicite værdier ikke som værdier der skal formidles, men som indlejret i journalistisk redigerede nyheder, der sætter en dagsorden for hvilke emner der fortjener fælles opmærksomhed. Denne form giver formentlig en større troværdighed, men det er en samtidig en troværdighed der let kan forspildes, hvis den journalistiske uafhængighed ikke opleves som reel.²¹ Formentlig er betingelsen for at journalistikken kan fungere som kommunikationsarbejde i betydningen 'medproducent af et organisatorisk vi' således paradoksalt nok en vis uafhængighed af kommunikationsarbejdet.

For det tredje fungerer NF som et forum for *intern PR*. PR skal her ikke forstås i betydningen 'skønmaleri' eller 'binden-på-ærmet', men som en målrettet bestræbelse på at opnå legitimitet hos interessenter ved at pleje relationer til disse (Heltoft 1993, Blach/Højberg 1995, Grunig/Grunig/Dozier 2002).²² PR-funktionen kommer især til udtryk i de indslag hvor ledelsen reagerer på ekstern kritik af Jyske Bank, og i de indslag hvor ledelsen skal redegøre for (potentielt) kontroversielle beslutninger. Men man kan også sige at PR-funktionen ligger i overhovedet at oprette og stille sig til rådighed for et forum som NF. Den interne PR er et mellemværende mellem den øverste ledelse og alle medarbejdere samt i nogen grad mellem enkelte funktionsledelser og resten af

organisationen. NF udgør her et forum hvor denne PR-aktivitet kan finde sted, både med "udgående" PR (Blach/Højberg 1995: 15) hvor ledelsen kan søge forståelse og accept hos medarbejderne, og "indgående" PR (ibid.), hvor ledelsen kan iagttage hvordan den(s) handlinger og politikker iagttages af medarbejderne. Dette forum er ikke konstrueret som en gnidningsfri kommunikationskanal for ledelsen, men som en journalistisk redigeret instans, der *ikke* handler ud fra et PR-rationale. PR-funktionen realiseres således – og det kan igen synes paradoksalt – ved at etablere instans der leverer et modspil til PR-aktiviteterne. Ser man intern PR som et ledelsesredskab, er der her tale om en højst indirekte ledelsesform, hvor ledelsen lader sig 'irritere' af journalistikken som et fremmed, men selvpåført system. Styring sker ved at man *lader sig forstyrre*. Men netop forstyrrelsen giver mulighed for en legitimitet som 'bestilt' kommunikationsarbejde ikke ville kunne levere. Igen er denne legitimitet dog afhængig af at journalisterne faktisk fremstår som uafhængige journalister der tør yde modspil og tage de emner op som folk taler om ude ved kaffemaskinerne.

Disse tre funktioner bidrager afgørende til begrænsningerne i NF som deliberativ offentlighed, men de viser samtidig at forholdet mellem journalistik og kommunikationsarbejde i NF ikke lader sig forstå som et simpelt modsætningsforhold. Mere dækkende kan man tale om et *delvist betingelsesforhold*, hvor journalistikken på den ene side er en forudsætning for at NF kan fungere som kommunikationsarbejde, men på den anden side også blive for meget af det gode og stå i vejen for det den ellers ville betinge. Journalistikken er således både en betingelse for og en risiko for kommunikationsarbejdet. 'Modspil med måde' kunne stå som overskrift for NF's forvaltning af dette vilkår.

Noter

1. Tak til Jyske Bank for at stille materiale til rådighed for analyse.
2. Det er vanskeligt at sige i hvilken grad dette koncept er 'avantgarde', idet den danske forskning i intern medieformidlet kommunikation (fx i personaleblade) er yderst beskedet. Interesserede må i stedet ty til kommunikationsbranchens egne medier såsom www.kommunikationsforum.dk og dpechen, Dansk Personalebladforenings (tidligere) blad. Dertil kommer mere praktisk-anvisende litteratur, fx Balle 1998 og Riis Kistrup/Mølgaard Toft 2006.
3. Spørgsmålet om offentlighed fik derfor også betydning for denne artikel på et meget grundlæggende plan, idet NF ikke umiddelbart var tilgængelig for analyse. Lars Aarup Jensen, leder af kommunikationsafdelingen i Jyske Bank, har stillet udsendelserne til rådighed på betingelse af at de ikke distribueres videre og at analysen ikke indeholder personfølsomme emner eller forretningshemmeligheder. Lars Aarup Jensen har også haft mulighed for at læse artiklen igennem inden publicering.
4. Jf. interview med Lars Aarup Jensen. Offentligt utilgængelige offentligheder er dog ingen ny foreteelse.

- Således henviser Habermas i sin historiske analyse af dannelsen af en borgerlig offentlighed til at den 'offentlige' diskussion flere steder var henvist til at fungere i hemmelighed for at beskytte sig mod overgreb fra statsmagten (Habermas 1962/1990: 96).
5. I terminologien for den danske reception af Habermas befinder Jyske Bank qua arbejdsplads sig i "socialsfæren" (se fx Mortensen/Møller 1976).
 6. Dette være sagt uden at idealisere den nationale medieoffentlighed, der også i vid udstrækning er præget af aktører som varetager privatøkonomiske interesser.
 7. Paneldeltagerne i en diskussion om familierpolitik er rubriceret under interviews i studiet.
 8. Hvilket dog er i tråd med Jyske Banks egen markedsføring af JF2G, som i tv-spots lader en arrogant rapportør ved navn John B. berette hovedrystende om bankens nye tiltag.
 9. 'Hæderlig kommunikation' er en af Jyske Banks formulerede værdier.
 10. Dvs. i forhold til de nyhedskriterier der refereres til i danske, journalist(teoretiske) kredse, se fx Kramhøft 2000 – eller Schultz 2006 for en kritisk diskussion. Det solo- eller eksklusivitetskriterium som Schultz peger på, spiller for NF som 'monopolmedie' ingen særlig rolle.
 11. Efter sigende "et forum, hvor alle kan skrive ud til alle andre medarbejdere i banken – uden nogen form for redigering og censur" (Lægaard/Mouritsen 2007: 62).
 12. Der er her tale om en oplysningstænkning som kommer til udtryk i Kants berømte opsats "Besvarelse af spørgsmålet: hvad er oplysning?" og udfoldes – om end med en tvivlsom forfaldsforestilling – i Habermas' tidlige hovedværk om "Strukturwandel der Öffentlichkeit". Se også Loftager 2004 for en glimrende fremstilling af en deliberativ demokrati- og offentlighedsforståelse, til dels også baseret på John Dewey (1927).
 13. Som påpeget af den sene Habermas (1990 eller 1992).
 14. Der er i høj grad sensorfunktionen journalisterne i NF påkalder sig når de i premiereudsendelsen som allerede citeret taler om at stille "de spørgsmål som alle tænker, men som ingen siger højt" og også give "ordet til dem der ikke deler den herskende mening på bjerget." (NF d. 6.10.06).
 15. Hvilket formodentlig hænger sammen med at journalisterne 'ofre' også er kolleger.
 16. Habermas taler i den forbindelse om et *selvtransformerende* potentiale som et særkende ved offentligheder (Habermas 1990).
 17. Det ville være interessant at foretage en sammenlignende analyse af NF og den trykte forgænger, [JB]. Ud fra gennemlæsning af enkelte eksemplarer af [JB] er det mit indtryk at de deliberative træk er stærkere i [JB]. Det gælder både emnevalget, som i højere grad synes at fokusere på 'tunge' emner inden for den organisationskulturelle infrastruktur (fx evalueringspraksisser og stress), og behandlingen af de enkelte emner, som synes præget af flere dybdeborende spørgsmål, mere historisk baggrund og flere synsvinkler. Det sker til gengæld på bekostning af den hurtige, brede nyhedsformidling og de mange kig ind i de andres hverdag.
 18. Herved adskiller NF sig dog næppe afgørende fra mange journalistiske massemedier. Blot kan disse samlet set udgøre et meget pluralt rum.
 19. Den ordførende direktør, Anders Dam, nævner selv som det første evnen til hurtigt og effektivt at formidle informationer ud til Jyske Banks mange afdelinger, da han i NF bliver spurgt om hvad en bank skal med en tv-station (NF, d. 6.10.06).
 20. Tæller man klik på NF på intranettet, ligger tallet på mellem 1400 og 2200 per udsendelse, altså ca. 40-60 % (ifølge interview med Lars Aarup Jensen). Dertil kommer det antal der ser NF sammen med andre, hvilket i Jyske Banks opgørelser kun er registreret én gang.
 21. Her kunne en receptionsanalyse naturligvis give et mindre spekulativt fundament. Den ville også kunne belyse hvad receptionssituationen betyder – i mange afdelinger har man således set NF sammen fredag morgen.
 22. Betegnelsen PR er i denne sammenhæng foreslået af min kollega Tove Arendt Rasmussen. De kommunikationsansvarlige i Jyske Bank er ikke begejstrede for betegnelsen, hvilket formentlig skyldes at PR netop forstås som kortsigtet skønmaleri.

Litteratur

- Baecker, D. (1996) *Oszillierende Öffentlichkeit*. I: Maresch, R. (Hrsg.) *Medien und Öffentlichkeit*. Klaus Boer Verlag.
- Balle, Knud Erik (1998) *Personalebladet – sådan! styrk den interne kommunikation i din virksomhed*. Højbjerg: TBI.
- Blach, Thomas & Højberg, Jesper (1995) *PR – håndbog i information og public relations*. København: Borgen.
- Calhoun, C. (ed.) (1992) *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Chouliaraki, L. & Fairclough, N. (1999) *Discourse in Late Modernity. Rethinking Critical Discourse Analysis*. Edinburgh University Press.
- Dewey, J. (1927) *The Public and Its Problems*. Denver: Alan Swallow.
- Fafner, J. (2005) *Retorik. Klassisk og moderne*. København: Akademisk Forlag.
- Frankel, C. (red.) (2004) *Virksomhedens politisering*. København: Samfundslitteratur.
- Fraser, N. (1992) *Rethinking the Public Sphere. A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy*, in Calhoun, C. (ed.): *Habermas and the Public Sphere*. MIT Press.
- Grunig, L.A., Grunig, J.E. & Dozier, D.M. (2002) *Excellent Public Relations and Effective Organizations*. Mahway, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Gutmann, Amy & Thompson, Dennis (2004) *Why Deliberative Democracy*. Princeton UP.
- Habermas, J. (1962/1990) *Strukturwandel der Öffentlichkeit*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Habermas, J. (1990) Vorwort zur Neuauflage 1990, in Habermas, J.: *Strukturwandel der Öffentlichkeit*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

- Habermas, J. (1992) *Faktizität und Geltung*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Heltoft, L. (1993) Offentlighed og Public Relations. I: *Mediekultur* (20)
- Horsbøl, A. (2004) *Diskursiveringer af politisk anderledes-hed – en diskursanalytisk undersøgelse af offentlig meningsdannelse ud fra et debatforløb i de østrigske medier*. Aalborg Universitet: Institut for Sprog og Internationale Studier.
- Iedema, R. (2003) *Discourses of Post-Bureaucratic Organization*. Amsterdam: John Benjamins.
- Kant, I. 1787 (1784) Besvarelse af spørgsmålet: hvad er oplysning?, *Slagmark* 9.
- Kramhøft, Peter (2000) *Journalistik med omtanke: arbejdsmetoder i udredende og analytisk journalistik*. Århus: Ajour.
- Loflager, Jørn (2004) *Politisk offentlighed og demokrati i Danmark*. Aarhus Universitetsforlag.
- Luhmann, N. (1990) Gesellschaftliche Komplexität und öffentliche Meinung. I: Luhmann, N.: *Soziologische Aufklärung*, 5. Konstruktivische Perspektiven.
- Luhmann, N. (1996) *Die Realität der Massenmedien*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Lund, Anker B. (2002) *Den redigerende magt. Nyhedsinstitutionens politiske indflydelse*. Aarhus Universitetsforlag.
- Lægaard, J./Mouritsen, P.K. (2007) *Jyske Bank på det blå ocean – om at gøre en forskel*. København: Jyllands-Postens Forlag.
- Meyrowitz, J. (1985) *No Sense of Place. The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. Oxford UP.
- Mortensen, Frans, Møller, Jørn (1976) Offentlighed og massekommunikation. I: Olivarius, Peter/Rasmussen, Ole/Rugholm, Peter (red.) *Massekommunikation. Introduktion til et undervisningsområde*. Dansk lærerforening/Det faglige udvalg for dansk.
- Olesen, Thomas (2006) Den porøse offentlighed, *Turbulens.net* (9).
- Qvortrup, Lars (1998) *Det hyperkomplekse samfund*. København: Gyldendal.
- Riis Kistrup, Louise, Mølgaard Toft, Pernille (2006) *Intern kommunikation i praksis – en guide til strategisk dialog*. København: Handelshøjskolens Forlag.
- Schultz, Ida (2006) *Bag nyhederne – værdier, idealer og praksis*. København: Forlaget Samfundslitteratur.

Nært og fjernt

Fortellinger om verden i tre norske aviser 1880-1930

ANNE HEGE SIMONSEN

Vi lever alle i en liten verden for oss selv, ut av hvilken ingen slipper uten i innbildningen. Alt som angaar oss selv og vaar egen interesse inntar den mest fremskutte plass. Næst etter kommer almindelig vaare nærmeste omgivelser: men litt lenger borte i vaart aandelige utsyn blir alt dunklere, og ute ved horisonten kan vi knapt nok sjeldne noget. (*Lillesands-Posten* 25. april 1930)

Det romlige er en viktig dimensjon ved hvordan mennesker organiserer sine interesser. Slik er det i alle fall for denne utvandrete lillesandingen som i 1930 sendte sine betraktninger til avisa Lillesands-Posten i Sør-Norge. I et langt korrespondentbrev filosoferer artikkelforfatteren rundt hvordan pressen generelt velger sine saker, samt hva nå i all verden et Lillesandspublikum kunne tenke seg å være interessert i av amerikanske begivenheter. For er det ikke slik at det som er like for hånden er mer interessant enn noe som skjer i den obskure horisonten? Lillesandsmannen konkluderer slik og forklarer at han derfor velger å utelate det meste av amerikansk politikk og dagligliv i sine rapporter. Arbeidsmarkedet mener han derimot må være relevant, siden så mange nordmenn og ikke minst sørlendinger har utvandret til USA eller vurderer å gjøre det.

Kanskje er dette et tidlig eksempel på såkalt ”norsk vinkel” i utenriksjournalistikken – en teknikk media bruker for å bringe det fjerne nært gjennom en stedfortreder. Når en norsk borger bevitner en naturkatastrofe eller politisk begivenhet i utlandet gjør det saken mer relevant i Norge, fordi hun eller han gir oss en å identifisere oss med. Og hvordan skulle vi ellers bry oss om hva som skjer på fjerne steder, hvis ikke vi hadde noen å identifisere oss med?

”Norsk vinkel” er et av mange eksempler på at verden, slik vi møter den i pressen, konstitueres hjemmefra. Men denne typen stedfortrederidentifikasjon var ikke noe framtreddende trekk ved norsk presse før

1930, til tross for at interessen for verden var stor. Dekningen av utenriksnyheter var en av avisenes stoltheter, særlig etter unionsoppløsningen med Sverige i 1905. Det Lillesands-Postens kommentator viser oss er hvordan pressen, også uten eksplisitt norsk nærvær, presenterer og representerer verden basert på hjemlige forhold. Samtidig går det en akse mellom fjern og nær som må tas med i betraktningen dersom vi skal forstå hvordan aviser organiserer sin verdensoppfatning. Sitatet fra Lillesands-Posten, i likhet med andre avisoppslag, viser oss at mennesker og steder ikke har fastlåste posisjoner på denne akse. Det nære og det fjerne er forhold i stadig bevegelse, selv om bevegelsen er langsom og sjelden tilfeldig.

Hverdagens blikk

Denne artikkelen er basert på funn fra en undersøkelse av hvordan de tre norske avisene *Morgenbladet*, *Norske Intelligenssedler* og *Lillesands-Posten* presenterte verden for sine lesere i perioden 1880 – 1930.¹ Dette spørsmålet er særlig relevant for å forstå en periode som var utslagsgivende ikke bare for norsk presse, men også den norske nasjonalstaten. Som Benedict Anderson (1996) har understreket var dette i nasjonalismens glanstid og avisene bidro i sterk grad til å skape nasjonens symbolske grenser, noe som ble spesielt tydelig i Norge da den svensk-norske unionen ble oppløst i 1905. Avisartiklene vitner om hvordan forestillinger om nært og fjernt endrer seg over tid, blant annet regulert av den til enhver tid rådende oppfatningen av nasjonen. Å forestille seg et nasjonalt fellesskap innebærer imidlertid også å forestille seg en annen (se for eksempel Lien 1997) og oppfatninger av tid og rom spiller en betydningsfull rolle i disse prosessene.

Utgangspunktet for denne studien er hverdagsdekningen av så vel små som store begivenheter som på en eller annen måte relaterer seg til den internasio-

nale arena. Den er en av få systematiske undersøkelser av internasjonale representasjoner i norske aviser. Norsk pressehistorie har tradisjonelt fokusert mest på innenrikspolitiske forhold, med unntak av internasjonale begivenheter med stor påvirkning på norsk utenrikspolitikk (først og fremst andre verdenskrig). Denne undersøkelsen kan derfor anses som en pilot, der et av formålene er å forsøke å identifisere interessante områder for videre studier.

Avisene i utvalget representerer to sentrale politiske krefter i undersøkelseperioden. Norske Intelligenssedler² er den eldste norske avisa, og var også en viktig hovedstadsavis i Christiania /Oslo. Intelligenssedlene var også et sentralt organ for Norges eldste politiske parti, Venstre. Konkurrenten Morgenbladet var den største hovedstadsavisa i denne perioden og talerør for Venstres politiske motstykke og nest eldste parti, Høyre. Intelligenssedlene kom ut daglig seks dager i uka, mens Morgenbladet publiserte minimum en, noen ganger to morgenaviser samt en aftenutgave sju dager i uka. Unntaket var mandager, da de bare trykket aftenutgaven. Den tredje avisa i utvalget, lokalavisa Lillesands-Posten, utkom først ukentlig, senere to til tre ganger i uka. Lillesands-Posten var en liten lokalavis og hadde ingen egentlige korrespondenter, utover fraflyttede bysbarn. Avisa representerer likevel en region som var sterkt påvirket av tidens internasjonale strømninger, ikke minst utvandring og sjøfart. Den gir derfor et verdifullt supplement til verden sett fra hovedstaden.

Undersøkelsen er basert på såkalte syntetiske år, der utvalget består av første mandag i januar, andre tirsdag i februar, tredje onsdag i mars osv. Fordelen med denne metoden er at den gir et hint om hvordan den hverdagslige avisdekningen så ut i perioden. Ulempen er at en rekke sentrale begivenheter ikke kommer med i utvalget. For å kunne si noe om utenlandsdekningens andel av det totale avisstoffet er alle artikler, eller journalistiske produkter, registrert i hver utgave.

Perioden 1880-1930 er en periode der det skjer betydningsfulle endringer i produksjonsteknologien. Både sideantall og leserkaren øker betydelig. Også ut fra et sjangerhistoriske perspektiv er dette en interessant periode og det har ikke alltid vært enkelt å kategorisere artikler som henholdsvis notiser, nyhetsartikler eller kommentarer. I de første tiårene er kategoriene særlig uklare, selv om de blir mer sammenfallende med dagens avisstandarder etter hvert i undersøkelsesperioden.

Det er viktig å understreke at denne undersøkelsen ikke begrenser seg til utenrikspolitikk i streng forstand. Den forsøker i stedet å favne hele deknningen av internasjonale relasjoner, inkludert for eksempel kultursaker, handel, turisme og kuriosas. Fra et diskursanalytisk ståsted er det interessant å merke seg at mange av de mest talende artiklene kommer fra denne kategorien.

Kvantitativt ser vi at mer en 50 prosent av den samlede dekningen i Morgenbladet, Norske Intelligenssedler og Lillesands-Posten på en eller annen måte kan relateres til utlandet i 1880 og 1890. I de øvrige nedslagsårene synker antallet fra ca 40 prosent i 1900 til 32 prosent i 1930 (se tabell 1), med unntak av et oppsving i 1920 som sannsynligvis skyldes etterdønningene av den første verdenskrig. Dette må likevel sies å være et temmelig høyt tall.

Den spesielt høye andelen utenlandsstoff i den første delen av utvalget kan knyttes til det faktum at internasjonale telegraftjenester var billige. Innenriksstoffet var vanskeligere tilgjengelig i og med at det lange og uframkommelige Norge hadde en dårlig utbygget infrastruktur. Man skal likevel ikke undervurdere de urbane avislesernes interesse for internasjonale spørsmål og fenomener. Undersøkelsesperioden kjennetegnes av en gjennomgripende teknologisk revolusjon samt intens norsk aktivitet på flere internasjonale arenaer. Massiv norsk migrasjon, ikke minst til USA, preger den sosiale virkeligheten og hvalfangst, fiske og sjøfart var viktige inntekts-

Tabell 1. Dekningen av utenlandsrelaterte saker som utenrikspolitikk, land eller utenlandske fenomener

	Morgenbladet		Norske Intelligenssedler		Lillesands-Posten		Totalt	
	%	N	%	N	%	N	%	N
1880	58	160	59	64	38	58	53	282
1890	56	306	53	244	35	79	51	629
1900	49	356	33	111	37	57	43	524
1910	44	366	33	120	28	60	39	546
1920	49	402	42	205	27	70	43	677
1930	31	176	32	183	35	91	32	450
Total	47	1 766	40	927	33	415	42	3 108

Note: Dekningen er gjengitt i prosent av det totale antall artikler.

kilder. I tillegg ser vi i denne perioden en gryende industrialisering som i stor grad ble hjulpet/påvirket av internasjonale aktører, ikke minst Tyskland.

Som nevnt over var det også i denne perioden at Norge endret status fra å være en slags halvkoloni under Sverige til å bli en ung nasjonalstat. Utenrikspolitikken var lite utviklet under Sverige, og Norge valgte i mange sammenhenger å ligge lavt i terrenget på den internasjonale arena også etter uavhengigheten. Landets første utenriksminister, Jørgen Løvland, er berømt for sin replikk i 1905 om at ”vi vil ingen udenrigspolitik have”. Denne uttalelsen må imidlertid ikke tas bokstavelig, men forstås i sin sammenheng. Den unge nasjonen ønsket å være lite synlig i sikkerhetspolitiske spørsmål, og prioriterte handel og voldgift som utenrikspolitiske satsingsområder.

Som både tabell 1 og 2 viser synker altså andelen utenlandsrelaterte artikler i løpet av undersøkelsesperioden. Denne nedgangen innebærer imidlertid ikke nødvendigvis at interessen for internasjonale spørsmål minsket. En rekke faktorer kan forklare forholdet, som at ny teknologi gjorde det enklere å trykke et voksende antall avissider (fra fire til tolv i noen av avisene) samtidig som hjemlige forhold ble gjort mer tilgjengelige for avisene.

Det er også rimelig å anta at unionsoppløsningen i seg selv bidro til ny interesse for den unge staten og dens framtid, både på den hjemlige og den internasjonale arena. Avisene investerte faktisk mer i utenriksdekningen etter unionsoppløsningen enn før, selv om andelen utenlandssaker gikk ned. Et nettverk av internasjonale korrespondenter kostet mer enn å betale noen for å klippe telegrafnyheter med saks.

”Alle viktige begivenheder i hele den civiliserte verden”

Fra et 2006 perspektiv er det med en viss forundring (og kanskje nostalgi) vi ser hvordan avisene flagget utenriksdekningen sin. Nasjonale korrespondenter spilte en viktig rolle i etableringen av en solid kon-

trakt mellom en avis og dens lokale leserkrets, men glasuren på kaka var utenriksstoffet. Intelligenssedlene brukte for eksempel flere spalter på denne egenannonsen i 1910:

Vore daglige udenlandske specialtelegrammer vil bli utvidet, med faste telegrafkorrespondenter i Kjøbenhavn, Hamburg, Berlin, London, Paris, Petersburg og New York. (*Norske intelligenssedler* 4. januar 1910)

Intelligenssedlene hevdet at det var en bevisst og selvfølgelig målsetting for avisa at ”vore abonnenter hver morgen også kunne læse om alle viktige begivenheder i hele den civiliserte verden paa samme tid, som begivenhederne blir bekjent i de store verdensbyer.” (ibid)

Konkurrenten Morgenbladet var ikke snauere. I 1920 reklamerte de for seg selv på første side og hovedbudskapet var at utenriksdekningen nå skulle bli enda bedre:

Et paalideligt, velunderrettet, inholdsrigt dagblad er huses bedste ven. Morgenbladet har bedre og utførligere utenlandske telegramer end noget andet norsk blad. Gjennem daglige telegramer og ukentlige breve fra avdelingskontorer i London, Paris, New York, Berlin og Rom holder Morgenbladet sine læsere underrettet om hele verdens politiske og økonomiske liv. Faste korrespondenter i Rotterdam, Wien og Helsingfors samt i Sverige og Danmark bringer besked om enhver aktuell begivenhet av interesse. Morgenbladet har sikret sig retter for Norge til Central News Bureauets telegramer. En medarbeider er sendt til Wien for at studere hungersnøden i Østerrike og midlerne til dens bekjæmpelse. En anden medarbeider er paa vei til Peru for at bringe skildringer fra dette interessante men lidtet kjendte land, samt undersøke mulighetene for skandinavisk eksport på sydamerikas vestkyst. (*Morgenbladet*, 5. januar 1920)

Selv om mange nordmenn var engasjert i shipping og internasjonale handel og migrasjonen til USA var

Tabell 2. Dekningen av utenriksnyheter, definert som politiske nyhet og analyser

	Morgenbladet		Norske Intelligenssedler		Lillesands-Posten		Totalt	
	%	N	%	N	%	N	%	N
1890	34	185	39	177	35	79	33	414
1900	30	216	21	69	26,3	41	27	326
1910	24	201	24	88	16	35	23	324
1920	33	272	23	111	19	48	27	431
1930	13	73	14	80	23	60	15	213
Totalt	27	1029	25	571	23	293	25	1866

Note: Dekningen er gjengitt i prosent av det totale antall artikler.

Tabell 3. Oversikt over temakategorier

	1880		1890		1900		1910		1920		1930		Totalt	
	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N
Politikk	38,3	108	40,5	255	48,3	253	32,2	176	50,7	343	26,0	117	40,3	1252
Handel	29,4	83	20,8	131	16,2	85	15,0	82	19,5	132	24,0	108	20,0	621
Kultur	12,1	34	11,8	74	14,7	77	15,0	82	10,6	72	17,6	79	13,4	418
Teknologi	0,7	2	2,1	13	3,1	16	8,0	44	3,1	21	3,8	17	3,6	113
Ulykker	10,3	29	6,0	38	4,8	25	7,7	42	3,4	23	8,0	36	6,2	193
Kriminalitet	1,4	4	4,8	30	2,9	15	5,3	29	2,2	15	3,3	15	3,5	108
Annet	7,8	22	14,0	88	10,1	53	16,7	91	10,5	71	17,3	78	13,0	403
Totalt	100	282	100	629	100	524	100	546	100	677	100	450	100	3108

Note: Dekningen er gjengitt i prosent av det totale antall utenlandssaker.

av de høyeste i Europa, så hadde de fleste nordmenn likevel ikke noen førstehåndserfaring med utlandet. Likevel ble de influert av internasjonale og til dels globale fenomener på mange måter. De klart største innholdskategoriene i utenlandsdekningen er handel og politikk, noe som tyder på at utenlandsdekningen var pragmatiske orientert. Dette stemmer overens med den østerriksk-amerikanske fenomenologen Alfred Schütz (1899-1959) påpekning at det er pragmatiske motiver som styrer måten vi umiddelbart forholder oss til hverdagslivets verden på.

Handel og vurderinger av andre staters politikk er praktiske redskaper for å orientere seg i verden, og den pragmatiske "slagsiden" i materialet bekrefte-tes av at utenlandsdekningen bare i svært liten grad bærer merke av de to politiske ytterpunktene Venstre (Intelligenssedlene) og Høyre (Morgenbladet). Forskjellene mellom sentrum og periferi er langt mer markant, noe vi ser når vi sammenlikner hva hovedstadsavisene legger vekt på med Lillesands-Postens utvalg.

Et gjennomgående trekk ved utenlandsdekningen er sporene etter et utenrikspolitisk konsensus. Dekningen blir bare ulik når begivenheter i utlandet spiller direkte inn i den norske debatten, som i forholdet til Sverige før unionsoppløsningen. Her ser vi at Morgenbladet støttet unionen, mens Intelligenssedlene ville bli kvitt den. Boerkrigen i Sør-Afrika (1899-1902) er et annet. Den ble i stor grad dekket gjennom unionsspørsmålets brilleglass, samt den pågående debatten i begge land om små staters politiske rolle i verdenspolitikken. Morgenbladet støttet den britiske hæren, mens Intelligenssedlene og Lillesands-Posten støttet boerne, som ble beskrevet som enkle bønder i kamp for sin nasjonale selvstendighet – ikke helt ulikt nordmenn selv.

Tid og rom

Også i tidsrommet 1880-1930 ønsket pressen å tilby sitt publikum de ferskeste og de viktigste nyhetene. Valgene de foretok forteller oss noe om hva de oppfattet som viktig og hvordan dette endret seg over tid. I avisspaltene ser vi hvordan verden hver eneste dag trekker seg sammen eller ekspanderer som følge av medienes søkelys. "Nyhetene er historiens sekundvisere", skriver Anders Johansen med referanse til Schopenhauer og legger til at man får lite ut av å stirre på timeviseren: "Timeviseren står alltid helt stille. Men plutselig blir vi oppmerksom på at den har flyttet seg." (Johansen 1997: 93).

Benedict Anderson har brukt den moderne roman som metafor for moderne aviser, et "gjennomgripende fiktivt kulturelt produkt" som han kaller dem fordi et tilfeldig utvalg historier sammenstilles tilsynelatende uten annen overgripende fellesnevner enn et sammenfall i tid. Anderson er kanskje mest kjent for sin tese om avisene og informasjonsteknologiens bidrag til å skape forestilte politiske fellesskap – ikke minst nasjonalstater – gjennom måten de bidrar til å binde sammen og gi felles referanser til mennesker som aldri noen sinne vil møte hverandre ansikt til ansikt. Men Anderson mener også at forbindelsen mellom de nyhetene som avisene til enhver tid presenterer er forestilt:

Datoen på toppen av avisen er avisens viktigste emblem. Den angir den essensielle forbindelsen mellom hendelsene, samtidig som den måler den stadig fremskridende tomme, homogene tiden. Innenfor denne tiden har "verden" dreiet seg jevnt fremover. Vi kan illustrere det slik: Dersom Mali

etter to dager med reportasjer om hungersnøden skulle forsvinne fra sidene i The New York Times, og ikke bli nevnt på flere måneder, ville ikke leserne for et øyeblikk ha forestilt seg at Mali hadde forsvunnet eller at alle innbyggerne hadde sultet i hjel. Den romanaktige formen en avis har, forsikrer dem om at et eller annet sted der ute beveger "karakteren" Mali seg rolig fremover, mens den venter på sin neste gjeninntreden i fortellingen. (Anderson 1996:44)

Hvis vi aksepterer verdens stater som karakterer i en roman, alternativt aktører på en scene, kan vi hevde, som en forlengelse av Andersons metafor, at disse karakterene spiller mer eller mindre forutbestemte roller i fiksjonen (eller fortellingen) avisnyhetene formidler. Disse rollene er selvfølgelig ikke statiske, men at vi må fokusere på timeviseren, ikke sekundviseren, for å se når rolletegningen endrer seg.

Tyskland, som dekkes stabilt mye i hele undersøkelsesperioden, er et eksempel på hvordan rollebeskrivelsen endrer seg med den politiske utviklingen. Tyskland presenteres som kulturhøyborg og ekspansiv stormakt på slutten av 1800-tallet, men er i mellomkrigstiden blitt en representant for politisk kaos og uforutsigbarhet. Frankrike framstilles dels som et frihetens land og en finkulturell ener, og denne rollen endrer seg lite i løpet av undersøkelsesperioden. Kvantitativt sett forsvinner imidlertid landet mer eller mindre ut over sidelinjen. Det lovede landet, USA, blir derimot en stadig viktigere aktør. Landet endrer seg fra å være et slags reserve-Norge (utvandrerne nye hjem) til å bli en veritable stormakt med innflytelse også på den europeiske arena. Mer og mer ser vi hvordan landet knyttes til alt som er størst, mest og best.

Mye tyder på at utenriksjournalistikken er mindre nyhetsorientert enn den gir seg ut for. Rolletegningen gir en viktig indikator for hva som forventes av et land eller en folkegruppe. De fleste stater har derfor større mulighet for å nå opp i avisspaltene dersom de tilfredsstiller kravene til hva publikum forventer av deres karakter. Hvis noe nytt og uventet skjer skal det ofte mye til før pressen oppdager det og enda mer før redaksjonene finner det verd å rapportere.

En årsak er at pressen representerer verden som om ulike deler av den styres av ulike typer tid. Et steds plassering på akse mellom fjern og nær er avgjørende for hvor dynamisk vi oppfatter stedet. Nært oss går tiden hurtig og til og med ganske små endringer kan fanges opp. Jo fjernere vi kommer, jo mindre oppfatter vi av endringer og jo mer statisk blir framstillingen. Kort oppsummert kan vi si at enkelte deler av verden aldri blir målt med sekundviser. Dermed

oppfatter vi dem også som mer stillestående enn områder som følges av det daglige nyhetsblikket.

Avisen som samtid

For ordens skyld er det viktig å understreke at selv om framstillingen av Tysklands vekst og fall kan leses som foranderlige rolletegninger i en fortelling, så betyr ikke det at vi snakker om fiktive konstruksjoner av verden produsert av dikteriske avisredaktører. De politiske, sosiale, økonomiske og teknologiske endringene i perioden er høyst reelle og det er liten grunn til å tvile på at redaktørene og deres journalister ønsket å gi et så presist bilde av sin samtid som mulig. På samme måte som Anderson understreker at forestilte fellesskap ikke må forveksles med innbilte fellesskap, er det å omtale avisen som en form for fiksjon en observasjon på to nivåer. For det første viser det rett og slett til at avisartikkelen, forstått som en representasjon av virkeligheten, er en særegen form for kulturell abstraksjon som produseres etter gitte fortellerkonvensjoner som endrer seg over tid.

For det andre kan avisen som helhet – altså både form og innhold – leses som et semiotisk tegn innenfor en større diskursiv sammenheng, i dette tilfelle norsk modernitetshistorie. Pressen skriver ikke bare om sin samtid, den er sin samtid. Sideantall, stoffvalg, redaksjonell sammensetning, leserkrets, bruksområde og markedsandeler er resultat av et samspill mellom teknologiske, politiske, sosiale og økonomiske realiteter. Avisene er altså ikke bare informasjonskontainere, men kalenderblader, tidsmaskiner, institusjoner, organisasjoner, sosiale mikrokosmos, samtidsføljetonger, ritualer og vitner.

Historikere ser aviser både som beretninger og levninger, og pressehistorikere har også påpekt pressens rolle som sosial og politisk endringsagent eller som inntak til den sosiale produksjonen av nyheter (Tjelmeland 2004). Den historiske dimensjonen, altså tidsforløpet mellom tidspunktet artiklene sto på trykk i avisene og det å lese dem i 2006, gir i tillegg en særegen form for erkjennelse. Den verden leserne blir presentert for i 1880 er ikke den samme som de møter i 1930, selv om aktørene stort sett er den samme. Leserne og avisene/journalistene er selvfølgelig heller ikke de samme, ei heller den virkeligheten de beskriver. Derfor er det viktig å ha klart for seg at materialet ikke kan sammenliknes på et normativt nivå (f.eks om utenlandsdekningen var bedre før) og at det bare gir begrenset mening å måle de ulike årgangene opp mot hverandre. Den kvantitative delen av undersøkelsen kan vise oss en retning i materialet som må undersøkes kvalitativt og den kvalitative

undersøkelsen skvises imidlertid mellom flere tidsdimensjoner som åpner for mange feiltolkninger.

Når vi stiller spørsmål til historiske tekster er det ikke bare fordi de representerer fortiden, men også fordi de eksisterer her og nå. Som Ricoeur sier er også dokumenter (avistekstene) fysiske spor etter noe og som sådan er de ”restene av fortiden, slik vi taler om restene av et måltid, om en helgens relikvier eller om et historisk monuments ruiner.” Sporene, sier Ricoeur,

... er rester i den grad de fremdeles finnes, mens sporets fortidige kontekst – folk, institusjoner, handlinger, lidenskaper – ikke lenger er... På et annet, noetisk nivå eksisterer sporet bare for den som kan behandle merket som nærværende tegn på en fraværende ting, eller bedre, som nærværende levning etter noe som ikke lenger eksisterer. Dermed blir sporet en tilstedeværende ting som står for en fraværende fortid. Og det er hele sporets gåte. Det som gjør det gåtefullt, er overlappingen mellom et kausalitetsforhold og et betydningsforhold. Å følge et spor, å følge det bakover, er i praksis å slå sammen dets to sider og å konstituere det som tegn-effekt. De tidsmessige konsekvenser er her betraktelige; å følge et spor er å stå for en formidling mellom det forsvundnes ikke lenger og merkets fremdeles. På grunnlag av dette kan vi si at fortiden ikke bare er det forgangne i negativ forstand, men det som har vært, og som derigjennom er bevart i nåtiden. (1999:169)

Å følge et spor av denne typen er med andre ord en måte vi kan forsøke å forstå en annen tid, samtidig som sporet aldri fullt ut kan gripes uavhengig av sin samtid. Spørsmålene til sporet – avistekstene – er imidlertid formulert i vår egen tid og kan ikke forstås uavhengig av den. Vi kan derfor ikke forvente at gamle avistekster skal gi oss svar på for eksempel hvorfor utenlandsdekningen har mindre omfang og er mindre variert i 2006 enn i 1890. Likevel overskrider sporet som tegn tiden. Gjennom kunnskap om fysiske og ideologiske/diskursive produksjonsforhold kan gamle avistekster gi våre dagers avisproduksjon en slags slektslinje også på ulike diskursive områder som er dagsaktuelle. Bruken og oppfatningen av tid for å forstå sin omverden er et slikt felt.

Tiden fragmenteres

Verdensbyen straal. Lamper og Blus i Hundretusindvis. Og store, levende Ildslanger snor sig henover Hustagene, kredsende om Verdensfirmaernes Navne, som luer med mangfoldigfarvet ild. Verdens bedste The, verdens bedste Whisky, Verdens

bedste Hvedemel, Verdens bedste Klæde, Verdens bedste Tobak. (*Morgenbladet* 10. juli 1910)

Forfatteren Thomas Krag var i 1910 bosatt i Berlin og skrev på fast basis personlige betraktninger til *Morgenbladet*. Verdensbyens strålende lys og hurtige tempo imponerte og fascinerte ham, men fikk ham også til å reflektere over den moderne tids konsekvenser, ikke minst for boka og erkjennelsen:

...den rummelige Tid, de lange dage, de fredelige kvældsstunder, findes snart ikke mere, Lampen med Væge, den som brændte taalmodig for Folk, der sad hjemme med stille Arbejde, forhandles snart ikke mere. I hvert fald ikke i de store mon-dæne Magasiner. Der findes elektriske Lamper i alle faconer, Lamper til hastigt Arbejde, kontorlamper til anstrengt Slid, Lamper til glimrende fest, lamper og blus til de store restaurationer, til Varieteerne, til de vældige magasiner. Sider en studerende mand med sin gammeldagse Lampe, en stille Fyr, der tager Bogen grundig, vel, lad ham sidde. Ja, al Respekt for ham, kjære, men... Verdensbyen tager allikevel saa lidet hensyn til ham. Han tæller i grunden saa lidt med i dens Liv... (ibid)

Den første elektriske lampe ble lagt ut for kommersielt salg i 1879 og er blitt kalt den største revolusjon i menneskehetens historie siden ilden ble temmet. Med lampen opphørte det rutinemessige skillet mellom natt og dag, med sine åpenbare konsekvenser ikke minst for produksjon og arbeidsliv. Elektrisitetens utbredelse var likevel bare en av svært mange tekniske nyvinninger som fant sted i siste halvdel av 1880-tallet og de første tiårene av 1900-tallet. Dette var også tiden da standardisering, byråkratisering, rasjonalisering, nasjonalisering, demokratisering og kolonisering gjorde verden mindre og mer tilgjengelig enn noen gang før. Telegrafiske nervetråder, økte reisemuligheter og økt tilgjengelighet til fjerne steder, utvandring, handel og kolonisering, alle disse endringene var med på å endre folks oppfatning av tid, og derigjennom måter å forholde seg til andre på. Tiden (og rommet) ble kaotisk og mangefasettert, preget av brudd og iboende spenninger.

Å være i tiden ble et begrep, og de som ikke fulgte med i den teknologiske utviklingen ville lide for det, slik denne artikkelen i Lillesands-Posten fra 1880 slår fast:

Imidlertid vedbliver Dampskibene at utvide sit Omraade paa Verdenshavet, og fra Vestindien, Brasilien og de østasiatiske Farvande indgaar Beretninger, der fortæller om Dampens Seier

over Seilene. Det kan ikke undgaaes, at Stillingen i Længden vil blive betænkelig, for ikke at sige farlig for de norske Skibsredere saafremt disse ikke drager sig Tidernes Tegn til Nytte... De driftige Skibsredere i Romsdalsbyerne, Bergen og Stavanger har imidlertid fulgt med Tiden og derved har det lykket det norske Flag at beholde Overvægten ved Udførsel af Fisk til Spanien, Portugal, Middelhavet og tildels Østersøen... (*Lillesands-Posten* 8. januar 1880)

En slik foranderlig, motsetningsfylt og menneskestyrt tid var noe (relativt) nytt, og en av avisens oppgaver ble å identifisere "Tidernes Tegn", som et navigasjonsverkøy i usikkert farvann.

Nyhetene knyttet ulike geografiske steder sammen i en felles tid, og det på en helt ny måte. Utenlandsnyhetene ble ikke lenger formidlet via skip som på begynnelsen av 1800-tallet da de ble levert redaksjonene som "geografiske bunter" (Johansen 1995:127). Nyhetene i denne perioden kan sies å være svært stedsorienterte:

Siden all informasjon fra fjerne steder var godt stoff, ble pakken åpnet, og innholdet viderebrakt uten nevneverdig redaksjonell bearbeiding – som en variert og, for den moderne leser, temmelig forvirrende blanding av rapporter om ekstraordinære og høyst rutinepregete begivenheter. (Ibid)

Mot slutten av 1880-tallet hadde nyhetsformidlingen endret seg temmelig mye og Johansen mener at avisene på 1880-tallet begynte å nå et nivå av "stedløshet" som Anderson synes å fordre for at vi skal kunne snakke om en "moderne samtidighet". Funnene fra Intelligenssedlene, Morgenbladet og Lillesands-Posten modifierer dette noe. Telegrafene (telegrafbyråene) standardiserte ganske riktig språket, som av kostnadshensyn ble knappere og mer effektivt. Vi ser store forskjeller mellom nyhetsbyråenes og korrespondentenes telegrafiske formidling og brev til avisen, enten fra selvoppnevnte korrespondenter som hadde noe på hjertet, eller forfattere eller andre utsendte medarbeidere avisen hadde kontakt med. Likevel fortsetter det stedbundne å prege nyhetsformidlingen i hele undersøkelsesperioden, til og med i 1930. Ofte kan selve nyheten være så knapp som en linje eller to, mens beskrivelsen av dens ferd på kryss og tvers av kloden får stor plass i avisspaltene:

London, 10de Oktober. – Ifølge en Reutermelding fra Newyork telegraferes fra Peking 7de Oktober: Enkekeiserinden er alvorlig syg... (*Morgenbladet*, 10.oktober 1900)3

Sverige: Nært, men fjernt

Jo nærmere vi kommer "oss selv", jo raskere tikker sekundviseren og jo mer dynamisk blir tidsbeskrivelsene. I materialet finner vi at diskusjoner og omrokkeringer i britiske, tyske, franske og danske parlamenter i stor grad beskrives uten forklarende analyser, som om det var en selvfølge for norske borgere å være på fornavn med den politiske eliten i alle europeiske land. Et interessant unntak er imidlertid Sverige, der landets politiske liv omtales meget knapt, særlig før unionsoppløsningen i 1905.

De norske avisenes Sverige-dekning er et godt eksempel på at det ikke nødvendigvis er noen sammenheng mellom hva som er geografisk nært og hva som defineres som nært. Sverige er Norges nærmeste nabo og et språklig og kulturelt broderfolk på alle måter. Kvantitativt dekkes Sverige betydelig mer enn Danmark i tiden før unionsoppløsningen, men svært mye av dette er begrenset til kort-korte notiser om den svensk-norske kongefamiliens gjøren og laden. Avisene skriver om når kongen er på jakt i Norge, når han åpner en ny jernbanelinje og når han feirer jul med familien, men det øvrige politiske og kulturelle Sverige ser vi lite til, interessant nok både i unionsvennlige og –fiendtlige aviser.

Dekningen av Danmark er markert forskjellig. For eksempel finner vi nyoppsetninger på teaterscener eller opera i København plassert med den største selvfølgelighet blant nyheter fra Christiania. Særlig Morgenbladet trykker dessuten endeløse referater fra det danske Folketing samt omstendelige betraktninger rundt dansk politikk og samfunnsliv.

Norges aller nærmeste nabo er altså nesten ikke markert på aksene mellom fjern og nær og det er vanskelig å finne noen annen forklaring på dette enn at det skyldes en slags fornektelse av de politiske realitetene. Sverige er faktisk nærest i Lillesands-Posten, og det fordi norske båter ofte søker nødhavn i svenske farvann og omvendt, og fordi Lillesands-Posten er en sjøfartsfokuseret avis som skriver med innlevelse om alle sjøfolks lidelser på de sju hav.

Lillesands-Posten er også den avisa som har det næreste forholdet til USA, noe som viser at verden konstitueres forskjellig fra hovedstaden og andre deler av landet.

I 1880 skriver avisa for eksempel om nordmenn i Chicago, der det ikke er lett for folk å finne arbeid.

Det holder haardt for Folk, som intet Haandverk har. Mange gaar og sukker efter en Butik eller Kontrolplads. Flere af dem har taget det fornuftige Parti at give sig ikast med, hvad som kan forefalde.

Af dannede Nordmænd, Kontorister, Farmaceuter o.a. er der saaledes flere, som gaar paa Brolægningsarbejde. (*Lillesands-Posten*, 1880)

De utvandrede nordmennene skriver dessuten ofte brev hjem og rapporterer om alt fra julefeiring og savn av hjembygda til dyr mat:

Maten er dyr i Amerika og dyrare vert han, er det likt til. Jamt øver er matprisane ein femtepart hogare no en for seks aar siden. Og klædi ein halv gong til so dyre. Det er store arbeidslønar i Amerika; men dei som stunder paa at koma dit, turvte rekne etter for mykje det gjeng ut att. So vert nok ikkje vinningen so ovstor just. (*Lillesands-Posten* 1910)

Også Morgenbladet driver praktisk veiledning av nordmenn som ønsker seg en ny framtid i det forjettede land. I 1930 slipper avisa for eksempel til en norsk kvinne bosatt i USA som fortviler over alle de norske unge pikene som ankommer på jakt etter arbeid, men som ikke en gang kan språket.

Dekningen av USA er forøvrig også et eksempel på at nærhet innebærer en større aksept for tvetydighet enn fjernhet. USA beskrives i alle de tre avisene som landet med verdens største restaurant, verdens lengste tunnel, verdens første, beste og fremste der under av alle slag kan skje. Intelligenssedlene rapporterer for eksempel at det foregår åtte og en halv million telefonoppringninger daglig i New York! Samtidig medfører den teknologiske utviklingen en økende arbeidsledighet, og USA er også et åsted for kriminalitet og rabiesbefengte hunder.

Tid og samtid

En konsekvens av informasjonsteknologien som ofte framheves var opplevelsen av nye former for samtidighet. Da Titanic sank 14. april 1912 var det en begivenhet "alle" kunne følge. For første gang var verden vitne til en "direktesendt" katastrofe, via telegraf. Informasjonsteknologien utvidet det Schutz kaller Mitwelt, eller omfanget av samtidige.⁴

Avisenes rapportering fra fjerne strøk viser imidlertid en rekke eksempler på at også denne samtidigheten hadde grenser. I 1910 befinner Morgenbladets reporter L.L. seg i Egypt hvor han bevitner et opptog av dervisjer som driver religiøs selvpining. De slår seg selv med pisker der endene er beslått med pigger, og både lyden og synet vekker forundring og vemmelse hos avisens utsendte. Han trøster seg med at dette er forbigående: "Chitterne tæller dog nu kun et Par Hundrede Tilhængere og den fremadskridende Civilisation vil snart bringe dem til at forsvinde..."

At ulike samfunn befant seg på ulike trinn i den menneskelige utvikling var en verdensanskuelse som konsoliderte seg i denne perioden, ikke minst som en følge av koblingen mellom forestillinger om *utvikling* til de nye forståelsene av tid og rom.

Knut Nustad (2003) viser hvordan utviklingstanken er nært knyttet til ideen om *reisen* slik den framstår i opplysningstidens drakt. I denne perioden ble reisen noe annet og mer enn pilegrimsreiser eller korstog. 1700-tallets borgerskap reiste alene og oppfattet reisen som dannelselse, gjerne vekk fra sivilisasjonen. Og reisen i rommet var en reise i tid. J. M. Degérando formulerte det slik i 1800: "The philosophical traveller, sailing to the ends of the earth, is in fact travelling in time; he is exploring the past; every step he makes is the passage of an age." (Fabian 1983:7)

Charles Darwins utviklingslære og andre av datidens naturvitenskaplige teorier medførte at tiden ble naturalisert og framsto som en objektiv lineær skala som ulike hendelser kunne plottes inn på. Med den såkalte sosialdarwinismen (som Herbert Spencer og ikke Darwin må ta ansvar for) ble også menneskelige samfunn organisert etter samme prinsipp, men med det moderne Europa som sivilisasjonens blomst. Relasjonen mellom ulike deler av verden ble forstått som temporale relasjoner. De folkeslag europeiske oppdagelsesreisende og andre møtte på sine reiser ble forstått som samtidige i den forstand at de levde her og nå, men deres samtidighet var likevel snarere et parallelt her og nå, ikke en delt samtidighet. Samfunnene deres representerte nåtidige versjoner av forgangne stadier av menneskehetens utvikling. I dette oppsto også forestillingen om at den som ville studere mennesket i dets før-moderne former kunne oppnå dette gjennom studier av samtidige ikke-europeiske folkeslag.

Også pressefolkene annammet denne måten å se verden på og videreformidlet den. Her viser Morgenbladet oss det fjerntliggende Thailand (Siam) som en representant for en førmoderne uskyld:

Blank og straalende som selve Tropehimlen, der er farvet gyldenrød af den nedgaende Sols Straaler, ligger Floden, som da jeg for næsten fire Maaneder siden kom seilende op ad den med "Maha". Ikke et øieblik har jeg været træt af denne mærkelige Flod med dens yppige Bredder og dens eiendommelige Folkeliv, hver Dag, som er gaaet, har snarere robet nye Skjönheder hos den, har knyttet min Kjærlighed til den fastere. Ned ad Menamfloden – Siams Livsnerve – glider "Siam" [dansk båt] stor og stolt og majestætisk. Fra Promenadedækket, hvor jeg har indrettet mig en liten hyggelig Studereplads,

kan jeg se ind over begge de yppige Flodbredder, som lukker sig foran Skibet. Rigdom og Pragt, Yppighed, Skjønhed og Solskin straalte mig imøde, hvor jeg ser hen. Pælehusene og Bambushytterne paa Bredderne er vistnok faldefærdige og usle Rønner, men de ligger maleriske under Palmer og Mangrover, de brune Mænd og Kvinder er vistnok saa godt som nøgne, og de eier neppe mere end det, de gaar og staar i, og den lille Kajak, hvori de ror omkring; men de er lykkelige og rige; thi de er lyse som Solen over dere Hoveder, glade som Fuglerne i Luften og smilende som Blomsterne paa Marken, de sanker ikke i Lade, og intet kan rokke deres tilfredse Sind. Man kan gribe sig selv i at misunde disse Mennesker, at ønske, at Ens Hjerneskal var lige saa uimodtagelig for Solstikk, og at Ens Sind var lige saa hærdet imod Graaveir. (*Morgenbladet* 21 mars 1900)

Artikkelen fortsetter med en betraktning om hvordan forfatteren vil komme til å savne dette landet, hjemme i gråværet med oppbrettet frakkekrave. Han koster også på seg en politisk vurdering av situasjonen i Siam, der han slår fast at det bare er et tids-spørsmål før landet vil "udgaa af de selvstændige Staters Rækker" og bli kolonisert. Spørsmålet var bare om Storbritannia eller Frankrike ville få gleden av å være sivilisasjonens fanebærer.

Det er ingen grunn til å kimse av reisende reportere rundt forrige århundreskifte. De var ofte borte i månedsvis, kanskje år, og kjente sånn sett de samfunnene de beskrev langt bedre enn dagens fallskjerm-reportere. De hadde imidlertid ingen tradisjon for å snakke med folk, i alle fall ikke med "innfødte" og et lands folkekarakter ble ofte fastslått med stor grad av skråsikkerhet:

I 1900 trykket *Morgenbladet* også en bakgrunns-artikkel som forklarer forholdet og stridighetene mellom Russland og Persia (Iran) og der perserne beskrives slik:

Perserne skildres som et nethændt, overordentlig kvikt Folkefærd med fremtrædende Sprogtalent og meget Sans for Poesi. Neppe i noget andet Land er Kjærligheden til Digtekunsten trængt saa dypt ned i Folket. Perseren elsker sit vakre Sprog og er stolt af sit Lands gamle Historie, omend hans historiske Viden er temmelig ringe. Paa den anden Side er Perserne bekjendte for sin Løgnaktighed, Ustadighed og Mangel paa personligt Mod.

Storslåtte og totaliserende funderinger om raser og folkekarakterer var et tema i tidens melodi. Det er imidlertid interessant å legge merke til at generaliseringene blir mindre omfattende når man beveger

seg langs aksene mellom fjern og nær. *Morgenbladet* anmelder i 1910 boka "Le drapeau ou la foi" av den franske forfatteren Adolphe Aderer, en bok som handler om to franske soldater som havner på hver sin side i den fransk-tyske krig. Boka får blandet mottagelse, men forfatterens skildring av religiøse og kulturelle forskjeller mellom franskmenn og tyskere vekker særlig interesse hos anmelderen:

Paa en ypperlig maate har Forfatteren skildret den store Forskjel, som er opstaaet mellem disse to Mænd, som stammer fra samme Race, men som ved den enes Forplantning til et fremmed Land dog er blitt saa forskjellige, at de intet har tilfælles. Ingenting er længere Fransk hos Loitnant von Sommerhausen. Han har tilegnet sig Preussernes gode egenskaper og deres Feil...

Folkekarakteren er altså en tvetydig kategori. Den kan læres og avlæres, den kan til og med være smittesom. Også mellom fjern og nær er det smittefare, slik deltakerne på en misjonskonferanse i London i 1900 kunne fastslå:

Mr. Wiloughby talte om Sydafrika, hvor den indfødte befolkning var mange Gange talrigere end Europæerne. Han fremhævede, at ingen god og oplyst Race kunde leve sammen med en svagere og lavere uden – dersom det ikke lykkedes den at løfte den svagere op til sig – at synke ned paa den lavers Niveau. (*Morgenbladet* 1900)

Intelligenssedlene bringer i 1890 et skrekkenes eksempel på hvordan denne typen smitte kan arte seg. Henry M. Stanleys syriske tolk Assad Farran forteller om uhyggelige tilstander i leiren ved Yambuna der den britiske major Barttelot oppfører seg djevelsk mot lokalbefolkningen:

[Barttelot] lod Jameson og nogle Sudanesere bortføre indfødte Kvinder og Børn, og gav først de sidste fri, naar Mænende præsterede en Del Gjeder og Fjærkræ som Løsepenge. Nogle Kvinder søgte at flygte bort om Natten. For at hindre dette, blev de om Dagen bundet til Trær med Reb om Hals og Arme og om Natten ført til Officerenes Kvarter. De sudanesiske Soldater behandledes af Major Barttelot ofte med umenneskelig Grusomhed. Fire Sudanesere, der havde stjalet en Øks og solgt den for at erholde Levnetsmidler, fik hver 150 Piskeslag. For ganske ubetydelige Forseelser dikteredes 100, 50 eller 25 Piskeslag. Selv mod de Syge viste Majoren ingen Barmhjertighed. (*Norske Intelligenssedler*, 1890)

Farran skildrer to briter som har kommet på skråplanet, men uten at artikkelen på noen måte generaliserer

over at denne typen brutalitet er noe vi finner i britenes folkesjel. Vi finner snarere et element Joseph Conrad skildrer i "Mørkets hjerte", nemlig hvordan omgivelsenes barbari korrumpere det siviliserte mennesket:

Jameson...havde engang en Samtale med [en lokal høvding]. Man kom til at tale om menneskæderiet, og Jameson ytrede da, at han i England havde hørt meget om denne Sag, men han kunde nok have Lyst til selv at se, hvordan Kannibalerne bar sig ad. (ibid)

Mot seks bomullstørkler kjøper Jameson en ung pike som han lar bli spist, mens han selv lager blyantskisser som han senere kolorerte. Denne beretningen vekker skrekk og avsky, men afrikanernes grunnleggende barbari trekkes ikke i tvil, til tross for at den grusomme handlingen var kjøpt og betalt av en brutal, europeisk voldsman.

Dette er bare et av mange eksempler som viser hvordan utvikling ble framstilt som en nødvendighet. Og selv om tiden for så vidt arbeidet i utviklingens navn, så måtte det europeere til for å få fortgang i sakene. Tiden, forstått som utvikling, var noe *vi* kontrollerte, ikke *de*.

Morgenbladet skildrer i 1910 hvordan en norsk konsul har ligget i strid med Brasil om et barnemel som han eksporterte og som brasilianerne mente inneholdt salicylsyre. Konsulen påviste at dette ikke var tilfelle og vant saken, selv om det tok tid. Artikkelen refererer et foredrag i polyteknisk forening der konsulen vakte forsamlingens munterhet gjennom å fortelle om brasilianske embetsmenns måte å arbeide på. Om landet generelt hadde han følgende på hjertet:

Brasilien har store muligheter. Landet er sjelden frugtbart. Men brasilianerne er i grunden et indolent Folk uten initiativ, og den stadige Blanding av de sorte og hvite Elementer av Befolkningen frembringer en Folkemasse, Mulaterne, som ikke bidrar meget til Landets Utvikling. Naar Brasilien i de senere Aar har gjort store fremskridt paa mange Omraader, saa skyldes det for en stor del invandrede Forretningsmænd. (*Morgenbladet* 1910)

Inn i sin tid

Pressens mandat er å være aktuell og vesentlig. Dette har ikke endret seg mellom 1880 og 2006. En god journalist er en person som tar tiden på pulsen, som har teft, som kjenner sin samtid og sine samtidige, uansett om de befinner seg fjernt eller nært. Et område som oppfattes nært blir imidlertid sett som mer dynamisk enn et fjernt område. Tiden tikker raskere i det nære og dette tillater en større grad av ambivalens.

Perioden 1880-1930 dekker en rekke store og små teknologiske revolusjoner og nyvinninger, noe som gjorde verden mer tilgjengelig for norske aviser enn den noen gang tidligere hadde vært. Denne utviklingen bandt folk over hele verden tettere sammen, men det skapte også et større gap mellom "oss" (som en kategori av samtidige) og folk som levde langt unna.

En konsekvens av at verden skapes hjemmefra, i lokale redaksjoner, av journalister som tenker på sitt lokale publikum, er at internasjonale nyheter ikke nødvendigvis er så nye at det gjør noe. Det er enklere å skimte en hendelse i den dunkle horisonten når den sammenfaller med forestillinger som allerede er etablert. Noe helt nytt risikerer å ikke stemme med før-forestillingene. Dette er en av prosessene som medfører at steder langt borte – som i Afrika, Asia og Latin-Amerika – oppfattes som statiske og lite dynamiske områder av verden.

Avstand som konsept må imidlertid forstås i historiske og politiske termer, noe ikke minst norsk-svenske relasjoner før og etter unionsoppløsningen i 1905 viser. Politiske relasjoner, samt lokale og internasjonale maktrelasjoner, er like viktige som geografi når det gjelder å definere hva som er nært og hva som er fjernt. Måten verden ble presentert for norske avislesere på var altså ikke bare et resultat av hva slags informasjon redaktørene hadde tilgjengelig, men også i stor grad av hva avisene ønsket eller maktet å se.

Noter

1. Studien som helhet er presentert i *Pressehistoriske skrifter* no 6, 2006.
2. Avisnavnet *Norske Intelligenssedler* staves på forskjellige måter. I 1920 ble avisen slått sammen med *Tidens Tegn*, som senere skifter navn til *Verdens Gang*. I denne undersøkelsen er *Norske Intelligenssedler* beholdt gjennom det hele for å unngå forvirring.
3. Denne notisen er forkortet. Poenget er å vise hvor mye plass redaksjonen ga telegrammets vandring, ikke innholdet i notisen.
4. Ifølge Schutz er livsverdenens kjerneområde, eller Umwelt, det som er "innenfor rekkevidde akkurat nå", med andre ord med mennesker man kan se og snakke direkte med. Mitwelt er gruppen av samtidige, mens Vorwelt betegner fortiden og Folgewelt framtiden. (Schutz i Johansen 1995: 116)

Litteratur

- Anderson, Benedict (1996) *Forestilte fellesskap*. Oslo: Spartacus.
- Fabian, Johannes (2002) *Time and the Other*. New York: Columbia.
- Johansen, Anders (1997) GRATIE. Oslo: Tiden.
- Johansen, Anders (1995) 'Medmennesker, landsmenn, samtidige', *Norsk medietidsskrift*, 1. Oslo: Novus, 113-143.
- Kern Stephen (1983) *The Culture of Time and Space 1880-1918*. London: Weidenfeld and Nicolson.
- Lien, Marianne (1997) *Marketing and Modernity*. Oxford: Berg.
- Nustad, Knut (2003) *Gavens makt*. Oslo: Pax.
- Ricoeur, Paul and Ystad, Hallvard (1999) *Eksistens og hermeneutikk*. Oslo: Aschehoug.
- Schütz Alfred (2002) *Den sociala världens fenomenologi*. Göteborg: Daidalos.
- Tjelmeland, Hallvard (2004) Aviser som historisk kilde, *Pressehistoriske skrifter* 3/2004. Oslo: IMK, 114-131.

Konturer av motstånd

Identitet, subjektivitet och språk i tidningen Gringo

PAUL ALARCÓN ALANES

Folkhemsfabriken har på löpande band stämplat våra pannor med: "svensk" eller "invandrare". Gringo är en motreaktion. En bulldozer som raserar det maskineri som formar människor med förprogrammerade identiteter. [...] en tidning som vill ändra på den negativa mediebilden av förorten. (*Gringo* 22.8 2005)

Vi är ett gäng snubbar och snubbinor som tröttnat på den keffa "integrationsjournalistiken". En journalistik som jobbar utifrån och uppifrån. Integrationspolitiken har diskuterats på ledarsidorna av en Pelle eller Anna. När fick Abdul eller Manuela från förorten senast komma till tals? [...] Ett inifrånperspektiv behövs, en röst från förorten som talar med brytning yao! (*Gringo* 23.8 2004)

Tidningen *Gringo*¹ har genom sitt aktiva deltagande i det offentliga samtalet tilldragit sig stort massmedialt intresse de senaste åren. Särskilt i frågor med anknytning till det svenska språket har förmågan att utöva inflytande över samhällsdebatten varit betydande.² Som de inledande citaten avslöjar ställer *Gringo* språkfrågan konsekvent i relation till en identitets- och subjektivitetsproblematik där den svenska identiteten utgör fokuspunkt. Därigenom produceras en tematisk triangel inom gränserna för vilken texten organiseras. Citaten visar även hur "förorten" placeras i skärningspunkten för denna triad av teman; en geografisk såväl som symbolisk plats där den diskursiva gränsen för det svenska mot det icke-svenska ständigt aktualiseras och står under förhandling (jfr. Ericsson, Molina & Ristilampi 2000; Dahlstedt 2004).

Avsikten med den förestående artikeln³ är att klargöra hur *Gringo* i sin samhällsanalys förhåller sig till triaden av teman. Det inledande avsnittet, *Från kulturell essens till kontingens*, ägnas företrädesvis åt att undersöka hur *Gringo* bestrider essentialistiska identitetsföreställningar och producerar en konstruk-

tivistisk förståelse av kulturell identitet. Mot slutet av denna första del riktas uppmärksamhet mot den lek med identitetsbeteckningar som sker i förhållande till identitetsproblematiken. Undersökningens centrum förskjuts därigenom och pekar ut riktningen för nästkommande avsnitt. I detta, kallat *Hybriditet och svenskhet*, placeras den kulturella identitetens hybriditet i förgrunden. Analysen visar här på hur *Gringo* stöper sin förståelse för detta tillstånd i en strategiskt viktig form som leder vidare mot den tematiska triangelns andra hörn: subjektiviteten. Avsnittet *De ohörda rösterna* undersöker detta tema närmre och framhäver hur identitetens omförhandling och benämningarnas förändrade innebörder ger upphov till vad Stuart Hall beskriver som ett omskapande av oss som subjekt (Hall 1999). En förändring som i första hand gör det möjligt för röster normalt förnekade tillgång till massmediala representationsmedel att ta till orda från tidigare oartikulerade platser. Identitetsbeteckningarnas språkliga relevans för produktionen av dessa subjektspositioner utvecklas i det tredje temats avsnitt, *Språkets subversiva kapacitet*, där även andra aspekter av språkanvändningen analyseras som uttryck för motstånd; influensen av multietniskt ungdomsspråk i *Gringo* framhålls i denna kontext specifikt. Avslutningsvis summeras därefter artikelns presenterade konklusioner under *Slutord*.

Från kulturell essens till kontingens

I västeuropeiska länder genomsyras nationens diskurser i överväldigande utsträckning av etnocentrismens asymmetriska dikotomier. Under mångkulturalismens masker av tolerans och erkännande vilar dolda föreställningar om immanent nationell eller västerländsk essens (Bhabha 1994, 1997; de los Reyes & Kamali 2005). Kulturella identiteter kan enligt denna latent logik härledas till ett autentisk inre hos en bestämd gemenskap, ett förmodat harmoniskt

tillstånd beslöjat av den individuella ytlighetens be-
drägliga olikheter. Den kulturella identiteten reduce-
ras till en oföränderlig essens, ett av tiden påverkat
ursprung, återspeglar på olika sätt i den enskilde in-
dividens biologi och psykologi (Hall 1999). Särskilt
framträdande är förhållandet i de representations-
mönster genom vilka det nationella konstitueras i
kontrasterande speglingar av sina negationer. Tudel-
ningens logik verkar i processen inom ramen för ett
maktordningens register vari den Andres identitet
(negationen) subordinerar den egna. I västeuropeiska
länder, däribland Sverige, förkroppsligas nationens
negation främst av nationella minoriteter, flyktingar
och invandrare (Cottle 2000). Dessa samhällsgrup-
per gestaltar för den esoteriska nationens föreställda
gemenskap speglingsytor som både ger kontur åt
och fördunklar innebörden av det nationella eller det
svenska. Med Michael Azars formulering framträder
därför svenskheten som ”ett slags inneboende väsen
hos de äkta svenskarna, en [...] ahistorisk essens
bortom varje politisk dynamik och oberoende av alla
möten med omvärlden.” (Azar 2005, s 166).

Den undflyende karaktären hos denna svenskhet
är en förutsättning för att vissa samhällsmedlem-
mar skall kunna förnekas tillträde till gemenskapen,
vilket i sin tur är nödvändigt för att de inneslutas
exklusivitet skall vara möjlig att förverkliga. Av detta
följer inte att identiteten är en mindre konkret kon-
struktion, men den godtyckliga exklusionsprocessen
döljer essensens omöjlighet genom att efter behov
förändra gränserna mot de utestängda. Kategorin
”invandrare” införs sålunda i politikens och massme-
diernas diskurser som svenskhetens gränsmarkör. För
de en gång invandrade människorna, likväl som för
deras ättlingar, artikulerar begreppen ”invandrare”
och ”andragenerationsinvandrare” i denna egenskap
märkligt möjliga identitetsbeteckningar. Amanda Pe-
ralta beskriver hur ordet ”invandrare” redan på lexi-
kal nivå uttalar ”en ontologisk metafor i vilken den
rörelse i tid och rum som beskrivs (någon/några som
stod utanför har vandrat in) förvandlas till ett *perma-
nent tillstånd*” (Peralta 2005, s 188). Samhällets kon-
kreta exkluderande av vissa grupper är följaktligen
omedelbart inskrivet i det begrepp som betecknar
dem, en benämning som tecknar den stelnade rörelse
som förhindrar grupperna att tränga in i svenskhetens
föreställda renhet. Dessutom förpassar beteckningen
människor till ett historielöst vakuum som undergrä-
ver möjligheten att erövra begreppet med hänvisning
till ett tidigare ursprung. Det är svenskhetens abso-
luta negation: ”Att benämna någon ’invandrare’ är att
klassificera henne som en person utan egentlig tillhö-
righet och därmed frikopplas också hennes möjlighet
att få en identitet som inte med nödvändighet defi-

nieras av det faktum att hon anses vara annorlunda.”
(Ericsson, Molina & Ristilampi 2000, s 22).

Eftersom de diskursiva exklusionspraktiker va-
rigenom ”invandraren” produceras följer av essen-
tialistiska föreställningar om kulturell identitet fin-
ner motståndets problematik i dessa svåröverstigliga
hinder. För att kunna övervinnas måste därför själva
idén om oföränderliga inre väsen överges. Tvunget
att förverkliga blir ett identitetsbegrepp som inte de-
finierar kulturell identitet uteslutande i termer av inre
likhet och kontinuitet, utan därtill vidkänner de avgö-
rande skillnader som uppkommer genom historiens
skiftningar. Stuart Hall föreslår ett synsätt varmed
inre essens substitueras med kontingent positionering
betingad av olika maktförhållanden inom nuets och
det förflutnas spänningsfält. Kulturella identiteter ut-
gör då ”de slags instabila identifikationspunkter eller
suturer som skapats av historiens och kulturens dis-
kurser.” (Hall 1999, s 234). Endast ett sådant begrepp,
som beaktar den historiska dialogen mellan ”likhetens
och kontinuitetens vektor” och ”skillnadens och dis-
kontinuitetens vektor”, förmår kringgå och överskrida
essentialismens immanenta imperativ eller princip om
att vara ”antingen-eller” (Hall 1996, 1999).

I *Gringo* sker en så beskaffad perspektivför-
ändring som gör en reartikulering av svenskhetens
begrepp genomförbar. Förekomsten av artikelserie-
r som *Svenssonskolan*, vilken presenteras som ”en
kurs där du kan lära dig bli en äkta Svensson [läs
'svenne'/'svensk', förf. anm.]” (G1, s 5)⁴, eller utta-
landen likt Zanyar Adamis parafrasering av Simone
de Beauvoir i ledaren *Den nya svenskheten*: ”Man
föds inte till invandrare, man blir det.” (G12, s 2),
ådagalägger med all önskvärd tydlighet avfärdandet
av essentialism för ett synsätt som förlägger iden-
titetens källor utanför individen i hennes historiska
kontext. I kontrast till denna förståelse framhårdar
likväl den kritik som riktats mot tidningen att *Gringo*
befäster såväl tudelandets logik som stereotypa före-
ställningar om ”invandrare” och ”svenskar”. Delvis
grundar sig denna kritik i själva den begreppsapparat
som *Gringo* brukar i fråga om identitetsbeteckningar.
Ett flertal av tidningens artiklar bevarar nämligen
benämningar som i sina förhärskande användningar
upprätthåller de förhållanden som *Gringo* vill tillin-
tetgöra. Förhållandets konsekvent ersätts ”svensk”
med ”svenne” eller ”suedi” och ”invandrare” utbyts
mot ”blatte” eller ”svartskalle”.

Som visas i *The Extreme Makeover* (GG1, s 72)
sker så emellertid ofta med understöd av en lekfull
ironi vars yttersta syfte inte är att befästa utan utmana
dikotomins stelhet. Med hyperboler förstärker texten
oppositionen ”svenne”-”blatte” och provocerar läsa-
ren att uppmärksamma positionernas konstruerade

form och ifrågasätta deras dikotoma karaktär. Artikeln introducerar "Kazhal" och "Richard", två karaktärer vars utseende över två uppslag förändras och förvandlar dem till "Kattis" och "Ricardo". Metamorfosen innebär i det förra fallet en omvandling från "blatte" till "svenne" och det omvända i det senare. Den medföljande texten anslår i sin schablontyngda redogörelse av förändringen en humoristisk ton, tydlig inte minst i förteckningen över fördelar med positionerna vari för "svennens" identitet en sparsam kroppsbehandling anges som gynnsam följd: "Du slipper raka dig tre gånger om dagen (både killar och tjejer)" (GG1, s 74), och den motsatta belägenheten för "blattens" identitet: "Du kan fixa musche redan vid 9 ½ års ålder (både killar och tjejer)" (GG1, s 75). Den karikerade ironiska exploateringen av stereotypa föreställningar i karaktärernas övergång i sina antiteser blottlägger positionerna som konstruerade möjligheter snarare än outträdbara essenser. Tillblivandet överskrider essentialismens anspråk på oföränderlighet.

Den allmänna användningen i *Gringo* av stereotyper och schablonbilder bör i detta sammanhang tolkas endast mot bakgrund av ett grundläggande perspektivskifte som innebär att de essentialistiska grundvalarna hos det förhärskande nationella identitetsbegreppet efterträds av konstruktivistiska. Om detta innebär att tidningen bekänner sig till en politisk ordning vars nationsbegrepp vägleds av principen om *jus solis* framgår inte explicit. Däremot klargör den på identitetens immanenta konstruktion placerade emphasis att det i första hand är i kulturellt hänseende som den svenska identiteten behandlas. Vad *Gringo* i denna kontext förfäktar är en begreppslig betydelseförskjutning och ett förändrat förhållningssätt till svenskhet. Zanyar Adami tydliggör i ledaren *Svenskheten finns i förorten* denna intention: "När vi inte längre vilar i folkhemmets trygga barm [...] kommer vi att uppdatera vår nationella självbild. *Gringo* är kompassen i vårt kollektiva identitetssökande som ska hjälpa det svenska folket till en mer aktuell självbild." (G13, s 2). Även om tidningen på andra platser illustrerar hur denna självbild tecknar konturerna av en på mångfaldens brokighet vilande enhet avhåller sig texten konsekvent från att bestämma dess gränser.

Att ur den traditionellt essentialistiska kategoriseringens vitttrande klassifikationer omskapa en svenskhet fotad på konstruktivistiska förutsättningar förefaller utan tvivel vara en överordnad angelägenhet i *Gringo*. I sina skriftliga manifestationer framväxer denna omförhandling inte minst ur identitetsbeteckningarnas förändrade dynamik. Den vedertagna dikotomin "svensk"- "invandrare" förkastas av flera orsaker, varav vilka dettas traditionellt absoluta dualism utgör en, och ersätts i stor utsträckning av

begreppsparet "svenne"- "blatte". Eftersom dessa benämningar i tidningen representerar ett försök att röra sig bortom fastlagda kategorier är deras betecknande funktion undanglidande och användningen av dem ofta ytterst ironisk. Begreppsskiftet öppnar också möjligheten för den betydelseförändring av benämningen "svensk" som *Gringo* inför. En reartikulering som innebär att begreppet inte främst betecknar en i förhållande till "invandrare" oppositionell subjektsposition utan utgör namnet på en övergripande identitet under vilken de partikulära bestämningarna "blatte" och "svenne" subsumeras.

Hybriditet och svenskhet

Dynamiken i identitetsbeteckningarnas skiftande betydelse uttrycker ett erkännande av de omförhandlingar och gränsoverskridanden som konstruerandet av kulturella identiteter involverar. Dessa skeenden kan begripliggöras i termer av hybridisering eller kreolisering (Ashcroft 1998; Loomba 2005). Åtskilliga, däribland Homi Bhabha, Stuart Hall och Edward Said, beskriver dylika processer som oundvikliga och konstitutiva för alla kulturformer (Bhabha 1994; Said 1995; Hall 1996); frånvaron av en inre essens, ett i-sig och för-sig hos kulturer, gör hybriditeten till deras nödvändiga artikulationsmodus varför kulturella identiteter således "lever med och genom, inte trots, skillnader eller *hybridisering*." (Hall 1999, s 241). Den för kulturformer ofrånkomliga hybriditeten inordnar Pnina Werbner i sin uttänjda tillämpning av Mikhail Bakhtins åtskillnad mellan organisk och avsiktlig språklig hybriditet primärt i den förstnämnda kategorin. Beträffande kulturer svarar i distinktionen den organiska hybriditeten mot integrationen av nya eller transformerade tecken i figurationen av en kultur utan att illusionen av dess ordning och kontinuitet störs (Werbner 1997, s 5). Enligt Werbner föder denna form av hybriditet förutsättningarna för en avsiktlig och medvetet artikulerad hybriditet vars teckenförändringar och nyintroduktioner får föreställningen om kulturens ordning att skälva i sina grundvalar. Den avsiktliga hybriditeten erfars förtrycka kulturens kontinuitet och får dess harmoniska yta att krackelera under anspänningen av de disruptiva tecknens kraft.

För *Gringos* vidkommande klargör distinktionen mellan organisk och avsiktlig hybriditet avgörande aspekter av den anförda omförhandlingen av en svensk identitet. Viljan att tidningen skall utgöra "kompassen i vårt kollektiva identitetssökande som ska hjälpa det svenska folket till en mer aktuell självbild." (G13, s 2), vilken Zanyar Adami ger uttryck för i den tidigare citerade ledaren *Svenskheten finns*

i *förorten*, antyder genom att hänvisa till en förändrad identitet att det i *Gringo* föreligger en förståelse för att kulturen oavvisligen är organiskt hybrid. I en senare passus av samma ledare förklarar Adami i vad hybriditeten består och skriver att det "är i förorten vi hittar svenskhetens framtid. En hybrid av det gammelsvenska och det konstruerade invandrarskapet." (G13, s 2). Detta klargörande, tillsammans med det föregående citatet, vilket, om än outtalat, även påminner om de föreställningar om kulturell essens och homogenitet förutan vilkas dominans "det svenska folket" inte skulle vara i avsaknad av en aktuell självbild, fördubblar hybriditetens betydelse.

Tvåfaldig blir dess betydelse därför att förståelsen för kulturens ofrånkomliga hybriditet i *Gringo* även artikulerar en identitetspolitisk strategi. I ögonblicket för insiktens övergång till strategi överskrids gränsen för den organiska hybriditeten mot den avsiktliga. Den förra är i denna kontext, annorlunda uttryckt, liktydig med den senare varför det strategiska momentet hämtar näring från en perspektivförskjutning och inte en innehållsförändring eller skillnad. Traditionella (essentialistiska) föreställningar om svenskhet integrerar inte tecken normalt förknippade med "invandrare" i sin konstitution. Istället förpassas de till en kategori av icke-svenska tecken för att vidmakthålla skenet av kulturens ordning och kontinuitet. Perspektivförskjutningen *Gringo* företar innebär att samma exkluderade tecken istället inryms i en reartikulerad svenskhet där deras egenskap av att vara svenska accentueras. Mot de traditionella föreställningarna framträder därför bejakandet av hybriditeten som en disharmonisk strategi ämnad att undfly den dualism på vilken de förra är grundade.

Distinktionen mellan organisk och avsiktlig hybriditet påvisar flertydigheten hos detta begrepp. En komplex polysemi även anförd av Ania Loomba som påtalar att processer av hybridisering i det koloniala tillståndet har exploaterats strategiskt för politiska syften på båda sidorna av den koloniala klyftan; såväl för att utöva dominans som för att artikulera motstånd (Loomba 2005; jfr. Ashcroft 1998). Också Ella Shohat uppmärksammar begreppets mångtydighet och framhåller behovet av att göra åtskillnad mellan hybriditetens olika modaliteter. Den förtrycktes internaliserade självförnekelse behöver särskiljas från former av tvångsassimilation och dessutom från disparata företeelser som social konformism och kreativ transcendens (Shohat 1993, s 110). Det sistnämnda begreppet kan här motsvara försök att genom medveten hybridisering överskrida en motsatsrelation – mellan t.ex. kolonistatörens och den koloniserades kulturella tecken och praktiker – med syfte att upplösa den inifrån. I *Gringo* vittnar rörelsen från

insikt till avsiktlig strategi om en korsbefruktande oscillation mellan den organiska hybriditetens ofrånkomlighet och en dylik kreativ transcendens.

Zanyar Adami förklarar utförligare i ledaren *Den nya svenskheten* innebörden av gränsöverskridandet och använder i beskrivningen begreppet "gringo" för att beteckna den omförhandlade svenskheten. Han skriver: "*Gringo* är när invandrarskapet tangerar den gamla svenskheten. [Det är] den tredje vägen. För alla som inte vill välja mellan 'invandrare'-'svensk'. *Gringo* är namnet på den mentala omställning vi behöver genomgå i Sverige. En uppdatering av svenskheten." (G12, s 2). I likhet med det tidigare citatet uppmärksammar Adami även här att hybriditeten framväxer i skärningspunkter mellan det "gammelsvenska" och "invandrarskapets" identifikationsmöjligheter. Varken de förra eller senare av dessa positioner kan dock i enlighet med det tidigare sagda anses vara essentiella ursprungsmoment i sig. Istället är de mångskiftande bestämningar, i mötet med varandra konstituerande den kontaktyta, eller det tredje rum⁵ för att tala med Homi Bhabha, som alstrar en multitudine av positioner präglade av den svenska befolkningens förändrade sammansättning under senare decennier.

Ingressen till artikeln *Den nya sköna svennen* avkläder än tydligare tidningens förordade hybriditet genom att åskådliggöra i vad överskridandet av dikotomin "svensk"-"invandrare" kan tänkas bestå: "Han pratar flytande arabiska, spelar i ett orientaliskt band, är blond, blåögd och i sommar ska han åka till Turkiet för att spela darbuka. Fredrik Gullin representerar den nya svenskheten." (G11, s 4). Representationen förevisar både svenska och orientaliska eller traditionellt icke-svenska tecken vilka, sammanfogade i Gullins gestalt, ger uttryck för "en hybrid av det gammelsvenska och det konstruerade invandrarskapet" (G13, s 2). Samtidigt synliggör Gullin en viktig aspekt av svenskhetens omförhandling: hybriditeten behöver inte nödvändigtvis innebära att till fullo nya tecken konstrueras i syntesen av det "gammelsvenska" och det traditionellt icke-svenska, tecken vilka förvisso bevarar spåren av tidigare moment, men som i sin fullständighet varken kan härledas ur det ena eller det andra. Den kan däremot innebära att tecken från båda kategorierna införlivas i viss mån orörda inom ramen för en ny enhet.

Vad som utifrån ett essentialistiskt perspektiv tydligt skulle kunna särskiljas – Gullin själv och förmågan att tala arabiska – formas i *Gringo* till en oupplöslig enhet: Gullins förmåga att tala arabiska utgör en aspekt av det sätt på vilket han är "svensk". Kategorierna "svenne" och "blatte" kan således, visserligen med ett uppenbart mått av ironi, upprätthållas i *Gringo* utan att deras svenskhet för den skull

behöver inskränkas. Samtidigt medger hybriditetens brokiga anlete förnekandet av båda kategorierna; omförhandlingen gör det för individen möjligt att, enligt Adamis egen formulering i ett tidigare citat, inte behöva "välja mellan 'svensk'-'invandrare.'" (G12, s 2), en ståndpunkt som också ger sig till känna i ledarna *Vem är Gringo?* (G3, s 2) och *Svartskallar, så funkade vi* (G10, s 2). Den framförhandlade identiteten i *Gringo* överger därmed polariteten i dikotomin "svensk"-"invandrare", överskrider dess oförsonliga "antingen-eller", för att istället artikulera ett "både-och" och ett "varken-eller". Özgür Kibar skildrar välfunnet förhållandet i dikten *Både och – och varken eller*, där även den oundvikliga ambivalens blir uppenbar som framkallas av identitetens tvetydighet:

[...] jag är utländsk och jag är inhemsk
jag är eldig turk, jag är trygg svensk
jag är vitlök, oliver och kåldolmar
och jag är midsommarafton på skärgårdsholmar
jag har mörkt hår på mitt bröst
och lite på rygg som är brukligt för turkar
jag sorterar min sopor och jag pantar mina
burkar
jag firar jul med familjen, men också ramadan
är jag nu det ena eller andra, det vete fan [...]
(G12, s 2)

Med frågan: "Vem är du undrade en undrade [...] vilken är DIN identitet [?]", inleder Kibar sitt poem. För den individ i samtidens Sverige som ikläds "invandrarens" alltför tränga dräkt är följderna av samhällets svar på samma fråga ofta obevekligt drabbande. I allmänhet tycks denna djupgående och komplexa problematik förtylligas i *Gringo*. Det naiva begäret efter erkännande för den svenska identitetens immanenta hybriditet kan därför beskyllas för att förbise eller försumma de maktförhållanden i vilka identitetsskapandet alltid är inbäddat. Dock skriver Stuart Hall beträffande filmkonsten att "identitet konstitueras inom själva uttrycksmedlet, och därför kan filmen inte ses som en andra rangens verklighet, utan snarare en konstform som kan omskapa oss som subjekt och därigenom göra det möjligt för oss att upptäcka nya platser att tala utifrån" (Hall 1999, s 242). Med utgångspunkt från ett sådant perspektiv kan *Gringo*, om den framförhandlade svenskhetens själva idealitet betonas, utöver att anklagas för verklighetsfrämmande utopism även sägas lägga grunden för förverkligandet av ännu inte etablerade och fullständigt accepterade subjektspositioner. Tidningen konstruerar och tillgängliggör platser utifrån vilka nya röster kan ta till orda och nedtystade berättelser finner en väg att nå ut i offentligheten.

De ohörda röster

Elisabeth Eide konstaterar att etniska minoriteter i norskt nyhetsberättande inte tillåts representera sig själva utan talar för av majoritetssamhällets företrädare förkroppsligade i myndighetspersoner och journalister (Eide 2000). I svensk nyhetsjournalistik uppmärksammar Ylva Brune likt Eide att "['invandrades'] röster är helt eller delvis utestängda från de texter som behandlar deras situation" (Brune 2004, s 245; jfr Björk 1997; Löwander 1997). Vid de tillfällen då "invandrare" tillåts tala sker så ofta i kontexter vari de bekräftar en rådande ordning där det svenska konstituerar norm och den "invandrades" kultur representerar det icke-önskvärda (Brune 1997, 2003, 2004; Bredström 2002). Tendensen verifieras i flertalet europeiska länder och bildar ett obestridligt mönster av diskriminering och symboliskt våld (ter Val 2002). Sålunda ger kategorin "invandrare" form åt en klass av objekt, föremål som per se utgör "problem som måste hanteras, bemästras, organiseras, kategoriseras, tolereras, kontrolleras, undersökas, etc." (Azar 2005, s 172). Klassificerad som "invandrare" reduceras individen, i denna egenskap av objekt, till en funktion av det svenska subjektets identitetsskapande. Den massmediala exklusionen av hennes egen röst fråntar därmed inte bara individen möjligheten att påverka representationen av den kategori till vilken hon förpassas, i förlängningen förnekas hon därigenom även produktionen av en egen subjektivitet.

Frånvaron av "invandarnas" röster i det offentliga samtalet framträder i Zanyar Adamis ledare *Brev till Sverige* som en väsentlig orsak bakom tillblivelsen av *Gringo*: "Integrationspolitiken har diskuterats på ledarsidorna av en Pelle eller Anna. När fick Abdul eller Manuela från förorten senast komma till tals? Det är trots allt dem politikerna diskuterar. Ett inifrånperspektiv behövs, en röst från förorten som talar med brytning yao!" (G1, s 2). Det är dessa röster *Gringo* vill representera genom att med hjälp av den svenska identitetens omförhandling ersätta invandrar-som-objekt med blatten-som-subjekt. Frågan är dock huruvida födelsen av den senare alls är tänkbar; kan den Andras egen röst upp- eller återfinnas, och kan den under dessa förhållanden representeras? Gayatri Chakravorty Spivak hävdar i en analys av det förtryckta koloniala subjektet att den subalternna Andra saknar förmågan att "tala". Den koloniala repressionens styrka förnekar henne varje möjlighet att göra sin röst hörd. Spivak illustrerar sin ståndpunkt med änkebränningens diskurser i det koloniala Indien. Frånvaron av satins röst – den indiska kvinna vars död beseglats av makens bortgång – påvisar enligt henne att "[m]ellan patriarkat och imperialism,

subjektskonstitution och objektformation, försvinner figuren kvinna, inte i ett primitivt ingenting, utan till ett våldsamt pendlande som är den tvångsförflyttade figurationen av 'tredjevärldskvinnan' fångad mellan tradition och modernisering" (Spivak 2002, s 142).

Väsentligt för förståelsen av Spivaks tes är att hon med begreppet "subaltern" differentierar den koloniserades kategori. Vad hon hävdar är inte att alla koloniserade nedtystades, en inhemsk elit i det indiska samhällets sociala hierarki kunde möjligen göra sig hörd. Däremot begravdes den subalternas kvinnans egen röst under tyngden av den patriarkala indiska traditionen och den brittiska kolonialmaktens vilja att befria henne. Nu är visserligen samtidens Sverige inte det koloniala Indien, och det sammanhang där invandraren-som-objekt skall transformeras till blatten-som-subjekt följaktligen heller inte "tredjevärldskvinnans". Likväl uppvisar situationerna grundläggande affiniteter som här aktualiserar den subjektivitetsproblematik Spivak påvisar; till följd av insikten om den koloniserade klassens inre frakturer pockar de dominansstrukturer som genomskär både "invandrarens" och "svenskens" tvivelaktiga kategorier på att uppmärksammas.

Med hänvisning till denna invändiga differentiering menar Ania Loomba att den Andras röst bara kan representeras om dess kategori homogeniseras och förståelsen av vad det innebär att tala grovt förenklas (Loomba 2005, s 230). En svårighet som för *Gringo* uppkommer i försöket att skapa blatten-som-subjekt är med andra ord att man tycks vara tvungen att göra våld på de representerade. Därtill medför strävan efter att upprätta den Andres subjektivitet ytterligare en problematik då inträdandet i, och talandet från, "invandrarens" position tycks reproducera den samhällsordning *Gringo* vill bekämpa. Michael Azar beskriver i en annan kontext denna paradoxala konsekvens av den koloniserades motsvarande kamp: "Den koloniserade tycks dömd att kämpa utifrån en position som har tillskrivits honom utifrån [som] riskerar att förvandla motståndet till en bekräftelse på ordningens legitimitet och varje form av revolt till en reaktiv rörelse från de koloniserades sida" (Azar 2001, s 221).

Om en lösning på båda dessa problematiker står att finna i *Gringo* kan den härledas ur det tidigare avhandlade perspektivskiftet och omförhandlingen av den svenska identiteten. Adami skriver i den tidigare citerade ledaren *Brev till Sverige* rörande viljan att ge en röst åt den exkluderade: "vi är inte arga, gnälliga svartskallar. Vi är inte svenskar, inte heller invandrare. Vi är individer, representanter från det nya Sverige. Vårt Sverige som vi älskar." (G1, s 2). Även om citatet delvis fördunklar sin innebörd genom att i förhållande till andra texter uppvisa en problematisk

inkonsekvens gällande identitetsbeteckningarnas användning bär det vittne dels om den omförhandlade identitetens karaktär av att vara varken-eller (varken "svensk" eller "invandrare" enligt dikotomins essentialistiska definition). Dels förtydligar citatet att det *inte* är från "invandrarens" förbittrade position *Gringo* anser sig tala.

Sampat Patel inför i en analys av den kvinnliga film- och videokonstnären Prathiba Parmars verk en distinktion mellan den marginaliserade position till vilken Spivak förpassar den subalternas kvinnan och den position förtätad av motstånd som hon menar att kvinnorösterna i Parmars konst kan göra sig hörda ifrån (Patel 2001, s 73f). Frågan om den Andres röst kan upp- eller återfinnas och representeras, om det är möjligt att finna en plats att tala från som inte ger legitimitet åt den rådande samhällsordningen, besvaras i *Gringo* på ett sätt som liknar Patels tolkning av Parmars konst. Det är den svenska identitetens omförhandling som öppnar upp möjligheten för "Abdul eller Manuela från förorten" att göra sig hörda; "invandrarens" marginaliserade plats överges, därav Adamis förnekande av denna position i citatet ovan, för en oppositionell svensk utsägelseposition varifrån exkluderade "blattar" likt "svennar" kan ta till orda. Blatten-som-subjekt representerar därmed inte så mycket en vilja att ge en homogen kategori tillfälle att tala i egenskap av sin annanhet, som ett försök att låta individer av en brokig och söndervittrande grupp "svenskar" bland andra "svenskar" med polyfon stämma fylla i de ohörda berättelsernas tomrum.⁶

Att börja tala från den plats *Gringo* skapar och tillgängliggör är förvisso inte en oproblematisk process. Som Spivak påpekar äger inte den talande själv fullständigt tolkningsföreträde att definiera sin utsägelseposition. För individer som samhället pålägger "invandrarens" stigma manifesterar subjektivitetssträvanden därför en stark spänning mellan den individuella utsägelsens vilja att uttrycka sin egen upplevelse och en ofrånkomlig kollektivering av samma utsägelse pådyvlat den från majoritets-samhället. Gilles Deleuze och Félix Guattari fastslår belysande i deras karakterisering av den "mindre litteraturen" (den litteratur en minoritet utmejslar i ett större språk), med hänvisning till Franz Kafkas författarskap, att en sådan litteratur kännetecknas av att "allt får ett kollektivt värde. Just därför att det inte flödar av talanger i en mindre litteratur, saknas de yttre omständigheterna för *en individualiserad utsägelse* som skulle kunna tillhöra den eller den 'mästaren', och som skulle kunna skiljas från *den kollektiva utsägelsen*." (Deleuze & Guattari 1997, s 20)

Omständighetens allmännare giltighet bekräftar Isaac Julien och Kobena Mercer som likartat beskri-

ver hur svarta filmskapare i Storbritannien förnekas individuell subjektivitet då deras utsägelsemodus konsekvent kollektiviseras (Julien & Mercer 2002, s 150). Till skillnad från Deleuze och Guattari betonar dock Julien och Mercer att orsaken till denna kollektivisering härrör ur belägenheten att "om bara en röst tilldelas 'rätten att tala' kommer den rösten av majoritetskulturen att uppfattas som att den 'talar för' de många som har uteslutits eller marginaliserats bort från tillgång till representationsmedlen" (Julien & Mercer 2002, s 154). Nick Jones uppmärksammar detsamma i ett svenskt sammanhang, där han i en analys av det litteraturkritiska mottagandet av Alejandro Leiva Wengers novellsamling *Till vår ära* (2001) kan konstatera att "[u]tsträckningen på den representativitet som avkrävs författaren är omänskligt stor" (Jones 2003, s 41). Wenger inordnas i "invandrarens" kategori och förväntas tala i dess namn som vore den lika homogen och opak som den föreställda kategori av "svenskar" mot vilken den kontrasteras. Han upphör att vara en författare bland andra och definieras av det prefix som tilläggs hans titel; han blir en *invandrarförfattare* (jfr. Trotzig 2005, s 104f).

Zanyar Adami uppvisar i ledaren *Från fack till bubbla* en stark medvetenhet om representationens börda: "Bara genom att skriva denna ledare tar jag ännu ett steg in i blattefacket [...] Så fort man lyfter huvudet in i offentligheten får man ett klistermärke med texten 'INVANDRARE' på pannan" (G11, s 2). Att till följd därav frånhålla sig från att skriva, att ge vika inför rädslan för utsägelsens kollektivisering, anser han emellertid inte vara en fruktbar lösning eftersom tystnadens bevarande endast kan främja den rådande ordningen: "Jag började skriva för att berätta historier från förorten ur ett inifrånperspektiv och skapa en motkraft till den keffa integrationsjournalistiken. Därför sprang jag in i blattefacket med huvudet före." (G11, s 2). Adamis ledare är i likhet med ett flertal andra texter av varierande karaktär, däribland *Gör mig till chef – inte till alibi* (G9, s 2) och *Nessim* (G2, s 6f) författade av Nur Tural respektive Silan Otlı, alla uttryck för ansatsen att skapa blatten-som-subjekt. Deras berättelser gör anspråk på individuell subjektivitet, men löper den utifrån påtvingade risken att likt Wenger antas företräda och tala för "invandrarens" kategori. Berättelserna som i ena stunden andas subjektets singulära erfarenhet kan sålunda i andra stunden, av läsaren i receptionens moment, dränkas i den odifferentierade invandrarkategoriens kollektiva ocean, trots utsägelsepositionens omförhandlade figuration.

Språkets subversiva kapacitet

I produktionen av den subjektivitet varigenom hennes motstånd mot kolonialmakten får gestalt, är själva utformandet av den koloniserades röst genom språket en skör och svårhanterlig process eftersom hon tvingas kommunicera "*underifrån* i relation till en adressat (maktens representanter) som inte vill någonting hellre än att denna marginaliserade position består, *på ett språk* vars dagordning och regelverk just är ett av maktens främsta vapen för att bevara den marginaliserade som marginaliserad" (Azar 2002a, s 18). Språket måste därför i händerna på den koloniserade med stor känslighet anpassas och omvandlas om hon ska kunna undvika att reproducera den koloniala maktordningen. Salman Rushdie framhåller detsamma när han konstaterar att brittisk-indiska författare i berättandet av indiska teman "inte kan använda språket rakt av på samma sätt som britterna; det måste göras om för våra syften." (Rushdie 1999, s 250). Den (post-)koloniala problematik som Azar och Rushdie här inringar är relevant också i ett svenskt sammanhang då svenskan liksom kolonialmakternas språk avspeglar samhällets rådande maktordning (Peralta 2005).

I bevarandet av denna ordning har identitetsbeteckningar, vilka interPELLerar individer som subjekt i det sociala fältets hierarkier, en oundgänglig funktion. Att *Gringos* motstånd mot samhällssystemets nuvarande organisation ordnas runt benämningens process är därför inte märkligt. Som tidigare berördes ersätter i hög grad tidningen den allmänt vedertagna dikotomin "svensk"-"invandrare" med begreppen "svenne" och "blatte" vilket tidigare beskrevs möjliggöra båda beteckningarnas införande under den överordnade benämningen "svensk". Dislokaliseringen av en etablerad vokabulär som på detta sätt sker när begreppsapparaten legitimitet ifrågasätts eller tillbakavisas är förvisso produktiv också i andra hänseenden. Avståndstagandet representerar en vilja att undvika den vedertagna terminologins följsamhet, dess symmetriska flöde, för ett i förhållande till detta diskontinuerligt eller asymmetriskt begreppsbruk. Vad som vid en första anblick kan uppfattas som ett distraherande eller stötande framställningssätt hindrar läsaren från att tillägna sig textens budskap utan att göra sig uppmärksam på språket som sådant.

Tvärt emot begreppen "svensk" och "invandrare", vilkas problematiska karaktär avslöjas av deras allmänna bruk, kommunicerar sedvanligen "blatte", "svartskalle" och "svenne" oförtäckt pejorativa at-

tityder som inte accepteras [sic] i det offentliga rummet. Hade motståndets diskurs approprierat de etablerade begreppen med deras sken av ideologisk oskuld skulle budskapets innehåll riskera att förvrängas och assimileras in i samma språkliga och kulturella ordning det är avsett att bekämpa. Via användandet av en terminologi läsaren känner som normalt oacceptabel i *Gringos* mediala kontext inskränks dock möjligheten till assimilation drastiskt. Språket förtätas av motstånd redan på benämningens nivå, och genom inversionen av den attityd begreppen förmedlar i tidningen angrips samtidigt deras tidigare innebörd. De vänds ut och in och överskrider sina traditionella gränser; briserar i texten för att exponera alternativa, oppositionella och tvetydiga betydelser. Siavosh Zarasvand skriver i artikeln *Svartsalle – inget skällsord* att "[j]ag är en svartsalle, något som jag är sådär svenskt halvtolt över. Genom att kriminalisera ordet svartsalle gjorde regeringen främlingsfientligheten en större tjänst än den någonsin vågat drömma om." (G2, s 2). Att återföra begreppen "svartsalle" och "blatte" till sammanhang från vilka de tidigare utesluts, och i processen invertera deras rasistiska karaktär, utgör således en strategi för att motverka och upphäva benämningarnas makt att sår; en affektiv attitydförändring liknande den négritude inskrev i begreppen "svart" och "neger" (Sartre 1949; Lundahl 2005).

Kampen över begreppens innebörd begränsar sig dock inte till identitetens beteckningar, utan sträcker sig även till det övriga språkbruket. I ledaren *Svenskheten finns i förorten* gör Zanyar Adami gällande att "[v]i skriver med ett språk som tidigare bara ekat mellan förortens betongväggar." (G13, s 2). Vad han åsyftar är användningen av den språkliga varietet som omväxlande namnges blattesvenska eller miljonvenska⁷ och i akademiskt språkbruk betecknas multietniskt ungdomsspråk (Fraurud & Bijouvet 2004). I citatet framhäver Adami själv dess (diskursiva) närhet till "förorten", en närhet som dessutom associativt förknippar varieteten med "invandraren". Till följd av dessa förhållanden har det multietniska ungdomsspråket kommit att behäftas med samma mindervärdiga stigma som både "förortens" och "invandrarens" diskursiva konstruktioner. Samtidigt är det ett idiom som uppkommit i den sociokulturella miljön där spåren av de senare decenniernas utomeuropeiska invandring är tydligt inetsade, och varieteten bär själv de syntaktiska, morfologiska och lexikala tecknen på denna belägenhet (ibid., s 400).

De marginaliserade rösternas berättelser i *Gringo*, framförda på ett språk (det multietniska ungdomsspråket) vars ursprung [sic] återfinns i samhällets periferi, liknar i särskilda hänseenden en tjeckisk judes (Frantz Kafka) författande på tyska. De åstadkommer

inifrån ett större språk en mindre praktik präglad av mutationer och omgestaltningar av det större. Den mindre litteraturens begrepp hos Gilles Deleuze och Felix Guattari betecknar precis ett sådant skrivande; det i förhållande till den större litteraturen, mästarlitteraturen, revolutionära skrivande som en minoritet utövar i ett större språk (Deleuze & Guattari 1986, 1997). Begreppets relevans sträcker sig följaktligen långt bortom Kafkas egna litterära gärningar. Michael Azar framhäver dess användbarhet i en postkolonial kontext. I analyser av Patrick Chamoiseaus och Assia Djebars frankofona författarskap visar han hur de, liksom Kafka, förmår skapa ett eget manöverutrymme i ett större språk (Azar 2002a, 2002b). Existerande skillnader till trots uppvisar det svenska sammanhanget avgörande likheter med dessa författares, varför den mindre litteraturens begrepp är tillämpligt även för *Gringos* vidkommande.

I föregående avsnitt omnämndes som kännetecknande för en sådan litteratur utsägelens kollektivisering. En annan utmärkande egenskap är enligt Deleuze och Guattari att varje individuellt och familjärt bekymmer i en mindre litteratur är direkt förbundet med det politiska; den individuella saken är som "förstorad i mikroskop", tydligt förankrad i politikens kollektiva motsättningar (Deleuze & Guattari 1997, s 20). *Gringo* uppvisar likartat i omförhandlingen av den svenska identiteten och försöket att därigenom tillgängliggöra nya utsägelsepositioner en politisk omedelbarhet. Det språkliga uttryckets här skildrade särdrag förstärker denna egenskap hos texten ytterligare: identitetsbeteckningarnas kreativa användning exponerar liksom det multietniska ungdomsspråket en starkt politiserande tendens. Med dessa praktiker placeras således *Gringo* språket i sig på offentlighetens arena, för att där provocera fram frågor om ordens, i förlängningen också talarnas, status och stigmatisering i det svenska samhället.

Deleuze och Guattari framlyfter dock den mindre litteraturens språkbruk främst i ett annat hänseende. Utöver utsägelens kollektivisering och textens politiska omedelbarhet karakteriseras det minoritära skrivandet av en stark deterritorialiseringskoefficient. Kafkas skrivande på Prags "uttorkade" tyska får språket att, med deras egen metaforik, "vibrera med intensitet" och "fly längs skapande flyktlinjer" (Deleuze & Guattari 1997, s 22, 27). Med sina syntaktiska och lexikala omvandlingar lösgör sig skriften från den större litteraturens etablerade utförandeformer och övergår till att vara en revolutionär praktik. Vedertagna meningsstrukturer upplöses i Kafkas författande på ett språk som inte befinner sig i det rikas och ordinäras situation: "Det finns inte längre ett betecknande av någonting i förhållande till en

egentlig mening, och inte heller något bestämmande av metaforer i förhållande till en figurerad mening.” (Deleuze & Guattari 1997, s 23). För *Gringos* vidkommande återfinns en annorlunda men närbesläktad deterritorialiseringstendens i språkbrukets särdrag: den använda vokabulären anstränger språkets upplevda gränser genom att utmana skiljelinjen för det svenska mot det icke-svenska. Emellertid är det multietniska ungdomsspråkets influens i tidningstexten, i motsats till vad Adami i ett tidigare citat antyder, inte större än att den inskränker sig till enstaka utspridda ordval. Många artiklar är helt i avsaknad av varietetens språkliga element.

I de texter där det multietniska ungdomsspråket dock förekommer är det främst lexikala enheter hämtade från andra språk som används. Ofta är dessa strategiskt placerade i artikelrubriker eller färdiga textsegment där deras synlighet blir påfallande. Exempel på det förra återfinns i rubrikerna *Medierna fakkar förorten* (G9, s 4f) och *Vad är sommrish?* (G13, s 3), och likaså i det följande exemplet som främst illustrerar varietetens inflytande i en kortare text: ”Månadens Bax [rubrik, förf. anm.]: Äow din bergsgorilla, vad händer? Nu är den äntligen här: rygghyveln! Stoppa din vanliga hyvel i det enorma handtaget från razorba och hyvla loss på ryggen. Är du sjukt smidig kanske du når hela vägen ner till göten. Testa dig fram. Fungerar lika bra på systrar som brushor, förstås. Tjall den på: razorba.com.” (G15, s 3). I centrum ställs även det multietniska ungdomsspråket under den återkommande rubriken *Nya svenska ord*, en artikelserie där varietetens ord introduceras som *svenska* för den okunniga läsaren. För ett av orden, ”aina”, lyder definitionen: ”Aina är en förkortning på det turkiska slangordet ’aynasiz’, som egentligen betyder ’utan spegel’, men syftar på polisen, en eller flera. Så när någon ropar ’Skynda bre, aina kommer!’ kan du vara säker på att blattarna har gjort något riktigt skurkaktigt” (GG2, s 48).

Det ringa användandet till trots förvandlar varietetens närvaro i berättandet av exkluderade erfarenheter, likt vad Azar konstaterar om den antikoloniala motståndslitteraturen, texten till ett motspråk där erfarenheten av diskriminering och exkludering ”redan på skriftens nivå översätts till en berättelse om motstånd, omgestaltning, kulturell korsbefruktnings och alternativa framtidsvisioner” (Azar 2002a, s 22). En subversiv potential står således att finna i *Gringos* språkbruk. I minoritetsskrivandets perifera manöverutrymme emanerar denna omstörtande kapacitet eller revolutionära kraft, enligt Homi Bhabha, från det faktum att majoritetens språk *kan* praktiseras ”mindre”. De transformationer av majoritetens diskurs som ett sådant bruk implicerar får majoriteten att

möta formen för sin egen relativa existens. Språket är inte enbart i dess ägo; kontinuerliga förändringar och inre översättningar oinbetydligt gör varje möjlighet till definition av det som ett harmoniskt system, fullbordat och slutet. Skapandet av en mindre praktik i det större språket, konsten att skriva som en främling på sitt eget språk, urholkar majoritetens auktoritet:

Minoritetsskrivandet framträder ur sin olika och ojämna kulturella belägenheter inuti en grym, orolig fördröjning som åstadkommer en diskontinuerlig förskjutning av majoriteten och får den att konfrontera sin egna bräckliga perifera existens. Minoritetsskrivandets kritiska udd föds ur denna perifera temporalitet som ombetecknar eller översätter majoritetens diskurs i termer av den minoritetstradition som är bestämd av sin perifera utgångspunkt. (Bhabha 1997, s 33)

Om majoritetens konfrontation med sin egen bräckliga perifera existens betecknar ett ofrånkomligt moment av faktiskt erkännande av den egna identitetens instabilitet, verkar denna Bhabhas tolkning av den kommunikativa osamtidighetens möte mellan majoritet och minoritet vara idealiserad. Maktrelationerna som strukturerar varje språkligt system gör sannolikt ett sådant erkännande svåruppnåeligt och nyckfullt. Visserligen utmanar det multietniska ungdomsspråket gränserna för det majoritära språket, varför dess användning i *Gringo* onekligen uppvisar en subversiv potential. Att läsaren i mötet med texten nödvändigtvis skulle komma att konfrontera sitt främlingskap inför det egna språket, eller i mer generella termer ”sin alienation eller sekundäritet i förhållande till sig själv” (Rutherford 1999, s 285), förblir dock en möjlighet bland andra. Den omstörtande kapaciteten kan i samma möte underställas oppositionella eller antipatiska läsningar, varigenom budskapet förvanskas och neutraliseras av samma maktordning det avser att bekämpa.

Slutord

Denna artikel har sökt belysa förhållningssättet *Gringo* företräder i sin samhällsanalys beträffande den inledningsvis framställda triaden av teman: identitet, subjektivitet och språk. Med avseende på det första av dessa påvisar artikeln hur tidningen i sin ansats att utmana essentialistiskt grundade föreställningar om nationen istället erkänner den svenska identiteten som en historiskt bunden konstruktion. I strävan efter att därutöver undvika den förhärskande dualism som begreppsparet ”svensk”-”invandrare” innefattar omförhandlas identitetsbeteckningarnas traditionella betydelser. Benämningarna ”svenne”

och ”blatte” introduceras i detta försök att överskrida dikotomins fastlagda kategorier, inte som omedelbara substitut för tidigare begrepp utan som negotierade och omdanande ersättningar vilka båda subsumeras under en övergripande svensk identitet.

Med understöd av en ofta påfallande humoristisk och ironisk attityd, förmedlad genom lek med stereotyper, skildras denna svenska identitet som en ytterst heterogen och svårgreppbar konstruktion. Dess framförhandling överskrider hävdvunna gränser; hybriditetens nödvändighet betonas och ges dessutom formen av identitetspolitisk strategi. Identitetens re-artikulering ledsagad av beteckningarnas förändrade betydelse innebär därtill att *Gringo* konstruerar, eller finner, och tillgängliggör nya platser att tala utifrån. Tidigare exkluderade röster ges därmed möjlighet

att uttryckas och höras, visserligen inte oproblematiskt, i egenskap av sig själva. Den individualiserade utsägelens modus till trots kvarstår dock frågan om vilka de är som tillåts tala och omskapa sig som subjekt, och hur dessa förhåller sig till alla de som inte erbjuds samma möjlighet.

Identitetsbeteckningarnas betydelseförskjutningar och den sporadiska användningen av multietniskt ungdomsspråk bidrar slutligen till att på skriftens nivå förtäta textens subversiva potential. Bruket av stigmatiserade begrepp som ”blatte” och ”svartskalle” omvandlar och neutraliserar den destruktiva kraft som de traditionellt har innehållit; språkbruket situerar omedelbart *Gringo* på arenan för det politiska och tecknar där de konturer av motstånd som utpekar förändringens riktning.

Noter

1. I augusti 2007 lades *Gringo* ner efter att ägaren Latifeh AB ansökt om konkurs. Dessförinnan distribuerades tidningen månatligen som åttasidig inlägg i Metro sedan augusti 2004. Tidningen var således kostnadsfri och annonsfinansierad, men i sin relation till Metro redaktionellt självständig och ekonomiskt oberoende. Företaget Latifeh AB publicerade även tidskriften *Gringo Grande* som var ett hundra-sidigt magasin med sex utgivningstillfällen/år. Innehållet var delvis identiskt med tidningens och komponerades av reportage (även fotografiska), korta texter, krönikor, debattartiklar och läsartester. *Gringo* fanns även som nätpublikation vars innehåll överrensstämde med tidningens. Latifeh AB bedrev därutöver ett antal icke-mediecentrerade verksamheter.
2. Ett framträdande fall som bekräftar *Gringos* förmåga att påverka samhällsdebatten utgjorde den s.k. ”debatten om blattesvenskan” vårmånaderna 2006. Inflytandet över denna debatt återfinns inskrivet redan i dess själva benämning, då *Gringo* bar det väsentliga ansvaret för introduktionen av beteckningen ”blatte” i offentlig diskurs. Även i upprinnelsen till debatten var tidningen direkt delaktig genom publiceringen av en sarkastisk anklagelseakt betitlad *Witt-Brattströmska kompaniet söker språkfascister* (*Gringo* 3.4 2006). Därigenom gav *Gringos* oppositionella ståndpunkt gentemot en av ordväxlingens parter, Ebba Witt-Brattström, upphov till det polära ramverk som andra debattörer var hänvisade att förhålla sig till.
3. Till grund för denna artikel ligger delar av arbetsrapporten *Konsten att skriva motstånd: motståndskommunikation i tidningen Gringo*, en explorativ och kvalitativ analys av *Gringos* innehåll genomförd vid Södertörns högskola hösten 2005. Undersökningen baserades på närläsningar av samtliga femton nummer av tidningen utgivna mellan augusti 2004 och oktober 2005. Därtill ingick i det empiriska underlaget två nummer av tidskriften *Gringo Grande* publicerade i juni och oktober 2005.
4. Hänvisningarna till de specifika numren i den förestående texten följer en specifik modell. Tidningen förkortas med ett G följt av den siffra som representerar vilken plats i utgivningsordningen numret har (G1-G15). Hänvisningarna till *Gringo Grande* följer samma mönster och betecknas GG1 respektive GG2.
5. Det tredje rummet utgör den symboliska plats, eller de diskursiva förutsättningar, som garanterar att all meningsproduktion nödvändigtvis saknar primordial enhet och essens; alla tecken bär via översättning, associering och appropriering spår av andra dito och är därmed nödvändigtvis hybrida (Bhabha 1997, s 37).
6. Oavsett om *Gringo* försöker individualisera det modus med vilket exkluderade röster tar till orda kvarstår frågan om vilka de är som gör sig hörda, och hur dessa förhåller sig till alla dem som inte får samma möjlighet. Vilka människor utgör den svenska kontextens subaltern, och ges de i *Gringo* möjlighet att tala? Från vilka tvärsnitt av ”invandrarens” bestridda kategori hämtas exkluderade röster? Frågorna bör inte försummas, men tvingas här lämnas obesvarade.
7. Miljonsvenska är den term som i *Gringo* anförts. Orsaken till uppfinnandet av detta begrepp är flerfaldigt; dels uppvisar det redan i sitt lexikala uttryck den nära förbindelsen med *miljon*programmets förorter, dels konnoterar prefixet ”miljon-” andra positiva begrepp som mångfald och rikedom. Den affektiva attitydförändring som *Gringo* inskriver i begrepp som ”blatte” och ”svartskalle”, en förändring som representerar en vilja att skänka stigmatiserade termer en positiv innebörd, återfinns således även i benämningarna av den språkliga varieteten.

Källor

- Ashcroft, Bill (1998) *Key Concepts in Post-colonial Studies*. London: Routledge.
- Azar, Michael (2001) *Frihet, jämlikhet, brodermord: revolution och kolonialism hos Albert Camus och Frantz Fanon*. Stockholm: Östlings bokförlag symposion.
- Azar, Michael (2002a) Den andres språk: Patrick Chamoiseau, kreolisering och motståndslitteratur, *Glänta* 2/2002: s 17-37.
- Azar, Michael (2002b) De begravda rösterna och den dubbla exilen: om Assia Djebar, *Glänta* 2/2002: s 92-96.
- Azar, Michael (2005) Det symboliska objektet: delen, landet och den nationella gemenskapen, i de los Reyes, P. & Kamali, M. (red.) *Bortom Vi och Dom: Teoretiska reflektioner om makt, integration och strukturell diskriminering*. Stockholm: Edita Norstedt.
- Bhabha, Homi (1994) *The Location of Culture*. London: Routledge.
- Bhabha, Homi (1997) Minoritetsmanövrer och oavklarade förhandlingar, *Ord & Bild* 6/1997: s 29-43.
- Björk, Sverker (1997) *Invandrapolitisk diskurs: blick och överblick på svensk invandrapolitisk debatt under tre decennier*. Umeå: Umeå universitet.
- Bredström, Anna (2002) Rasifierade ungdomar och mediadiskurser, i de los Reyes, P., Molina, I. & Mulinari, D. (red.) *Maktens (o)lika förklädnader: kön, klass & etnicitet i det postkoloniala Sverige*. Stockholm: Atlas.
- Brune, Ylva (1997) Journalistikens Andra: invandrare och flyktingar i nyheterna, *Nordicom Information* 4/1997: s 33-47.
- Brune, Ylva (2003) Den mystiska kulturkrocken: "invandrarkillen" och "invandrantjejen" i mediehändelsernas mitt, i Tufte, T. (red.) *Medierne, minoriteterna och det multikulturella samfund*. Göteborg: NORDICOM.
- Brune, Ylva (2004) *Nyheter från gränsen: tre studier i journalistik om "invandrare", flyktingar och rasistisk våld*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation.
- Cottle, Simon (2000) Media Research and Ethnic Minorities: Mapping the Field, i Cottle, S. (red.) *Ethnic Minorities and the Media*. Buckingham: Open University Press.
- Dahlstedt, Magnus (2004) Den massmediala förortsdjungeln: representationer av svenska förortsmiljöer, *Nordicom Information* 4/2004: s 15-29.
- Deleuze, Gilles & Guattari, Félix (1986) *Kafka: Towards a Minor Literature*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Deleuze, Gilles & Guattari, Félix (1997) Vad är en mindre Litteratur?, *Ord & Bild* 6/1997: s 19-28.
- Eide, Elisabeth (2003) The Long-distance Runner and Discourses on Europe's Other: Ethnic Minority Representation in Feature Stories, i Tufte, T. (red.) *Medierne, minoriteterna och det multikulturella samfund*. Göteborg: NORDICOM.
- Ericsson, Urban, Molina, Irene & Ristilampi, Per-Markku (2000) *Miljonprogram och media: föreställningar om människor och förorter*. Trelleborg: Riksantikvarieämbetet & Integrationsverket.
- Hall, Stuart (1996) Introduction, i Hall, S & du Gay, P (red.) *Questions of Cultural Identity*. London: Sage.
- Fraurud, Kari & Bijouvet, Ellen (2004) Multietniskt ungdomsspråk och andra varieteter av svenska i flerspråkiga miljöer, i Hylténstam, K. & Lindberg, I. (red.) *Svenska som andraspråk: i forskning, undervisning och samhälle*. Lund: Studentlitteratur.
- Hall, Stuart (1999) Kulturell identitet och diaspora, i Eriksson, C., Eriksson B. M. & Thörn, H. (red.) *Globaliseringens kulturer: den postkoloniala paradoxen, rasismen och det mångkulturella samhället*. Nora: Nya Doga.
- Jones, Nick (2003) Representationens börda, *Nätverket* 12/2003: s 36-49.
- Julien, Isaac & Mercer, Kobena (2002) Marginal och centrum, i Konstfack (red.) *Postkoloniala studier*. Stockholm: Raster förlag.
- Loomba, Ania (2005) *Kolonialism/Postkolonialism: en introduktion till ett forskningsfält*. Stockholm: Tankekraft förlag.
- Lundahl, Mikaela (2005) *Vad är en neger? Negritude, essentialism, strategi*. Göteborg: Institutionen för idéhistoria och vetenskapsteori.
- Löwander, Birgitta (1997) *Rasism och antirasism på dagordningen: studier i televisionens nyhetsrapportering i början av 1990-talet*. Umeå: Umeå Universitet.
- Patel, Sampat (2001) *Postcolonial Masquerades: Culture and Politics in Literature, Film, Video, and Photography*. New York & London: Garland Publishing.
- Peralta, Amanda (2005) Det sagda och det tänkta: Begrepps-användning och begreppsskiftet i diskursen om invandrare och invandringspolitik, i de los Reyes, P. & Kamali, M. (red.) *Bortom Vi och Dom: Teoretiska reflektioner om makt, integration och strukturell diskriminering*. Stockholm: Edita Norstedt.
- de los Reyes, Paulina & Kamali, Masoud (2005) Teoretiska reflektioner om makt, integration och strukturell diskriminering, i de los Reyes, P. & Kamali, M. (red.) *Bortom Vi och Dom: Teoretiska reflektioner om makt, integration och strukturell diskriminering*. Stockholm: Edita Norstedt.
- Rushdie, Salman, (1999) Imaginära hemländer, i Eriksson, C., Eriksson B. M. & Thörn, H. (red.) *Globaliseringens kulturer: den postkoloniala paradoxen, rasismen och det mångkulturella samhället*. Nora: Nya Doga.
- Rutherford, Jonathan (1999) Det tredje rummet: Intervju med Homi Bhabha, i Eriksson, C., Eriksson B.M. & Thörn, H. (red.) *Globaliseringens kulturer: den postkoloniala paradoxen, rasismen och det mångkulturella samhället*. Nora: Nya Doga.
- Said, Edward (1995) *Kultur och imperialism*. Stockholm: Ordfront.
- Sartre, Jean-Paul (1949) Svart Orfeus, *Poesi* 4/1949: s 5-34.
- Shohat, Ella (1993) Notes on the 'Post-colonial', *Social Text* 32/1993: s 99-113.
- Spivak, Gayatri C. (2002) Kan den subalterna tala?, i Konstfack (red.) *Postkoloniala studier*. Stockholm: Raster förlag.
- Trotzig, Astrid (2005) Makten över prefixen, i Matthis, M. (red.) *Orientalism på svenska*. Stockholm: Ordfronts förlag.

ter Val, Jessika (red.) (2002) *Racism and cultural diversity in the mass media: an overview of research and examples of good practice in the EU member states 1995-2000*. Wien: EUMC.

Werbner, Pnina (1997) *The Dialectics of Cultural Hybridity*, i Werbner, P. & Modood, T. (red.) *Debating Cultural Hybridity: Multi-cultural Identities and the Politics of Anti-Racism*. London & New Jersey: Zed Books

Lyden af børne-tv – eller: Hvordan man ser fjernsyn med ryggen til

NICOLAI JØRGENSGAARD GRAAKJÆR & STINE LIV JOHANSEN

Ærindet for denne artikel er at undersøge lyden af en programflade på en dansk reklamefinansieret, public service-kanal, der henvender sig til børn. Undersøgelsen er motiveret af tidligere observationsstudier (Johansen, 2005)¹, der blandt andet har vist, at småbørn i høj grad er tv-lyttere. For eksempel har det vist sig, at et lille barn sjældent sidder stille foran tv ret længe ad gangen, men derimod forholder sig til tv såvel som til en række andre fænomener (legetøj, andre personer osv.) på samme tid. Det har vist sig, at auditive fænomener spiller en vigtig rolle i denne sammenhæng: Selv når barnet kigger væk eller går ind i et andet rum, er tv'ets lyd en kontinuerlig anknytning til tv'et, og lyde kan for eksempel fungere som en kulisse, der integreres i barnets leg, ligesom lyde kan hidkalde – og i perioder bidrage til at fastholde – barnets visuelle opmærksomhed. Og på sin vis bør det ikke overraske: Heller ikke det lille barn kan lukke eller dreje ørerne, og når det sammenholdes med en forståelse af småbarnet som sonderende og orienterende i sit tv-brug (inspireret af Strandells 1994 undersøgelser af børns adfærd i daginstitutioner), bliver det yderst relevant at lægge ørerne nærmere til det tv-udbud, som småbørn typisk udsættes for. Og artiklens hovedspørgsmål bliver da: Hvad karakteriserer lyden af børne-tv? Og hvordan har denne lyd eventuel forbindelse med børns receptionsmonstre, som vi kender dem fra vore observationer?

På trods af relevansen af lyde for forståelsen af småbarnets tv-reception, findes der ikke overvældende mængder af studier på området. Overordnet er det således karakteristisk, at mens der nok er pågået en stor mængde forskning angående børneprogrammer og børns brug af tv (især vedrørende særlige indholdselementer (vold) og genrer (reklamer) jf. for eksempel Simpson 2004 og Tuft 1999), er det typisk, at auditive fænomener i disse sammenhænge er behandlet perifert. Dertil kommer at kun få studier har fokuseret på småbørn i undersøgelser af tv-recep-

tion (Barr & Hayne 1999). Årsagerne til den liden forskningsmæssige interesse kan være mange, men grundlæggende obstruerende for en nuanceret forståelse er selvfølgelig en teoretisk negligerende af vigtigheden af de involverede fænomener: En uvilje til, i det hele taget, at opfatte småbørns mediebrug som særlig betydelig samt en underkendelse af lydens betydningsdannende og opmærksomhedsfængende potentiale. Denne negligerende kan siges at være impliceret i følgende udsagn, fra en forsker med en ellers beslægtet interesse med den nærværende: ”Både 1- og 2-åringen fanges af uvante og spennende billeder som bevæger sig på skærmen. Men først i 2½-3-årsalderen regner vi med at småbørn begynder at se fjernsyn mere systematisk” (Hake 1998:37). Det er, som antydning, vores hypoteser, at også småbørns ”usystematiske” mediebrug er betydningsfuld og at småbørn også ”fanges” af andet end ”uvante og spændende billeder”.

Præsentation af analysemateriale

I den nærmere præsentation og karakteristik af det udvalgte programflow vil vi være inspireret af Williams' (1974/2003) tidlige identificering af flow-niveauer på fjernsynets sendeflade. Der skal således identificeres tre niveauer med stigende grad af specificitet: Et første niveau, som identificerer den af TV 2 listede programrækkefølge, et andet niveau, der identificerer alle afgrænsede programtyper, som rent faktisk optræder (programlisten eller ej), samt et tredje niveau, som identificerer den aktuelle følge af klip i den enkelte programtype, og på dette niveau bliver analyser af for eksempel klippertyper, kameraperspektiver, billede- og lydforløb relevante. De tre niveauer repræsenterer således forskellige specificeringer af tv-sendefladens tidsmæssige udfoldelse og en analyse af disse niveauer gør det muligt at synliggøre både sammenhængene mellem programtyper

såvel som overgangene mellem programmer og specifikke programelementer. Vi er således i den kommende analyse interesserede i det flow, som kanalen så at sige pålægger sine seere (kanal sub-flow, Jensen 1994), mens vi i vore tidligere observationer har været interesseret i det flow, seeren kan siges at definere (det såkaldte seer sub-flow, Jensen 1994).

Den valgte case er programfladen torsdag den 19. januar 2006² mellem kl. 5.55 og 7.00, som består af programmet Martin og Ketil – verden for begyndere, samt to tegnefilm. Programmet er valgt, da det er på dette tidspunkt, TV 2s tilbud til børn i førskolealderen optræder, og det har et typisk seertal på omkring 70.000, hvilket gør det til det mest sete børneprogram på TV 2 på hverdage³. Programmet har i sin nuværende form været sendt siden 2004⁴. På analysetidspunktet sendes programmet mellem klokken seks og syv på TV 2, hvorefter det sendes på TV 2 zulu⁵ indtil klokken ni. En sammentælling af programfladens elementer (jf. figur 1 for oversigt) viser, at der optræder tre programmer (niveau 1) og 35 ikke-programmer⁶; herunder 14 enkelte spotreklamer og ni forskræp (niveau 2). Tidsmæssigt optager programmerne ca. 71%, mens ikke-programmerne optager ca. 29% af fladen⁷. I det følgende vil vi præsentere indholdet på disse to niveauer.

Niveau 1 – programmer

Programmet ”Martin og Ketil – verden for begyndere”, som den analyserede programflade er bygget op omkring, er en værtsbåret episodeserie. Martin og Ketil er rejst ud i et rumskib på deres ’første himmelfart’. De flyver rundt ude i rummet, og de besøger i hvert afsnit en afkrog af Jorden. Nogle af afsnittene har et humoristisk element, men grundideen i dem er decideret vidensformidlende, ofte med et stærkt normativt, moralsk aspekt omhandlende for eksempel demokrati, børns rettigheder eller økologi.

Programmet er præget af mange tilbagekomne temaer og korte, fra dag til dag næsten identiske, indslag, som ikke har nogen særlig indbyrdes tematisk sammenhæng (udover altså at repræsentere Martin & Ketils gøren og laden), og på den måde har programmet montage-tilsnit. Som det vil fremgå af analysen nedenfor optræder Martin & Ketil i to omgange på den valgte programflade, og, som det er typisk for programmet – og som programmets gentagelser tillader – er det i to forskellige struktureringer af de samme indholdselementer.

Imellem de to udgaver af Martin & Ketil optræder programmet Duck Dodgers. Duck Dodgers er en tegnefilm, der optræder som episodeserie. Filmene

Figur 1. TV 2 torsdag den 19. januar 2006

Tid	Varighed	Flowniveau 1	Flowniveau 2
5:55	4:45	Martin & Ketil	Stillbillede
5:59	0:15		Bumber ('Nu kan du se...')
6:00	8:46		Martin og Ketil
6:09	1:46		Filler (Elisabeth synger Halfdan Rasmussen sang)
6:10	0:08		Bumber ('Nu kan du se...')
6:11	0:55		Forskræp
6:11	0:03		Bumber ('Reklamer')
6:11	0:59		Spot reklamer
6:13	0:03		Bumber ('reklamer')
6:13	22:05	Duck Dodgers	Duck Dodgers
6:35	0:55		Forskræp
0:03			Bumber ('reklamer')
6:36	1:54		Spot reklamer
0:03			Bumber ('reklamer')
0:02			Bumber ('Nu er der...')
6:38	15:34	Martin & Ketil	Martin & Ketil
6:53	0:40		Forskræp (Live fra Nyhederne)
0:20			Forskræp (Morgen TV)
6:55	0:55		Forskræp (øvrige programmer)
6:56	0:03		Bumber ('Reklamer')
	Ca. 3 min.		Spot-reklamer
0:03			Bumber ('Reklamer')
7:00	---	Go'morgen Danmark...	Nyhederne

handler om Daffy Duck som Duck Dodgers og Pelle Gris som Cadet, der er på missioner i rummet. Der er således (ikke-intenderet⁸) tematisk sammenfald mellem de to programelementer. Filmene har elementer af det overnaturlige, og således optræder både magi og rumvæsner. I hver blok sendes to episoder med afsluttede handlinger.

Niveau 2 – 'ikke-programmer'

Som nævnt udfyldes ca. 29% af fladens tid af ikke-programmer. Grundet det valgte programflows partikularitet og en generel liden forskningsmæssig interesse om fænomenet 'ikke-programmer', kan det være svært at kvalificere disse tal nærmere. Konsulteres en af de få forskere, der rent faktisk har undersøgt 'ikke-programmer', kan det dog overordnet anføres, at der er en tendens for aktuelle programflader til at "levere bidder af informationer med løfte om mere senere", og at der generelt "... i stigende omfang [er] tale om selvreferencer indenfor programuniverset" (Stigel 2004:29)⁹. Dette forhold hænger sammen med det øgede kanaludbud, der ansporer den enkelte kanal til at iværksætte foranstaltninger, der kan tiltrække og fastholde seeropmærksomhed. Og det er i denne sammenhæng at egenreklamer spiller en væsentlig rolle.

I det analyserede materiale optræder følgende former: Bumbers (korte, annoncerende indføringer til eller udledninger fra en programtype, som står umiddelbart omkranset af disse bumbers), forskræp (en længere forudannoncering af et ikke umiddelbart forstående men derimod kommende program) og programoversigt (i det aktuelle tilfælde et stillbillede med en opstilling af den umiddelbart forestående sendeflade, dvs. niveau 1). Derudover optræder der en filler; et program, der ikke er forudbestemt at skulle optræde på det givne tidspunkt, og som udfylder en pludseligt, uforudset 'hul' i programflowet. Programmet er en egenreklame på en lidt anden måde end de hidtil nævnte; den profilerer kanalen, og den repræsenterer det stof, som kanalen er – eller gerne ser sig – gjort af uden at være direkte knyttet til den øvrige programflade.

Egenreklamerne har specifikt til formål at levere seere til programmerne (jf. niveau 1), som så for sin del har til formål (blandt andet) at levere seere til en anden type af 'ikke-programmer' (jf. niveau 2), nemlig spot-reklamen (et, fra kanalens perspektiv, fremmedelement, der optræder over en periode på typisk mellem 10-40 sekunder, og som annoncerer en vare uden direkte tilknytning til kanalen selv). For begge typer af reklamer er ærindet at udpege og karakterisere en attråværdig fremtidig oplevelses- (egen-

reklame) eller købsmulighed, og dermed kan man forvente en vis stilistisk ensartethed (som det analytisk skal undersøges om lidt). Men reklametyperne er også forskellige, idet de peger henholdsvis 'indad' mod en fremtidig oplevelse i den nærværende kanalverden (de fleste af de nævnte typer af egenreklamer) og 'udad' mod en fremtidig købsaktivitet i en umiddelbart fraværende markedsverden (spot-reklamer). En væsentlig forskel er også, at spot-reklamerne er omfattet af en række restriktioner, der samlet set skal sikre, at der er tydelige grænser mellem kanalverdens oplevelsestilbud (som de forudannonceres og udfolder sig) og markedets købstilbud.

Set fra programoversigten er ikke-programmerne tilsyneladende ubetydeligt fyldstof; de optræder anonymt (ikke-nævnt og karakteriseret)¹⁰ som noget, der blot fylder pauser ud mellem de egentlige programmer. Set fra kanalens perspektiv er dette fyldstof selvfølgelig meget vigtigt; det er det stof, som kan pirre, tiltrække og fastholde seere (så der er publikum for kanalen, dens tilbud og dens annoncørers tilbud) ved blandt andet at sørge for, at der ikke opstår 'huller' eller standsninger på programfladen. Set fra tilskuerens perspektiv er vigtigheden af dette stof mere diffus; en del af stoffet vil sandsynligvis ofte blive mødt med rutinemæssig ligegyldighed eller afvisning (de uinviterede og ikke program-relevante spotreklamer) mens andet stof måske vil følges med større interesse (for eksempel forudannonceringer af programmer, der har ens interesse). Diffusiteten i forbindelse med tilskueres perspektiv hænger selvfølgelig også sammen med, at 'tilskuere' langt fra repræsenterer en homogen og entydig størrelse, og for en nærmere diskussion er en specificering af tilskuere, som den for eksempel er foretaget i artiklens fokusering på netop småbørn, formentlig befordrende for forståelsen. Det er dog som antydning artiklens præmis, at småbørn er nok så meget tilhørere, som de er tilskuere, og denne præmis er afsættet for den følgende analytiske orientering om lydige forhold.

Intertekstualitet og inkluderende henvendelser

Programmerne på de forskellige niveauer i flowet er indbyrdes forbundne, blandt andet via sammenfald i stil og genre og via henvisninger til andre medietekster både inden- og udenfor flowet. I det følgende vil vi behandle dette fænomen på et overordnet niveau før vi retter opmærksomheden mere specifikt mod lyden af flowet.

I det analyserede flow er der sammenfald, indholdsmæssigt og formalt, mellem forskellige reklametyper (spotreklamer og egenreklamer) samt mel-

lem reklamer og egentlige programmer. Det ligger implicit i spot-reklamens parasitære udformning, at den lukrerer på en stor og varieret tradition af etablerede medieformer og – genrer. Hertil kommer som antydning at reklamerne kraftigt inspirerer og inficerer den øvrige programflade både hvad angår stilforhold (jf. tempo, dynamik, korte forudannonceringer 'inden i' de enkelte programtyper) og produktpræsentation i forbindelse med for eksempel product placement og commodity flow). McAllister & Giglio (2005) beskriver med sidstnævnte begreb¹¹, hvordan reklamer 'breder sig' over flere medier og udtryksformer, hvilket ifølge forfatterne "slører distinktionen mellem indhold og reklamerende formater"¹². Batman-reklamerne er et tydeligt eksempel herpå, idet Batman optræder på TV 2 og på internettet (kids.tv2.dk) både som programindhold og reklamer og som merchandise relateret til et andet brand – i forbindelse med såkaldt co-branding. Via de symbolske sammenhænge søges seerne påvirket på mange niveauer, således at TV 2-brandet, Guldkorn-brandet og Batman-brandet opfattes som relaterede i seernes bevidsthed. Intertekstualitet¹³ forekommer at være en væsentlig del af denne gensidige afsmittning, og de intertekstuelle referencer må helt generelt forstås som et uomgængeligt grundvilkår ved den kommercialiserede mediekultur, og sammenhænge – tilsigtede eller ej – vil altid forekomme. Referencer kan forekomme mellem forskellige programmer, forskellige kanaler eller på tværs af disse. Der forekommer således både spot-reklamer for Guldkorn med Batman-samlemærker i pakkerne og egenreklamer for programmet Fremtidens Batman. Den lydæssige sammenhæng mellem disse behandles i det følgende afsnit.

Et yderligere eksempel på sammenhænge mellem forskellige typer af indhold kan opleves i relation til henvendelsesformer, der i visse tilfælde er understreget af musikalsk lighed. Der er for eksempel et musikalsk sammenfald mellem to reklamer for DVD film, hhv. "Charlie og Chokoladefabrikken" og "Kejserens nye flip", idet de begge er bygget op med blæseinstrumenter og funk-rytmer. Samtidig er reklamen i begge tilfælde sammensat af dialog-stumper, der understreger det aktive og det deltagende, blandt andet via direkte, imperative henvendelsesformer, som for eksempel "Trød an", "Luk døren op", hvorved seeren inviteres inden for i filmens univers. På samme måde dyrker egenreklamerne i høj grad den inkluderende (favnde) henvendelsesform ved at bruge fraser som: 'hele kongeriget', 'hele familien', 'vi ses om lidt', 'på gensyn', 'vi får besøg', 'hver lørdag/søndag', og 'tegnefilm for dig'. Også i Martin og Ketil inviteres seeren indenfor via sangen 'Haba Haba Kulu, ta' på tur med Zulu' og via omtalen af

'vores Jord' i titelsangen. Set i et flowperspektiv betyder dette at sendefladen som helhed understøtter en tilsyneladende direkte og personlig relation.

Referencer kan ligeledes henvise til kulturen i bredere forstand, ved for eksempel at antage et historisk og/eller nostalgisk perspektiv, hvilket blandt andet ses i tegnefilmen Duck Dodgers, som er baseret på den klassiske Warner Brothers tegnefilm, Daffy Duck. Henvisninger og referencer til forskellige kulturelle dyder forekommer også i andre typer programelementer, for eksempel lægges der i egenreklamen for Den grimme ælling og mig vægt på, at tegnefilmen er dansk produceret, ligesom det i reklamen for Charlie og chokoladefabrikken understreges at "alle taler dansk"¹⁴. Noget af det samme kan siges om Duck Dodgers, hvor WB-logoet fremhæves (og dermed henviser til en klassisk tegnefilmstradition) og hvor titelsangen, sunget af Tom Jones, lyder som temaet til James Bond. Egenreklamen for dækningen af prins Christians dåb – en begivenhed, der i sin natur er knyttet til det nationale – er dels udformet som tegnefilm, og må derfor antages at have appel til børn, og er dels spekket af Flemming Quist Møller¹⁵ – en repræsentant for en børnetv-tradition, der rækker tilbage til 'de gode gamle dage'.

Også Martin og Ketil som værter refererer i sig selv til et andet program, nemlig DR1 programmet 'Naturpatuljen', hvor de sammen med Sebastian Klein¹⁶ i rollen som den forvirrede Doktor Pjusbusk undersøgte naturfænomener og blandt andet 'gættede en lort'. Dermed illustreres en tendens til at værter, såvel som formater og genrer, bevæger sig på tværs af kanaler, hvilket altså både ses mellem de danske kanaler og på transnationalt niveau.

Lyden af flow

Orienterer vi os nu særligt om lyden, som optræder i disse programfladefænomener, er det i første omgang relevant at bemærke, at tre hovedkategorier af lyd er forekommende: Musik, tale og reallyde¹⁷. Mens alle programfladefænomener nok indeholder lyde, er det ikke alle kategorier af lyd, der er repræsenteret i alle programfladefænomener. Helt overordnet kan det således anføres, at musik optræder i alle programfladefænomener (enkelte reklamespots har ikke musik, men der er ingen reklameblok uden reklamer med musik)¹⁸, mens tale og reallyde kun optræder i visse programfladefænomener. Det kan eksempelvis opleves i forbindelse med stillbilledet og bumbers, hvor der udelukkende er musik og altså hverken tale eller reallyde.

Hvis vi undersøger lydenes funktioner, er det umiddelbart karakteristisk, at tale overordnet og

blandt andet varetager en narrativ strukturerende (jf. niveau 1 programmer) og annoncerende (jf. forskræp) funktion. Selvom det typisk er talens verbale betydning, der tilkendes vigtighed i medieanalyser¹⁹, er det i sammenhæng med undersøgelsen af børns mediebrug vigtigt at bemærke, at talen også optræder som et lydligt fænomen med betydningspotentialer, der ligger udover den verbale og symbolske. Her tænkes dels på lydens indeksikalske betydningspotentialer – at talelyden optræder som en karakteristisk af den talende (at dyb og langsom stemmeføring umiddelbart opleves at stamme fra et stort og tungt korpus) – og dels dens eventuelle unikke karakter, der tillader at genkendelse kan blive den primære attraktion i lytterens oplevelse. Tale optræder teknisk set både diegetisk (som direkte motiveret og forankret i det visuelt forestillede forløb og som hørt af de involverede karakterer, for eksempel i forbindelse med Martin & Ketils samtaler) og ekstra-diegetisk (som tilføjet det visuelt forestillede forløb, som for eksempel voice-overen i nogle reklamespots). Generelt for det analyserede flow er, at der optræder mange forskellige og meget distinkte talelyde – det kan for eksempel identificeres i programmerne, hvor der optræder flere, faste karakterer, og hvor stemmens kvalitet bidrager til at skabe genkendelse, adskillelse og karakteristik af de involverede, for eksempel Martins luftige og bløde foredrag overfor Ketils mere markerede og gnækkende foredrag samt Daffy Ducks kraftige og læspende foredrag overfor Porky Pigs afmålte og nasale foredrag. Det samme forekommer i (egen)reklamerne, hvor distinkthed for eksempel etableres via et hastigt, anspændt, og i tonehøjde varierende foredrag. Dette er typisk for voice-over i (egen)reklamerne, jf. for eksempel reklamerne for Disney DVD og Elgiganten, eller det kan forekomme via optrædere af velkendte karakterer, der leverer et umiskendeligt og idiosynkratisk stemmebidrag, som for eksempel Bischoffs²⁰ rolige, pauserende foredrag i reklamen for Realkredit Danmark. For små-barnet er sidstnævntes stemme dog nok mest profileret i kraft af at repræsentere mere generelle karaktertræk, såsom at være aldrende, rolig, rar etc. (som små-barnet kan kende lignende stemmeudtryk fra sine eventuelle bedsteforældre).

Hvad angår musik i programfladen er det umiddelbart karakteristisk, at der optræder en række forskellige gestaltninger af det, der kan siges at være tv-musikkens overordnede funktioner og virkninger, nemlig at påkalde opmærksomhed (præsentationsfunktion), at karakterisere det forestående (repræsentationsfunktion), at vække hukommelse og genkendelse og at formidle og konstruere struktur (episode-markerende)²¹. I forbindelse med Martin og Ketil

optræder der hyppigt tilbagevendende variationer over en signatursang foredraget af Martin og Ketil til akkompagnementet af en rytmisk, energisk, akustisk guitar. I det analyserede materiale høres sangen aldrig i sin helhed²², men mindstemålet for alle variationer er, at sangens hook-line fremtoner, som det for eksempel er tilfældet i programmets indledning (over syv sekunder): 'Martin og Ketil' synges over en melodi, der, melodisk som betoningsmæssigt, fremhæver navnenes versefødder²³ og dermed maner til identificering og genkendelse. Sangen foredrages i et relativt hurtigt tempo, og sammen med en durpentaton²⁴ melodik etableres en ukompliceret og frisk musikalsk gestalt, der let kan synges med på. Hook-linen optræder ekstra-diegetisk, og typisk som en episode-mærke i forbindelse med, at der introduceres nye scenarier. I andre situationer i Martin og Ketil optræder musik diegetisk for eksempel i forbindelse med, at vi ser Martin og Ketil udføre musikalske numre (i en form, der minder om musikvideoer), eller, hvad der er partikulært for det valgte analysemateriale, i forbindelse med en af turene til Jorden, hvor Det Kongelige Teater og en af de tilknyttede musikere besøges. Disse diegetiske tilfælde af musik er begge væsentlige i forhold til tv-musikkens bidrag til socialisering til musikalske koder: Musikken bliver således på en måde ekspliciteret ved at være henholdsvis 'afbilledet' (jf. de musikvideolignende sekvenser) og 'italiesat' (jf. at fagottisten i programmet bliver bedt om at spille bestemte af Martins forestillinger; for eksempel "en mand der går og søger i naturen") på bestemte måder.

I Duck Dodgers optræder, som i Martin og Ketil, også en signatursang, men her er udtrykket markant anderledes i sammenligning med Martin og Ketil. Sangen repræsenterer et længerevarende formfuldendt forløb (over 58 sekunder), der, bredt anlagt, foredrages en art symfonisk pop-konstellation – inkluderende blæsere og strygere – med Tom Jones i spidsen. Interessant er forskellen i disse indlednings-signaturers gestaltning: hvor signaturen for Martin og Ketil er koncis, og dermed bidragende og muliggørende i forhold til programmets generelle sekvenserede og montage-lignende karakter, så er signaturen for Duck Dodgers 'bred og lang' (jf. instrumentationsintensitet og form), og i højere grad karakteriserende for det forestående, og dermed mere lig den, der er beskrevet i analyser af episodeserier for voksne (jf. Tagg & Clarida 2003). Tilmed er Duck Dodgers næsten uafbrudt ledsaget af musik – sådan som det ikke sjældent er tilfældet i forbindelse med (tegne)film – hvorved musikkens funktion i højere grad også er karakterunderstøttende og stemnings-inducerende i sammenligning med musikkens over-

vejende strukturerende og genkendelsesetablerende funktion i Martin og Ketil. Her optræder musikken, og da især med tanke på den omtalte signatursang, hyppigt og i korte, abrupte doser.

I reklamerne er musikoprædener præget af relativ stor variation, spændende fra korte, afrundede udsagn – såkaldte jingles – (i en Toyota-reklame) til længerevarende underlæg til voice-overs (i en Batman-egenreklame) eller presenters (i en Nykredit-reklame) (se Graakjær 2006 for yderligere nuancering af musiks optræden i tv-reklamer). Reklamernes brug af musik er på visse måder sammenfaldende med egenreklamernes brug; i materialet er egenreklamernes således typisk underlagt uafbrudt musik og da undertiden med markant struktur- og stilaffinitet til musikalske udtryk i reklamer: Det gælder for eksempel forholdet mellem egenreklamen for Batman og reklamen for Guldorn (hvor Batman optræder). Her er et intensitetsmæssigt hårdt pumpet musikalsk underlæg, præget af trommer og elektrisk guitar, et tydeligt fællestræk, og musikken optræder i begge sammenhænge som karakteriserende og forventningsetablerende i forhold til omgang med produktet (henholdsvis Batman og det co-brandede Guldorn/Batman). I bumbers er det tydeligere musikkens annoncerende, genkaldende og signalerende funktion, der er i spil – meget lig jingles funktion i tv-reklamer.

Hvad angår reallyde er det karakteristisk, at disse typisk optræder som en afledning fra billedligt fremstillede, eller implicerede, hændelser og objekter. Reallydene er dermed oplevelsesmæssigt diegetiske idet de er direkte sammenhængende med og motiveret af visuelt forestillede hændelser. Dette gælder selvom de måtte være manipuleret – forstærket og fordrejet – og dermed teknisk set være optrædende som ekstra-diegetiske. Reallyde optræder typisk med en dramatiserende, herunder undertiden overraskende og humoristisk funktion, idet de repræsenterer en betydningsbærende karakteristik af det objekt eller den hændelse, hvorfra de stammer (for eksempel hurtigheden og tyngden i et knytæveslag (Martin & Ketil), trægheden i et skæg, der trækkes i (Duck Dodgers) eller karakteren af en slåskamp i en papkasse (reklamen for Guldorn)). De har dermed en kausal og indeksikalsk relation til det visuelle forløb. Reallydene kan samlet set perspektiveres på flere måder; i en gestaltpsykologisk inspireret tilgang²⁵ kan det for eksempel, med reference til Martin & Ketils univers, anføres: At en række sagte, ekkoledsagede bib-, suse- og højtklingende, vibrerende²⁶ lyde bidrager til en rum-illuderende ”field”; at de hyppigt tilbagevendende lyde fra visuelt forestillede objekter i den aktuelle kontekst (for eksempel beameren, konverteren og robotens Artos bevægelser) agerer ”ground”; og

at partikulære og detail-synkroniserede lyde (som for eksempel knytæveslag) agerer figure.

Hvis vi nu sammenfatter de anførte karakteristika for lydenes fremtoninger og funktioner i det analyserede materiale, er det bemærkelsesværdigt at programflowet er kendetegnet ved gentagelser på flere niveauer: Dels i det enkelte program, hvor et element, eventuelt let varieret, kan optræde hyppigt (for eksempel hook-linen i Martin og Ketil) og dels mellem de enkelte programelementer, hvor for eksempel bumbers og visse reklamer er tilbagevendende. Programflowet er ydermere kendetegnet ved markante stilistiske ligheder på tværs af de forskellige programelementer. Det gælder for eksempel en udbredt grad af synkronisering mellem billede og lyd (hvor ikke mindst reallydene spiller en stor rolle), en varieret brug af talelyd, en udbredt brug af musik som signal for just forestående hændelser, for eksempel i relation til bumbers og hook-linen i Martin og Ketil, og som ekstra-diegetisk underlægning til det visuelle forløb, for eksempel i visse reklamer og i tegnefilmen Duck Dodgers.

Diskussion

Hvis vi konkret sammenholder analysen af flow med vore egne observationserfaringer samt en lille række øvrige studier, er det karakteristisk, at lydenes funktioner er karakteriseret ved tre forhold: De er medetablerende for en tryk og fortrolig lydkulisse til leg og andre gøremål (jf. underlægningsmusik, de mange gentagelser samt genkendelige stemmer og reallyde), de hidkalder opmærksomhed (tilstedeværelse og øjenkontakt til skærmen), og de bidrager til at fastholde opmærksomhed.

Lydenes funktioner hænger i høj grad sammen med børnenes sonderende og tilvante brug af tv, og når barnet ikke kigger på tv’et (men leger og eventuelt befinder sig i et andet rum), er lydenes funktioner at agere lydkulisse og at være signal om kommende, eventuelt attraktive begivenheder. I denne tilstand af, hvad der kunne kaldes adspredt lytning (Ruud 1983), bliver hele lydbilledet ”field” (jf. omtale ovenfor) for barnets aktuelle gøremål, interaktioner etc. (som så kan kaldes ”figure”). Undertiden kan sange blive integreret i og under barnets leg (og antage en art ”ground”-position), idet barnet synkront kan synge med på tv-musikken og/eller asynkront synge uddrag af sangene for sig selv (eventuelt i modificerede udgaver, se for eksempel Barrett 2003), og derved bidrage aktivt til at konstruere et soundtrack til sin egen leg. I denne tilstand må visse af ovenstående perspektiver, som involverer lydens relation til det visuelle forløb siges at være mindre relevante for barnets oplevelse

og brug, og det er tilsyneladende genkendelsen (muliggjort via de mange gentagelser) og overraskelsen, for eksempel i form af en markant kontrastvirkning, der tydeligt kan hidkalde barnet (som det viser sig i vores observationer, og som det også bemærkes af for eksempel Calvert og Gersh 1987). Det kan være en stemme eller en melodistump, som barnet genkender, eller det kan være de lydmæssige markeringer af programmets struktur (sceneskift etc), der får barnet til at kigge på skærmen og eventuelt bevæge sig hen imod den for at genoptage den direkte sening. Dette er ligeledes beskrevet hos Rodacy & Boyle 1979, men vi antager, at der også finder en form for reception sted, selvom opmærksomheden ikke aktivt rettes imod tv-skærmen. Med andre ord: man kan også se tv med ryggen til, og i de tilfælde bliver det lyden, der er det altafgørende strukturerende parameter.

Når barnet kigger på tv, bliver lydens relation til det visuelle forløb derimod relevant, og noget tyder på, at det for de mindste børn især er synkroniseringsforholdet mellem billede og lyd, der fastholder (visuel) opmærksomhed (jf. for eksempel Dodd 1979 og Rice et al. 1983). Hertil kommer tilsyneladende, at et generelt højt niveau af "perceptual salience" (høj intensitet, hastige skift og hastige bevægelser, markante kontraster) er medvirkende til at tiltrække og fastholde opmærksomhed (jf. sammenfatningen af en række undersøgelser i Rice et al 1983:27ff), om end det kan anføres, at denne perceptuelle salience er så udbredt et træk ved programfladen, at det eventuelt kan gå i 'opmærksomhedsmæssig inflation' og afføde blaserthed, samtidigt med, hvad der forekommer endnu mere sandsynligt, at det audiovisuelle udtryk generelt bidrager til at socialisere børn til adspredt lytning og til etablering af visse musik-perceptoriske skemaer og koder.

Det er tilsyneladende karakteristisk, at programmer rettet imod mindre børn bevidst dyrker en form, hvor specifikke visuelle og auditive markører tilskrives ikonografisk mening, og derved formår at opretholde en relation til sonderende og dermed ikke særlig trofaste seere, som små børn ofte er. Et program som det engelske Teletubbies dyrker dette i helt ekstrem grad ved at være bygget op over adskillige gentagelser og markerede afbræk (bumpers) mellem hver af disse. Den abrupte struktur genfindes i særlig grad i reklameblokkene, der hermed indtager en betydningsfuld plads i flowet. Det viser sig da også (Johansen 2005), at små børn er bemærkelsesværdigt meget interesserede i reklamer – både de kommercielle og egenreklamerne – hvilket vi tilskriver netop formen og formentlig også deres imødekommande og inkluderende henvendelsesform. Og dermed er funktionen for disse programfladefænomener sup-

plerende og anderledes i forhold til de sædvanligvist anførte funktioner, der formuleres, typisk implicit, med tanke på den voksne seer: at der ikke opstår standsninger i flowet, og at kanalen eller annoncørers tilbud kan 'brandes' og 'sælges' (jf. for eksempel Jantzen & Stigel 1995).

Ikke-programstof har altså funktioner, der ligner dem, man traditionelt har forbundet med programstof og er dermed ikke blot fyld for det lille barn. Det er beskrevet (for eksempel i Mouritsen 2003) hvordan børn bruger reklamens sprog – inklusiv det musiske – som råstof i deres legekultur. For de yngste børns vedkommende er opmærksomheden altså i særlig grad rettet mod de korte narrative forløb, der dermed fungerer som basis for den socialisering, der finder sted i forbindelse med børn og mediebrug. Barnet indgår i socialiseringen både i forhold til brug, via deltagelse i familiens og senere kammeratskabsgruppens daglige brug af medier, og indhold som for eksempel kan indebære en overlevering af kulturel arv. Desuden foregår der via børns mediebrug en udvikling af kodefortrolighed, hvorved barnet opnår forståelse for narrative forløb og de visuelle og auditive tegn og symboler, der konstituerer og betinger medieteksterne. Dette kan umiddelbart betegnes som 'media literacy' (Buckingham 2000), hvor læring og opbygning af forståelse af og fornemmelse for stil og genre finder sted i en bred kontekst, hvor barnet indgår i sociale relationer til forældre, søskende og kammerater og hvor disse har en afgørende indflydelse på barnets reception.

Konklusion

Med undersøgelsen er det forsøgt at kaste lys over det forhold, at lyd spiller en central rolle for børns omgang med tv. Dels er der megen og tilbagevendende lyd i den valgte sendeflade, som henvender sig til børn (og som børn ser) – det er det, som vores analyse har vist – og dels er lyd en væsentligt anknytning til tv'et, som det bruges af det lille, sonderende barn – det er det som vores observationer forud for undersøgelsen har vist. Der synes således at være en sammenhæng mellem den gentagende og udtrykspotente medieteksts struktur og småbarnets sonderende receptions-mønstre, hvor medieflowet umiddelbart understøtter barnets ageren og giver det mulighed for at 'stige på og af' i forhold til flowets abrupte og montage-prægede struktur.

Lyddudformningen på den udvalgte sendeflade synes, for en umiddelbar betragtning, at være karakteristisk for kommercielt børne-tv (om end yderligere, sammenlignende studier af non-kommerciel børne-tv og 'voksen-tv' er nødvendige for mere konkret vali-

dering). Således synes der at tegne sig et billede af lyd, som en meget væsentlig stilkategori, som har helt afgørende betydning, idet børn ofte og gerne ser tv med ryggen til, uden at lyden, af den grund, bliver irrelevant. Konkret har lyden betydning for flowets organisering i både et syntagmatisk og paradigmatisk perspektiv: Lyden er markant sekvenserende i forhold til flowets 'horisontale' forløb, og lyden kan siges at være markant segmenterende i et 'vertikalt' perspektiv, idet den signalerer, hidkalder og muliggør genkendelse og association. Dertil kommer, at barnet i sine sonderende aktiviteter ofte vil integrere tv's lyd i de aktuelle, samtidige gøremål. Dermed skaber småbarnet en art seer-sub-flow, hvor opmærksomheden om tv'et kan changere virtuost mellem "field", "ground" og "figure", netop muliggjort via den lyd-lige anknævnning.

Lyd er således langt fra et biprodukt af tv's flow for barnet. Det er for det relativt medieuerfarne og

lille barn tilsyneladende især tv's formale træk, som det formuleres i auditive og visuelle gestalter, der er opmærksomhedsmæssigt tiltrækkende, snarere end det er handlingmæssige og symbolske indholdselementer. Når disse formale træk så, som analyseret, er et gennemgående træk ved kanalflowets udtryk – på tværs af ellers væsensforskellige programtyper – så er det relevant at forholde dette til diskussioner om børns muligheder til at skelne reklamer og ikke-reklamer. Vi kan foreløbigt konkludere, at de formale fællestræk ikke hjælper småbørn til at skelne mellem forskellige programintentioner. Derudover skal det anføres, at barnet socialiseres i en særlig form for tv-brug, der både synes at fremelske bestemte lytteindstillinger og bestemte koder for oplevelse og forståelse. Der er således god grund til i videre udstrækning at lægge øret til børnenes tv, og samtidig observere, hvorledes lyden konkret integreres og bruges af det sonderende tv-barn.

Noter

1. Den officielle målgruppe for programmet Martin og Ketil – verden for begyndere, som er flowets primære element, er 3-11 år. Observationsstudierne omhandler halvandet til treårige børn (Johansen 2005). Flere af de undersøgte børn ser programmet. P.t. er der ingen danske programmer, der officielt henvender sig til børn under tre år, ligesom der ikke foretages seermålinger af denne målgruppe.
2. Vi har fulgt programmet kontinuerligt hen over vinteren/foråret 2006 og har valgt en tilfældig dag, der repræsenterer et typisk flow.
3. Dette skal dog sammenlignes med, at DR1 til sine mest populære børneprogrammer har op imod 300.000 seere. Programmet Sigurds Bjørnetime, som på flere niveauer kan sammenlignes med Martin og Ketil i kraft af sit kulturformidlende formål og den stærke fokusering på en (eller flere) kendt(e) vært(er), havde eksempelvis i uge 30, 2006 185.000 seere. Det er dog i den sammenhæng af afgørende betydning, at Martin og Ketil sendes om morgenen og Sigurds Bjørnetime om aftenen.
4. Oplysninger fra TV 2's informationsafdeling pr. mail, marts 2006.
5. En søsterkanal til TV 2.
6. Vi definerer ikke-programmer som udtryksmæssige enheder, der er adskilt fra hinanden i form og funktion.
7. Ikke-programmerne varer samlet 18:35 min. og programmerne varer 46:25 min (heraf Martin & Ketil, 24:20 min. og Duck Dodgers: 22:05 min.).

8. Hen over året sendes en række forskellige tegnefilm i forbindelse med Martin og Ketil – verden for begyndere, så dette sammenfald er tilfældigt.
9. Tidsanalyser af egenreklamer findes (for eksempel i Jantzen & Stigel 1995 og Hicketier & Bleichert 1997), men det valgte programflow er ikke velegnet til sammenlignende analyser, og dette forhold skal derfor ikke diskuteres i nogen væsentlig detalje i denne sammenhæng.
10. I interne oversigter, der bl.a. afspejles i Gallups Tv-meter, er egenreklamer, fillers og bumpers identificerede, men reklamer fremstår som en samlet, ikke yderligere defineret blok.
11. Brugen af flow adskiller sig her noget fra den tidligere anførte, idet McAllister & Giglio bruger flow som metafor for en spredning af produkter i forskellige medier og genre. Her kunne commodity dissemination måske have været et mere velegnet begreb.
12. Vores oversættelse.
13. Intertekstualitet bruges om forholdet mellem to eller flere tekster, som im- eller eksplicit refererer til hinanden (via citat, parafrase, pastiche o.lign.).
14. Det er klart, at det er betydningsfuldt for et produkt, hvis primære målgruppe ikke kan læse, at der er dansk tale. Når vi nævner det i denne sammenhæng er det blot for at understrege at det medvirker til et samlet udtryk, der netop både lægger vægt på inkluderende henvendelsesformer og på fremhævelse af nationale og nostalgiske kvaliteter.

15. FQM har været en kendt figur i dansk børnekultur siden 1960'erne, hvor han blandt andet stod bag bøger om Cykelmyggen Egon og tegnefilmen om Bennys Badekar.
16. Sebastian Klein er en af de mest populære børne-tv værter på den konkurrerende Public Service kanal DR (Danmarks Radio).
17. Realnye refererer til de lyde, som ikke er musik eller tale, og som optræder affødt af diegetisk profilerede objekter og handlinger (fx lyden af et knytæveslag). Se yderligere kvalificeringer nedenfor.
18. Bemærkelsesværdigt er det derfor også, at fænomenet ikke er synderligt belyst; det er for eksempel ikke helt forkert, når Tagg kvalificerer den forskningsmæssige (s)tilstand således: "TV music has been virtually neglected as an area of serious inquiry" (Tagg, 2006: 163).
19. I den forbindelse er van Leeuwen dog en væsentlig og inspirerende undtagelse (jf. van Leeuwen 1999: 125ff).
20. Hans Bischoff har igennem mange år fungeret som nyhedsoplæser og studievært i Danmarks Radio, og er kendt for en på samme tid seriøs og tilgængelig nyhedsformidling. <http://www.bischoff.dk/hans/>
21. Inspireret af en lille række, nyere bidrag (der dermed repræsenterer undtagelser for den ellers generelle lille forskningsmæssige opmærksomhed, tidligere nævnt): Om musik i TV serier (Tagg & Clarida 2003), TV dokumentarprogrammer (Have 2006), TV nyheder (Graakjær 2004) og TV reklamer (Graakjær 2006).
22. Det gør den til gengæld på CD'er og DVD'er, som kan købes i handlen.
23. Navnene er begge trokæer, og det afspejles i melodiens taktaccentuering (stærk – svag) og intervalfald (nedadgående sekund).
24. Dvs et tonesystem bestående af 5 toner med en dur-tonal prægning. Især på grund af fraværet af halv-toner forekommer tonesystemet disponerende for at artikulere let sangbare folke- og børnesange.
25. Her inspireret af Shafers begrebsapparat (jf. Shafer 1977/1994: 152-153).
26. Som de for eksempel kan fremmanes ved at stryge bagsiden af savklingen på en fukssvans.

Referencer

- Barr, Rachel and Harlene Hayne (1999) Developmental Changes in Imitation from Television During Infancy, *Child Development*. Sept./Oct., 70(5), pp. 1067-1081.
- Barrett, Margaret (2003) Meme Engineers: Children as Producers of Musical Culture, *International Journal of Early Years Education*, 11(3), pp. 195-212.
- Buckingham, David (2000) *After the Death of Childhood. Growing up in the Age of Electronic Media*. Cambridge: Polity Press.
- Calvert, Sandra and Tracy Gersh (1987) The Selective Use of Sound Effects and Visual Inserts for Children's Television Story. Comprehension, *Journal of Applied Developmental Psychology*, 8, pp. 363-375.
- Dodd, Barbara (1979) Lip Reading in Infants: Attention to Speech Presented In- and Out-of-Synchrony, *Cognitive Psychology*, 11, pp. 478-484.
- Hake, K. (1998) *Barn og unges fjernsynsverden*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Have, Iben (2006) *Underlægningsmusikkens betydning*. Aarhus: Aarhus Universitetsforlag.
- Graakjær, Nicolai (2004) Nyhedernes musik, *Mediekultur*, 37, pp. 36-46.
- Graakjær, Nicolai (2006) Musical Meaning in TV-commercials, *Popular Musicology Online*, Issue 5.
- Hicketier, K. & J. Bleichert (Hrsg.) (1997) *Trailer, Teaser, Appetizer. Zu Ästhetik und Design der Programmbildungen im Fernsehen*. Beiträge zur Medienäthetik und Mediengeschichte, vol. 3. Hamburg: LIT Verlag.
- Jantzen, Christian and Jørgen Stigel (1995) *Reklamen i dansk landsdækkende tv*. København: Statsministeriets Medieudvalg.
- Jensen, Klaus (1994) Reception as Flow: The 'New Television Viewer' Revisited, *Cultural Studies*, vol. 8, No. 2. Routledge.
- Johansen, Stine Liv (2005) *Toddlers Watching TV – A Study on the Role of Electronic Media in the Everyday-lives of One to Three Year Old Children*. Paper presented at the 17th Nordiske Medieforskerkonference, Aalborg, August 2005.
- Leeuwen, Theo van (1999) *Speech, Music, Sound*. Houndmills: Macmillan
- McAllister, Matthew and Matt Giglio (2005) The Commodity Flow of U.S. Children's Television, *Critical Studies in Media Communication*, 22(1), pp. 26-44.
- Mouritsen, Flemming (2003) Æstetisk refleksivitet og refleksionstyper i børns former for narrative udtryk og leg: en analyse af rolleleg som fortælling, in Gleeurup, J.: *Pædagogisk forskning og udvikling*. Syddansk Universitets-forlag.
- Rice, Mabel, Aletha Huston and John Wright (1983) The Forms of Television: Effects on Children's Attention, Comprehension and Social Behavior, in Meyer, Manfred (ed.) *Children and the Formal Features of Television – Approaches and Findings of Experimental and Formative Research*. München: K.G. Sauer.
- Ruud, Even (1983) *Musikken – vårt nye rusmiddel? Om oppdragelse til og gjennom musikk i dagens samfunn*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Rodacy, R. & Boyle, J. (1979) *Psychological Foundations of Musical Behavior*. Springfield: Ch.C. Thomas Publishers.
- Schafer, Roy Murray (1977/1994) *The Soundscape. Our Sonic Environment and the Tuning of the World*. Rochester: Destiny Books.
- Simpson, Brian (2004) *Children and Television*. New York: Continuum.
- Stigel, Jørgen (2004) *Tv's egenreklame og kanalstemmen – en kvalitativ undersøgelse*, *MedieKultur*, 37, pp. 24-35.

- Strandell, Harriet (1994) *Sociala mötesplatser för barn. Aktivitetsprofiler och förhandlingskulturer på daghem*. Gaudeamus, Helsinki.
- Tagg, Philip & Bob Clarida (2003) *Ten Little Title Tunes*. New York: MMMSP.
- Tufte, B. (1999) *Børn og TV-reklame*. Rapport udarbejdet på opfordring af kulturministeren. Danmarks Lærerhøjskole.
- Williams, Raymond (1974/2003) *Television – Technology and Cultural Form*. London: Routledge.

NICOLAI JØRGENSGAARD GRAAKJÆR, Cand.Mag., Undervisningsadjunkt, Institut for Kommunikation, Aalborg Universitet, Kroghstræde 3, DK-9220 Aalborg Øst, nicolaig@hum.aau.dk

STINE LIV JOHANSEN, Cand.Mag., Post Doc., Institut for Informations- og Medievidenskab, Aarhus Universitet, Helsingforsgade 14, DK-8200 Århus N, imvslj@hum.au.dk

”Jeg liker ikke voldsspill”

En studie av norske barns spillinnholdspreferanser og psykososiale faktorer

PETTER BAE BRANDTZÆG & JAN HEIM

Det nye spillandskapet florerer av ulike sjangere og innhold, fra strategispill, fantasispill til sportsspill og voldsspill. Muligheten til å velge spillinnhold tilpasset egen smak og individuelle preferanser er derfor større en noensinne. Det er derfor betimelig å spørre om noen typer spillinnhold er verre eller bedre enn andre og om det har en sammenheng med spillerens psykososiale utvikling.

Til tross for en tiltagende spredning i spillinnhold og spillpreferanser har forskning på barns spillinnholdspreferanser i stor grad blitt ignorert til fordel for et forskningsfokus på antall timer brukt på spill, uavhengig av innholdet i spillet, hvis vi ser bort i fra forskningen utført på barns eksponering for voldsinnhold. Vi vet i dag hvordan barn og unges fritid i økende grad preges av elektroniske spill som Gameboy, TV-spill, PC-spill og nettspill. Stadig flere yngre barn bruker tid foran spillskjermen og det toppe seg med antall timer i alderen 12-13 år, og da særlig blant gutter i de nordiske landene (Brandtzæg et al., 2004; Drotner, 2001). For ytterlig å demonstrere denne stigende populariteten viser ferske tall, fra MediBarn undersøkelsen til TNS-gallup, følgende om norske barns spillvaner i 2007: Totalt seks av ti barn i alderen 3-13 år spiller daglig enten PC-spill, TV-spill eller håndholdte spill som Gamboy. Men det er til dels store forskjeller både mellom guttene og jentene og mellom aldersgruppene: Det er langt flere gutter (71%) enn jenter (51%) som daglig spiller elektroniske spill. Andelen som daglig spiller elektroniske spill øker monotont med alder. Blant den yngste aldersgruppen – 3 til 5 år – er det en av fire som gjør dette, mens dette gjelder så mange som åtte av ti blant 12- og 13-åringene. Størst forskjell mellom jenter og gutter ser vi når det gjelder TV-spill. Omtrent tre av ti gutter spiller daglig, mot en av ti jenter (TNS Gallup, 2007).

Annen forskning viser at barn bruker elektroniske spill på mange forskjellige måter, og at forskjellige barn favoriserer ulike spill basert på om det er action, spenning, strategi, underholdning, læring eller kommunikasjon (Wartella et al., 2002). Hvordan barn bruker elektroniske spill er nødvendigvis ofte avhengig av deres personlige *innholdspreferanser* for spill. På samme måte som om forskjellige barn og unge foretrekker ulike former for klær og musikktyper, velger de også ut forskjellige typer spillinnhold basert på deres personlige preferanser. Hvorvidt barn foretrekker sports-relaterte spill fremfor voldsspill eller strategispill kan ha ulike sammenhenger på barns psykososiale utvikling. Likevel, har de fleste empiriske undersøkelser på bruk av elektroniske spill fokusert på hvor mye tid barn bruker på det heller enn hvilke typer spill de foretrekker (Funk, 2002; Wartella et al., 2002). Mye kan derfor tyde på at forskningen så lang har ignorert en betydelig dimensjon ved spillet i seg selv; nemlig innhold og sjanger.

Som nevnt har ikke alle studier neglisjert fokus på selve innholdet i spillet. Et viktig unntak er nemlig studier av hvilken effekt spill med voldsinnhold kan ha på barn og unge. Om barn blir aggressive, voldelige og ufølsomme når de eksponeres for medier med voldsinnhold har vært en gjenganger i forskningsdebatten i mange år (Anderson et al., 2004; Brandtzæg og Heim, 2004). En viktig begrensning som følger disse studiene er imidlertid at de har hatt ett ensidig fokus på nettopp vold, og ikke sammenlignet voldsinnhold med andre spillsjangre og ’snillere’ innholdsdimensjoner. Fokuset så langt har kun vært på hvor mye tid som brukes på spill med voldsinnhold alene. Dette forskningsperspektivet har i tillegg vært dominert av å studere mulige negative påvirkninger voldsinnhold kan ha på barn (Wartella et al., 2002; Salonijs-Pasternak, 2005). Det ensidige

fokuset på voldsinnhold i elektroniske spill har derfor overskygget de gode eller dårlige psykososiale effektene andre innholdstyper i spill som fantasi, strategi, læringsspill kan ha på barna.

Generelt er det også hittil gjennomført lite systematisk forskning som studerer sammenhengen mellom bruken av interaktive spill og barns psykososiale utvikling (se Wartella et al., 2002). Det er derfor lite som er kjent om ulike spillpreferanser kan knyttes til barns sosiale kompetanse, samhandling med familie og venner, samt deres generelle selvforståelse (Salonius-Pasternak, 2005; Subrahmayman o.a., 2001). Disse psykososiale faktorene er nøkkelindikatorer på kjerneholdninger, utvikling, livssyn og mestringsevner (f.eks. Harter, 1985; Harter, 1993; Jordan, 2004; Krosnick o.a., 2003; Heim et al., 2007). For å oppsummere, vet vi altså per i dag lite om spillteknologiens virkninger. Dette er til også et kulturelt problem siden flesteparten av spillstudiene er gjort i USA og ikke i Norge (Heim og Brandtzæg, 2004). Vi trenger med andre ord flere og presise studier i Norden og Norge for å kunne overføre denne typen kunnskap på norske forhold.

Denne artikkelens hovedmål er derfor å gå lengre enn det tradisjonelle fokuset hvor tidsbruken av spillteknologien har vært i fokus. Vi skal heller ikke fokusere kun på preferanser for 'vold', men hele spekteret av innholdsprefranser i spill. Vår studie undersøker mer presist forholdet mellom barns foretrukne spilltyper og psykososiale faktorer (barns egen oppfatning av sosial aksept av sine jevnaldrende og oppfattelsen av egen akademiske kompetanse), foreldreoppfølging (barns oppfatning av foreldrenes kjennskap til deres fritid) og sosial kompetanse.

De empiriske dataene som benyttes er basert på en undersøkelse av preferanser innen spillinnhold hos 825 skolebarn i alderen ti til tolv år (5., 6. og 7. trinn) i Norge i perioden oktober-november 2002. Ettersom Norge og de andre nordiske landene har stor utbredning av ny medieteknologi, sammenlignet med mange andre vestlige land, er det et spesielt interessant geografisk område å bruke i forskningen på dette området, samt at det trengs forskning i et Nordisk perspektiv.

Spillepreferanser og psykososiale faktorer

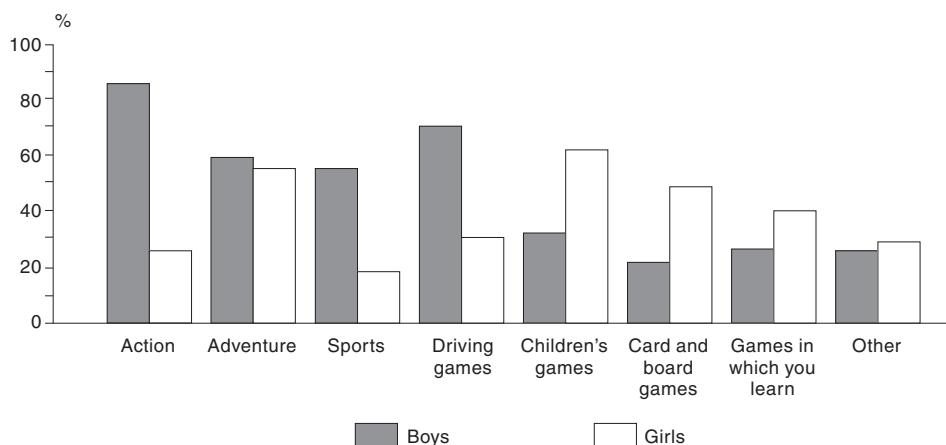
Som nevnt innledningsvis er vi nå vitne til en enorme utbredelsen av elektroniske spill og et økende utvalg av spillinnhold som er skreddersydd den individuelle smak. Dagens spillindustri er mer mangfoldig og kompleks enn noensinne. En medie- og spillutvikling som med voksende styrke dyrker opp om individuelle valg og innholdsprefranser er også blitt omtalt som 'The age of egocasting' (Rosen, 2005)

Tidligere forskning på barn og elektroniske spill viser da også store forskjeller blant barn når det gjelder personlige spillpreferanser (se Gailey, 1996; Bille et al., 2005; Brandtzæg et al., 2004)

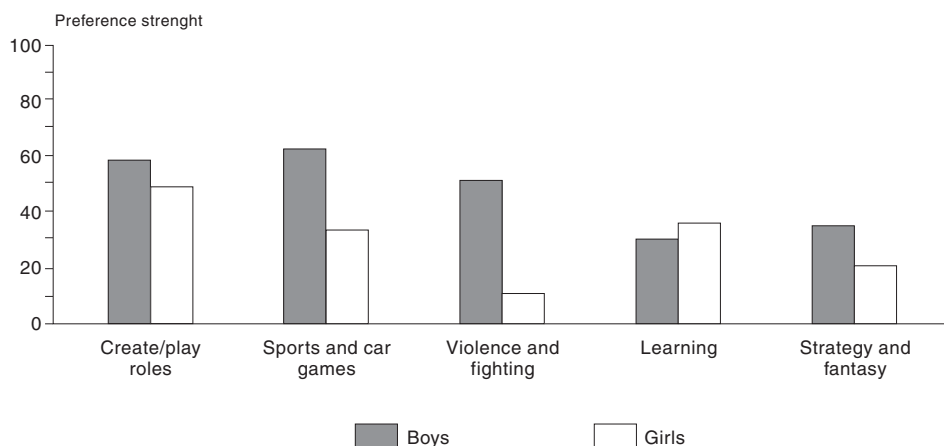
Figure 1 er tatt fra en rapport fra 'Danskernes kultur- og fritidsaktiviteter 2004: med utviklingslinjer tilbake til 1964' gjennomført av Bille et al (2005). Utvalgsstørrelsen var 1000 danske barn og data var samlet inn i 2004. Barna måtte ta stilling til hvilken type spillinnholdsgenre de var interessert i.

Figur 2. viser data fra den norske studien 'En digital barndom?' som også denne artikkelen er basert på (Brandtzæg et al., 2004). Det totale utvalget var

Figur 1. Spillinnholdsprefranser hos danske barn 7-15 år (procent)



Figur 2. Spillinnholdspreferanser hos norske barn



på 1112 barn, men figuren viser kun én del utvalget, barna i 6-klasse. Som i den danske studien måtte også disse respondentene ta stilling til noen innholdskategorier som vist i figuren. Begge figurene over viser at preferansen for spillinnhold er svært forskjellige blant barn. Tallene bekrefter i tillegg en del kjønnsstereotypier, hvor gutter er opptatt av action, mens jenter er mer opptatt av nytte og læringsorienterte spill

Uavhengig av spillinnholdspreferanser hos barn antyder enkelte funn også at det er en kobling mellom spilling og psykososiale faktorer som selvforståelse, sosial kompetanse, prososiale oppførsel, akademisk kompetanse og foreldreoppfølging. Eksempelvis har man funnet ut at barn som bruker mye tid foran spillskjermen har en negativ forbindelse med selvfølelse og sosiale evner (Roe og Muijs, 1998). Funk og Buchman (1996) antyder også at det er en sammenheng mellom dataspilling og lav selvfølelse, men kun blant jenter. Uhlmann og Swanson (2004) mener at voldelige dataspill kan føre til automatisk innlæring av aggressive holdninger. En annen studie demonstrerte at en positiv selvfølelse kan økes ved å bruke dataspill som gjentatte ganger kobler relevant informasjon om en selv med smilende ansikter. Disse funnene er i samsvar med prinsippene om klassisk betingning (Jodene et al., 2004)

En undersøkelse utført av Funk et al. (2000) fant at elever på femtetrinn som spilte voldelige spill var tilbøyelige til å ha lavere selvfølelse eller sosial kompetanse. Videre hevder Anderson et. al. (2003; 2004) at utstrakt bruk av slike spill ofte fører til lavere nivå på den sosiale oppførselen, økt psykologisk hissigheit og aggressive tanker og følelser, i tillegg til mer aggressiv sosial oppførsel.

Likevel har enkelte undersøkelser, som har sett på mer positive aspekter ved spill og barn, funnet at

elektroniske spill er et sosialt medium. Rutowska og Carlton (1994) fant ut det ikke var noen forskjell på sosiale evner blant de som spilte mye, sammenlignet med de som ikke spilte så ofte. De merket seg også at spill skaper vennskap, mens Colwell et. al. (1995) fant ut at storspillere var mer tilbøyelige til å være sosiale med venner etter skoletid. Funn som utfordrer oppfatningen av at de som spiller mye lever i sosial isolasjon finner du også hos Orleans og Laney (2000).

En annen, og motstridende, undersøkelse fant at ungdom som utsettes for mye spillvold gjorde det dårligere på skolen (Gentile et. al., 2004). En faktor som modererer effekten av voldelige spill kan synes å være foreldres oppfølging (Bickham et. al., 2003; Strasburger og Wilson, 2002).

Selv om disse undersøkelsene gir kunnskap om tunge brukere og de som spiller voldelige spill, er resultatene mer eller mindre motsigende. Analytikere er uenige om denne nye spillkulturen er positiv eller negativ når det gjelder psykososiale faktorer. Det eksisterer også lite forskning som studerer både positive og negative psykososiale effekter knyttet til barns personlige innholdspreferanser i spill.

Studien

Som det forrige avsnittet pekte på, kan det være både positive og negative forhold mellom spillpreferanser og psykososiale faktorer. Denne undersøkelsen stilte derfor følgende forskningsspørsmål: *Hva er sammenhengen mellom spillpreferanser og psykososiale faktorer hos barn i alderen 10-12 år?*

Studien ble laget for å undersøke barns spillpreferanser, slik at det kan fastslås hvilken påvirkning spillpreferanser har på psykososiale faktorer. Mer

spesifikt undersøkte vi betydningen av barns personlige innholdsspillpreferanser (f.eks. voldsspill, konkurransepill, fantasispill, etc.) ovenfor psykososiale faktorer, definert som sosial kompetanse, selvfølelse (innenfor sport, skolefag, sosialt), og barnets subjektive erfaring av foreldrenes oppfølging eller kontroll (foreldrekontroll). Disse psykososiale faktorene ble valgt på bakgrunn av tidligere studier på barns erfaringer med elektroniske spill beskrevet i forrige avsnitt. Her følger definisjoner av noen av de sentrale begrepene:

- *Sosial kompetanse* er kunnskapen om sosial oppførsel, noe som er knyttet til byggingen av selvtilit (Bandura, 1997).
- *Selvfølelse* henviser til hvordan individuelle barn vurderer sin egen kompetanse innenfor de generelle delene av livet, så som akademisk kompetanse (hvordan barn selv tror de gjør det på skolen og hvor raskt de kan fullføre arbeidet sitt), sosial aksept (hvor populær barn føler at de er og om de tror at de har mange venner) og sportskompetanse (barns egen vurdering av egne evner innen sport og idrett). Dette forklares ved hjelp av den mer generelle teorien om selvfølelse som ble utviklet og målt av Harters (1985) selvoppfattelsesprofil.
- *Foreldreoppfølging eller kontroll* henviser til barns oppfattelse av hvor oppmerksomme foreldrene deres er på hvor og med hvem de tilbringer tid med når de ikke er hjemme eller på skolen (Alsaker et al., 1991). Dette er derfor en viktig psykososial dimensjon knyttet til barns erfaringer med familiemiljøet, noe som skiller seg fra Harters 'sosiale aksept', som er koblet til popularitet blant venner.

De analyserte dataene ble samlet inn av det norske forskningsprosjektet 'En digital barndom' (2002-2004). En spørreundersøkelse kartla tilgang til og bruk av spillteknologi, samt innholdsspreferansene og oppfattelsen av psykososiale faktorer for skolebarn mellom ti og tolv år (5., 6. og 7. trinn). Undersøkelsen fant sted i oktober og november 2002 i Norge. Til sammen 825 barn ved seks forskjellige skoler i Oslo fylte ut skjemaet. Utvalget ble stratifisert i henhold til geografiske og sosioøkonomiske forhold i byen.

Barnas personlige innholdsspreferanser ble målt ved hjelp av 18 forskjellige innholdskategorier som ble brukt i spørreskjemaet og senere faktoranalyser. Videre benyttet vi tre delskalaer fra Harters selvoppfattelsesprofil for ungdom (Harter, 1985; Wichstrøm, 1995) til å måle barns selvfølelse når det gjelder sosial aksept, akademisk kompetanse og sportskompe-

tanse. Vi målte sosial kompetanse med en kortversjon av *The Children's Self-Efficacy for Peer Interaction Scale* [Målestokk over barns selvtilit ved samhandling med jevnaldrende] (CSPI) (Wheeler og Ladd, 1982). 'Foreldrekontroll' ble målt ved spørsmål som kartla hvilke erfaringer barna hadde med henhold til foreldrenes oppfølging og kunnskap om hva barna gjorde i fritiden (Alsaker o.a., 1991).

Er det en sammenheng?

Kan så kunnskap om barnas personlige spillpreferanser forklare en sammenheng med ulike psykososiale faktorer hos barn? Det vi fant var at alle spillpreferansefaktorer påvirket hver for seg de psykososiale faktorene. Preferansen for 'voldelige spill' hos barn er knyttet til opplevelsen av 'lav sosial aksept' blant venner. Preferansen for 'pedagogiske spill' er positivt knyttet til 'akademisk kompetanse', 'sportskompetanse' og 'foreldreoppfølging'. Preferansen for 'fantasispill' er positivt relatert til 'akademisk kompetanse' og negativt til 'sportskompetanse'. Preferansen for 'konkurransepill' er sterkt knyttet til høy grad av 'sportskompetanse'. Imidlertid så var den forklarte variasjonsmengden relativt lav og lå mellom fire til ni prosent, men likevel statistisk signifikant.

Svakheten ved denne og andre undersøkelser er at vi ikke studerer fenomenet over tid og derfor heller ikke kan bevise årsaksrelasjoner. Dette skulle imidlertid ikke hemme diskusjonen av våre egne data når det gjelder mulige kausale relasjoner, altså at spillpreferanser kanskje kan forklare både barns selvfølelse og sosiale kompetanse eller omvendt.

Våre resultater viste at vanlige demografiske variabler som alder, kjønn, etnisitet, samt andre typer fritidsaktiviteter hadde en sammenheng med barnas valg av spillinnhold eller innholdsspreferanser. Men, i tillegg viste funnene at barnas spillpreferanser alene eller isolert sett kan forklare forskjeller i barns 1) akademisk kompetanse, 2) sportskompetanse, 3) lav sosial aksept og 4) foreldreoppfølging.

Sosial kompetanse

Når det gjelder sosial kompetanse, viser det seg at klassetrinn, etnisitet og 'organisert aktivitet etter skoletid' innbyrdes er forbundet med denne faktoren, men ingen av spillpreferansefaktorene var relatert til sosial kompetanse. Dette har også Heim et al., 2007, foreslått, ettersom de ikke fant en sammenheng mellom barns totale mediebruk og sosial kompetanse. Dette indikerer derfor således at både spill og mediebruk totalt sett ikke har en sammenheng med sosial kompetanse i noen bestemt retning.

Akademisk kompetanse

Både preferansen for 'pedagogiske spill' og 'fantasispill' var knyttet til høy grad av akademisk kompetanse, selv om ingen av kontrollvariablene var det. Selv om 'pedagogiske spill' og 'fantasispill' var innbyrdes forbundet med hverandre, medvirker de begge uavhengig til en bedre opplevd 'akademisk kompetanse'. Den mest sannsynlige forklaringen på dette er at noen barn er mer opptatt av intellektuelle og kreative aktiviteter, noe som gjenspeiles i både deres spillpreferanser og interesse for skolearbeid.

Sportskompetanse

'Organisert aktivitet etter skoletid' og en preferanse for 'pedagogiske spill' og 'konkurransespill' kan forklare grad av opplevd god kompetanse innen sportslige aktiviteter. Preferansen for 'fantasispill' var derimot negativt knyttet til denne faktoren. Dette kan forstås som en generell interesse for konkurranseorienterte aktiviteter som konkurransespill og sport, som i seg selv innebærer konkurranse har en naturlig sammenheng. Er du for eksempel interessert i fotballspill, vil du også med stor sannsynlighet være interessert i fotball. Når det gjelder 'organisert aktivitet etter skoletid' involverer dette vanligvis deltakelse i en eller annen form for sport/idrett. Både preferansen for 'pedagogiske spill', og i enda større grad, 'konkurransespill' utgjør ofte en utfordring om å 'være best', mens 'fantasispill' ikke har dette aspektet.

Lojalitet til venner

Faktoren 'lojalitet til venner' er kun knyttet til klassetrinn og ikke spillpreferanser. Ulike former for innholdspreferanser påvirker dermed ikke barns lojalitet til hverandre. Dette kan utfordre oppfatningen om at spillpreferanser for voldsinnhold ofte er knyttet til aggresjon og vold mot jevn gamle. Sosial kompetanse-konflikten hadde heller ingen korrelasjon (se sosial kompetansekonflikt).

Lav sosial aksept

En preferanse for voldelige spill ble til en viss grad knyttet til lav sosial aksept i den relevante aldersgruppen. Opplevd 'lav sosial aksept' blant jevnaldrene ble knyttet til 'kjønn' og 'etnisitet', og negativt knyttet til 'organisert aktivitet etter skoletid'. Det betyr at barn som ikke har etnisk norske foreldre og barn med færre aktiviteter etter skoletid, fortrinnsvis gutter, opplever at de ikke er akseptert blant sine

jevnaldrende. Disse funnene støtter dermed oppfatningen av at brukere av elektroniske spill med sosiale vansker tyr til spillverdenen for å takle eller rømme fra disse problemene.

Barn med preferansen 'voldelige spill' hadde også en tendens til å oppleve lav sosial aksept. Dette er i tråd med en undersøkelse utført av Funk et al. (2000) som fant at en sterkere preferanse for voldelige spill var knyttet til den nedre delen av Harter-skalaen for selvfølelse og oppførsel for både gutter og jenter. Det er verdt å merke seg at det ble kun identifisert negative forhold mellom spillvaner og selvfølelse i denne undersøkelsen. En annen undersøkelse utført av Heim et al. (2007) viste at 'lav sosial aksept' var knyttet til stor bruk av medieteknologi. En foreløpig forklaring kan være at barn som opplever liten grad av sosial aksept i sitt vennemiljø vil oppsøke andre arenaer hvor de er mindre avhengige å bli godtatt sosialt, som f.eks. spilling og Internett surfing, og at den mulige frustrasjonen over mangel på sosial støtte kanskje får utløp ved å spille voldelige spill. En annen mulig forklaring er at jevnaldrende kanskje misliker disse barnas voldspreferanser, slik at de som spiller voldelige spill opplever lavere sosial aksept. Dessuten fant Funk et al. (2002) ut at foreldre har meldt fra om at barn viser mer negativ oppførsel etter å ha spilt voldelige dataspill, spesielt etter lange spilløkter. Det er derfor rimelig å anta at økt irritabilitet og negativ oppførsel hos dataspillere som foretrekker voldelige spill generelt også påvirker deres aksept blant jevnaldrende.

Foreldreoppfølging

'Foreldreoppfølging' ble assosiert med preferanse for 'pedagogiske spill'. Det er rimelig å anta at foreldrenes interesse i å følge opp barnas mediebruk vil drive frem en preferanse for hva foreldrene foretrekker at barna spiller, nemlig pedagogiske spill. Som vist i introduksjonen, understreker forskning viktigheten av at foreldre er involverte og kritiske til TV-titting for å oppnå positive effekter av å se på TV-programmer som er lærerike og oppdragende (f.eks. Valerio o.a., 1997). Wartella o.a. (2000) mener at dersom foreldrene er tilgjengelige for barna og er involverte i deres læringsaktiviteter, så er det mer sannsynlig at barna bruker datamaskinen og Internett til kreative, lærerike sysler, heller enn spilling eller TV-titting. Heim et al. (2007) mener også å finne en signifikant korrelasjon mellom foreldreoppfølging og 'nyttebruk', det vil si 'lete opp informasjon på Internett for skolearbeid' og 'gjøre skolearbeid på datamaskinen'. Andre studier har også antydning at foreldreoppfølging av barnas mediebruk er en viktig moderasjonsfaktor

på andre medier som f.eks. TV. Tidsrestriksjoner, TV-titting sammen med barna, og diskusjon om innhold har også vist seg å ha positiv effekt (f.eks. Strasbourg og Wilson, 2002). Aktiv foreldreinnblanding, som for eksempel regler som begrenser mediebruken og aktiv forhandling (både det å oppmuntre til å se på 'positive' programmer og forhindre titting på 'negative' programmer) er effektive måter å påvirke barnets forståelse og deres reaksjoner på programinnhold (Dorr og Rabin, 1995).

Disse funnene er i samsvar med våre resultater. Vi tror derfor at når foreldre er aktivt involvert i deres barns hverdagsliv og aktiviteter, så vil barnet være mer tilbøyelig til å bruke datateknologien til kreative, lærerike formål.

Sosial kompetanse-konflikt

Eldre gutter har en tendens til å score høyt på denne faktoren, men vi fant ingen sammenheng mellom denne psykososiale faktoren og spillpreferanser. Denne mangelen på korrelasjon kan være i konflikt med tidligere undersøkelser som antyder at aggressive dataspill påvirker barns prososiale atferd, for eksempel ved at de blir mindre villige til å gi penger for å hjelpe andre. Det har imidlertid ikke blitt gjort mye forskning på dette (se Subrahmanyam et al., 2000)

Oppsummering og konklusjoner

Denne undersøkelsen demonstrerer at det ikke er mulig å kun studere spillaktivitet i forhold til tidsbruk foran skjermen, det er også viktig å forstå barnets personlige spillpreferanser i forhold til sjanger og innhold i relasjon til psykososiale faktorer. Forskningsdata på effekten elektroniske spill kan ha på barn har også generelt sett vært mangelfulle sett fra ett nordisk perspektiv.

Våre resultater indikerer at ulike spillpreferanser har en klar sammenheng med forskjellige psykososiale faktorer. Et viktig funn er også at aktivitet knyttet til spesifikke innholdskategorier i spill også kan ha positive effekter for psykososial utvikling. I tillegg vil foreldrenes kontroll og engasjement i forhold til barna slå positivt ut i forhold til deres spillpreferanser og psykososiale utvikling. Korrelasjonene eller sammenhengene er relativt lave, men de er altså statistisk signifikante. Selv om alder, kjønn, etnisitet og fritidsaktiviteter er innbyrdes forbundet med psykososiale faktorer, gir preferanser for enkelte typer spillinnhold viktige bidrag til signifikant og uavhengig statistisk forutsigelse av de følgende fire psykososiale faktorer:

- 1) Akademisk kompetanse
- 2) Sportskompetanse
- 3) Lav sosial aksept
- 4) Foreldreoppfølging

Det fantes ingen korrelasjon til sosial kompetanse-konflikt eller lojalitet til venner.

En preferanse for spill med voldsinnhold er til en viss grad knyttet til lav sosial aksept blant jevnaldrende. Dette kan forklares av flere forskjellige aspekter som generelt lav sosial aksept for vold eller at barn som bruker denne typen innhold kanskje skyver andre barn fra seg på grunn av at de blir irriterte og aggressive når de spiller voldelige spill. Tidligere forskningsresultater antyder at barn som foretrekker aggressive spill regnes som mer aggressive av jevnaldrende (se Subrahmanyam, 2001). Det kausale forholdet kan imidlertid også være omvendt, det vil si at barn som foretrekker denne typen innhold har lav sosial aksept i utgangspunktet og bruker voldelige spill som en slags virkelighetsflukt.

De som liker pedagogiske spill blir knyttet til både høy akademisk og sportsrelatert kompetanse, så vel som oppfølging av foreldre. De som foretrekker fantasispill er positivt relatert til akademisk kompetanse, mens de som liker konkurransespill i stor grad er knyttet til sportskompetanse. Effekten av foreldreoppfølging forklares av tanken om at foreldrene styrer barna sine mot en mer positiv mediebruk. Tidligere forskning antyder også at en høy score på 'akademisk kompetanse' er relatert til foreldreoppfølging, men også mindre bruk av TV og annen medieunderholdning (se Heim et al., 2007). Forholdene mellom fantasispill/pedagogiske spill og akademisk kompetanse kan forstås i form av den intellektuelle stimulansen denne innholdstypen kan gi barn. Korrelasjonen mellom konkurransespill og sportskompetanse kan forklares av at barn med sportskompetanse også generelt gjerne vil være best. Dette kan imidlertid også tolkes den andre veien. Barn som spiller slike spill kan være mer konkurranseinnstilt enn andre barn.

De signifikante sammenhengene antyder en mulighet for både positive og negative årsakssammenhenger når det gjelder psykososialt velvære og barns psykososiale utvikling som må undersøkes nærmere. Med andre ord – spilling av spill med spesielle typer innhold kan ha et potensial for positiv påvirkning på selvfølelsen når det gjelder akademisk kompetanse og sportskompetanse. Det er viktig å realisere dette potensialet, ettersom dataspilling er en voksende aktivitet blant barn fra ung alder i de nordiske lan-

dene. Våre resultater kan også overføres til skolen, da skolen i dag inkluderer IKT og elektroniske spill i undervisningen. Viktigheten av å fokusere på enkelte innholdskategorier som pedagogiske spill kan derfor være en konsekvens av disse resultatene.

Fremtidig forskning på barns bruk av elektroniske spill bør inkludere ikke bare tidsbruk, men også personlige spillinnholdspreferanser, samt følge de samme spillerne over tid. I tillegg bør slik forskning benytte dybdeintervjuer, atferdsobservasjoner og in-

formasjon fra andre kilder som for eksempel foreldre og lærere. Fokuset på spillpreferanser bør også inkludere generelle medieinnholdspreferanser og innhold skapt og delt av barn selv (brukergenerert innhold). Spesielt yngre brukere vil være både de største innholdskonsumentene og innholdsprodusentene både i spill og nettverkssamfunn i fremtiden (Heim og Brandtzæg, 2007). Og, som Cassell sier det: "(...) it is the content of the medium – the message – that must be evaluated (...)" (2002, p.123).

Referanser

- Alsaker, F., Dundas, I., & Olweus, D. (1991) *A Growth Curve Approach to the Study of Parental Relations and Depression in Adolescence*. Paper presented at the Biannual Meeting of the Society for Research on Child Development, Seattle, WA, October.
- Anderson, C.A., Carnagey, N.L., Flanagan, M. Benjamin, A.J., Eubanks, J. & Valentine, J.C. (2004) Violent Video Games: Specific Effects of Violent Content on Aggressive Thoughts and Behaviour. *Advances in Experimental Social Psychology*, 36, 199-249.
- Anderson, C.A., Berkowitz, L., Donnerstein, E., Huesmann, L.R., Johnson, J.D., Linz, D., Malamuth, N.M., Wartella, E. (2003) The Influence of Media Violence on Youth. *Psychological Science in the Public Interest*, 4(3): 81-110.
- Bandura, A. (1997) *Self-efficacy: The Exercise of Control*. New York: W.H. Freeman and Company.
- Bickham, D.S., Vandewater, E.A., Huston, A.C., Lee, J.H., Caplovitz, A.G., & Wright, J.C. (2003) Predictors of Children's Electronic Media Use: An Examination of Three Ethnic Groups. *Media Psychology*, 5(2): 107-137.
- Bille, T., Firdberg, T., Storgaard, S., & Wulff, E. (2005) *Dansernes kultur-og fritidsaktiviteter 2004: med udviklingslinjer tilbage til 1964*. AKF Forlaget, 2 edition, June 2005. Tilgjengelig online: http://www.kum.dk/graphics/kum/downloads/Publikationer/Dansernes_kultur_og_fritidsaktiviteter_2004.pdf (Prøvd sist 15 Januar 2008)
- Brandtzæg, P.B., & Heim, J. (2004) Debatten om barn og vold i mediene – atter en gang på villspor! *Tidsskrift for norsk psykologforening* (41) 11: 918-920.
- Brandtzæg, P.B., Endestad, T., Heim, J., Kaare, B.H., & Torgersen, L. (2004 July 26-29) *Media Technology and Different Patterns of Use among Children in Norway*. Paper presented at the Digital Generation. Children, young people and new media, Centre for the Study of Children, Youth and Media Institute of Education, University of London.
- Cassell, J. (2002) 'We Have these Rules Inside': The Effects of Exercising Voice in a Children's Online Forum, in Calvert, S., Cocking R. & Jordan, A. (eds.), *Children in the Digital Age*. New York: Praeger Press: 123-144.
- Colwell, J., Grady, C., & Rhaiti, S. (1995) Computer Games and Self Esteem and Gratification of Needs in Adolescents. *Journal of Community and Allied Social Psychology*, 45(5): 195-206.
- Dorr, A., & Rabin, B.E. (1995) Parents, Children, and Television, in Bornstein, M. (ed.) *Handbook of Parenting*, (vol. 4: 323-351) Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Drotner, K. (2001) *Medier for fremtiden: børn, unge og det nye medielandskab*. [Media for the future: Children, youth and the new media landscape] København: Høst & Søn.
- Funk, J.B., Buchman, D.D., Jenks, J., & Bechtoldt, H. (2002) An Evidence-based Approach to Examining the Impact of Playing Violent Video and Computer Games. *Simile*, 2(4), N.PAG: 60-67
- Funk, J. B. (2002) Electronic Games, in Strasburger, V. & Wilson, B. (eds.), *Children, Adolescents, and the Media* (pp. 117-144), Thousand Oaks, CA: Sage.
- Funk, J.B., Buchman, D.D., & Germann, J.N. (2000) Preference for Violent Electronic Games, Self-concept, and Gender Differences in Young Children. *American Journal of Orthopsychiatry*, 70(2): 233-241.
- Funk, J.B., & Buchman, D.D. (1996) Playing Violent Video and Computer Games and Adolescent Self- concept, *Journal of Communication*, 46(2): 19-32.
- Gailey, C.W. (1996) Mediated Messages: Gender, Class, and Cosmos in Home Video Games. In: P.M. Greenfield,

Studien beskrevet i denne artikkelen er popularisert utgave av en fullstendig artikkel publisert i *Nordicom Review*. Undersøkelsen beskriver resultater fra forskningsprosjektet 'En Digital Barndom' (www.sintef.no/digitalbarndom). Prosjektet ble finansiert av Norges Forskningsråd og Velferdsprogrammet, 2002-2004. Vi vil takke alle prosjektpartnerne i 'En Digital Barndom'. Videre vil vi takke både forskningsprosjektet Cyberetikk (2006) finansiert av Medietilsynet og forskningsprosjektet RECORD (2007-2010) finansiert av Norges Forskningsråd og VERDIKT-programmet.

- & R.R. Cocking (Eds.), *Interacting with video* (9-23) Norwood, NJ: Ablex.
- Gentile, D.A., Lynch, P.J., Linder, J.R., & Walsh, D.A. (2004) The Effects of Violent Video Game Habits on Adolescent Hostility, Aggressive Behaviours, and School Performance. *Journal of Adolescence*, 27(1): 5-22.
- Harter, S. (1985) Competence as a Dimension of Self-evaluation: Toward a Comprehensive Model of Self-worth, in R.E. Leahy (Ed.) *The Development of the Self* (55-121) Orlando, FL: Academic Press.
- Harter, S. (1993) Causes and Consequences of Low Self-esteem in Children and Adolescents, in Baumeister, R.F. (ed.), *Self-esteem: The Puzzle of Low Self-regard* (87-116) New York: Plenum Press.
- Heim, J., & Brandtzæg, P.B. (2004) Trygg mediebruk og digital kompetanse. *Tidsskrift for norsk psykologforening* (41) 12: 1006-1007.
- Heim, J., Brandtzæg, P.B., Endestad, T., Kaare, B.H., & Torgersen, L. (2007) Children's Usage of Media Technologies and Psychosocial Factors. *New Media & Society*, 9 (3): 49-78
- Heim, J., & Brandtzæg, P.B. (2007) *Patterns of Media Use Among Citizens in Europe User Groups and User Communities in Countries Hosting CITIZEN MEDIA Testbeds*. P6-2005-IST-41 (038312), CITIZEN MEDIA, D.1.1.1. Oslo, Norway.
- Jodene, R., Baccus, Mark W., Baldwin, Dominic J. Packer (2004) Increasing Implicit Self-Esteem Through Classical Conditioning *Psychological Science* 15 (7): 498-502.
- Jordan, A. (2004) The Role of Media in Children's Development: An Ecological Perspective. *Journal of Developmental and Behavioral Pediatrics*, 25(3):196-206.
- Krosnick, J.A., Anand, S.N., & Hart, S.P. (2003) Psychosocial Predictors of Heavy Television Viewing among Preadolescents and Adolescents. *Basic and Applied Social Psychology*, 25(2), 87-110.
- Roe, K. and Muijs, D. (1998) Children and Computer Games: a Profile of the Heavy User. *European Journal of Communication*, 13(2): 24-35.
- Rosen, C. (2005) 'The Age of Egocasting', *The New Atlantis*, Number 7, Winter, 51-72.
- Rutowska, J.C., & Carlton, T. (1994, April) *Computer Games in 12-13-years-olds' Activities and Social Network*. Paper presented at the British Psychological Society Annual Conference, Brighton.
- Salonius-Pasternak D.E., & Gelfond H.S. (2005) The Next Level of Research on Electronic Play: Potential Benefits and Contextual Influences for Children and Adolescents. *Human Technology: An Interdisciplinary Journal on Humans in ICT Environments* 1(1):5-22.
- Strasbourgh, V.C., & Wilson, B.J. (2002) *Children, Adolescents and the Media*. London: Sage.
- Subrahmanyam, K., Kraut, R.E., Greenfield, P.M., & Gross, E.F. (2000) The Impact of Home Computer Use on Children's Activities and Development. *Future of Children*, 10(2): 123-144.
- Subrahmanyam, K., Kraut, R., Greenfield, P., & Gross, E. (2001) New Forms of Electronic Media: The Impact of Interactive Games and the Internet on Cognition, Socialization, and Behavior, in Singer, D.G. & Singer, J.L. (eds.), *Handbook of Children and the Media* (pp.73-99) Thousand Oaks, CA: Sage.
- TNS-Gallup (2007) *MedieBarn 2007 – en undersøkelse om barns medievaner*. Kontakt prosjektleder Hans Martin Cramer.
- Uhlmann, E., & Swanson, J. (2004) Exposure to Violent Video Games Increases Automatic Aggressiveness. *Journal of Adolescents*, 27: 41-52.
- Orleans, M. & Laney, M.C. (2000) Children's Computer Use in the Home: Isolation or Socialisation? *Social Science Computer Review*, 18 (2): 56-72
- Valerio, M.P., Amodio, M., Dal Zio, A., Vianello, S., & Zaccchello, G.P. (1997) The Use of Television in 2- to 8-year-old Children and the Attitude of Parents about Such Use, *Archives of Paediatrics and Adolescent Medicine*, 151(1):22-26.
- Wartella, E., Lee, J.H., & Caplovitz, A.G. (2002) Children and Interactive Media: An Updated Research Compendium, <http://www.digital-kids.net>
- Wartella, E.A., O'Keefe, B., & Scantlin, R. (2000) *Children and Interactive Media. A Compendium of Current Research and Directions for the Future*. New York: Markle Foundation.
- Wartella, E., & Jennings, N. (2000) Children and Computers: New Technology – Old Concerns. The Future of Children. *Children and Computer Technology*, 10(2): 31-43.
- Wheeler, V., & Ladd, G (1982) Assessment of Children's Self-efficacy for Social Interactions with Peers. *Developmental Psychology*, 9(18): 795-805.
- Wichstrøm, L. (1995) Harter's Self-Perception Profile for Adolescents: Reliability, Validity and Evaluation of the Question Format. *Journal of Personality Assessment*, 65(1):100-116.

Current Trends in Media Research

JUHA HERKMAN

This article summarises the results of the project ‘Mapping Media and Communication Research’, which examined the contents and trends of current media and communication research in seven countries: Finland, the United States, Germany, France, Japan, Estonia and Australia. The project was funded by the Helsingin Sanomat Foundation and carried out by the Communication Research Centre (CRC, University of Helsinki) during a nine-month period between autumn 2006 and spring 2007.¹ The purpose of the project was to produce an overview of media-related research, in connection with the launch of the Foundation, but at the same time it offered a rare opportunity to outline the similarities and differences among academic approaches in the above-mentioned countries.

The project’s main research questions were the following:

- 1) What kinds of media and communication research are carried out in each specific country and who is doing the research?
- 2) How do different approaches relate to each other?
- 3) What is the relationship between research and the media industries?
- 4) In which direction is research headed in the future?

The focus of the project was on media research, but the researchers also took into account studies in

speech communication, organisational communication, public relations, research and development of communication technology as well as the economics of communication insofar as these subjects are related to media research. The project not only mapped academic media and communication research but also, insofar as possible, research by governmental institutions, private agencies and media companies. The findings were based on recent data, by and large, although a few of the sub-projects have sample data from a longer period and also a more historical perspective on the changes and continuities in media and communication research in a target country (e.g., Germany, France and Japan). The gathering and analysis of the data were carried out during autumn 2006 and spring 2007.

The project team agreed on the research questions, the research principles and the structure of reports in advance in order to enhance meaningful comparison among the countries. Thus, the basic questions and methods behind each country report are the same. The most important part of each sub-project was the interview study of key persons in media and communication research. In all, 186 experts were interviewed (see Table 1). Only the German sub-project was based mainly on analysis of written sources (Koivisto & Thomas 2007, 5).

The interviews produced data, not only facts about media and communication research in each country, but also evaluations and visions of the state and future of such research. The project team mem-

Table 1. *Experts Interviewed for ‘Mapping Media and Communication Research’*

	Finland	Estonia	Germany	France	U.S.	Japan	Australia	N =
All	32	22	12	19	40	37	24	186
Academy	16	9	11	16	35	14	18	119
Other	16	13	1	3	5	23	6	67
Men	20	13	7	12	31	30	19	132
Women	12	9	5	7	9	7	5	54

bers together decided on the organisation, themes and questions for the interviews. In all, the data of the project consists of secondary data from previous studies and existing statistics and primary data from interviews with key persons in media and communication research as well as some statistical analyses made by the country teams themselves.

At first glance the task of mapping the current state of media and communication research in large countries such as the U.S., Japan, France and Germany looked like ‘a mission impossible’. It is clear that this kind of short-term project cannot reveal all-inclusive or complete knowledge of an issue as complex as media and communication research in any country. Even the definitions of the key concepts of ‘media research’ and ‘communication research’ vary in different contexts which, in turn, has a multitude of effects on research institutions and disciplines in the countries studied. Thus, each country creates a unique context for media and communication research. Furthermore, the national media statistics as well as the statistical analyses used as a background in country-specific sub-projects are often based on data and methods that are not directly comparable to each other.

As a result, this article will not provide statistically comparable knowledge about media and communication research in the target countries. Moreover, it may not be possible to make broad conclusions from the qualitative comparisons between the countries. The goal of the article is simply to provide a general overview of the current media and communication research in the countries studied and to compare the countries descriptively rather than analytically. The comparison here is based mainly on the country-specific sub-reports of ‘Mapping Media and Communication Research’, but in contextualising the project, the article also draws upon other references.²

It might be asked why these particular countries were included in the project. The target countries do not constitute any homogenous group, quite the contrary. They are located far from one another, they represent various languages and cultures and in many cases their connections to media and communication research do not appear self evident. The choice of target countries was originally made by the project’s sponsor, Helsingin Sanomat Foundation. The Foundation has also funded the same kinds of projects for South Korea and Great Britain. Those projects are being carried out at the University of Jyväskylä, and they are not included in this summary because their results were not yet available at the time of writing this article. The selection of countries indicates the interests of the Foundation, which is no doubt in-

terested in ‘new innovative media markets’ in South Korea and Japan, the ‘world’s leading media market’ – the U.S. – various examples of the ‘Old World’ (France, Germany, Great Britain), and the relationship of these countries to the ‘domestic context’ (Finland) and its close neighbour (Estonia).

Variations among the countries also proved to be interesting from the academic point of view. Differences in size, languages, societies, cultures and policies in each country made for an unusual combination and forced the researchers to think about their positions as researchers in a new way. Academic research nowadays is remarkably specialised and researchers tend to know little about approaches other than their own, even in their home country – not to speak of approaches in other countries or continents. ‘Mapping Media and Communication Research’ can therefore help media scholars to locate themselves in the broader context of the whole field of research.

This article adopts the structure used in country-specific reports. Therefore, the four main sections are: 1) The media landscapes, 2) Main research institutions and organisations, 3) Main approaches in media and communication research, and 4) Future challenges to research. In the country-specific reports each section was considered mainly from a national perspective. In this article the goal is to clarify the similarities in research traditions in addition to identifying national characteristics. The first section then outlines the contexts – the structures of the media market, media and communication legislation, and media consumption – and indicates where the research in each country is positioned. The second section considers the main academic and non-academic research organisations in each country, and the third section focuses on the contents and trends in media and communication research. These sections are based on data gathered by interviews as well as data from quantitative analyses made either by the research teams or by earlier researchers. The fourth section summarises the views of the experts interviewed on the future challenges and developments of media and communication research.

The Media Landscapes

One task of the project was to map the structures of media landscapes in the target countries. This objective was emphasised especially in the case of Japan because the Japanese context is the most unfamiliar from a European point of view. Because the target countries are remarkably divergent, it was not easy to find dimensions in the various media landscapes that are clearly comparable. Nevertheless, the con-

nections of the media and communication industries to the so-called globalisation process reveals at least three interrelated but possibly contradictory tendencies that link the target countries' media landscapes, namely: 1) changes in media and communication technologies, 2) concentration of media ownership, and 3) the ideal of a diverse or pluralistic public sphere.

1) In each target country it has been clear for several years that the diffusion of the Internet, online communication and mobile technology challenges the 'old media' in various ways. First, 'old media' have been digitalised and fused with the Internet and mobile networks, as the digitalisation of television, the increasing number of web-papers and magazines, and the pilots of mobile-TV demonstrate (e.g., Aslama et al. 2007, 27-28, 40-42; Herkman & Vähämaa 2007, 15-31; Valaskivi 2007, 38-39). Second, technological changes have also re-arranged global and national media markets so that the 'old media' increasingly have to compete with new network communication and ICT industries.

The most immediate pressure has been directed towards print media, which in every target country has lost its strength as a media form and advertising channel. Even though changes have not yet been fatal or devastating, in every target country the press is now searching for ways to maintain its audience and advertising share especially in the competition for younger media consumers. A good example of this is the New York Times Company, which on the one hand is one of the most traditional and recognised U.S. newspaper houses, while on the other hand it has successfully invested a great deal in online services (Aslama et al. 2007, 36-38).

The third change is the technological convergence of broadcasting and telecommunication, which will affect not only media markets or media production and distribution but also media policies and legislation in the target countries (e.g., Valaskivi 2007, 23-24; Herkman & Vähämaa 2007, 11-12). Convergence and its consequences for media markets, content and communication policies have been much discussed in many countries since the early 1990s (see Baldwin et al. 1996; Küng et al. 1999; Marsden & Verhulst 1999; Hassan 2000; Murdock 2000; Iosifidis 2002; Lowe & Hujanen 2003).

2) Concentration of media ownership was an issue that came up in one way or another in every target country. Most evident was the historical concentration of the press (e.g., Puustinen 2007, 18; Rahkonen 2007, 25-31), but it was clear that cross-media own-

ership and conglomerates have also become more and more common in every target country during the past few decades (e.g., Aslama et al. 2007, 22-23; Herkman & Vähämaa 2007, 15-16; Koivisto & Thomas 2007, 8). Another tendency has been the globalisation, or at least the internationalisation, of media corporations. This tendency has not only occurred in the homelands of the world's biggest media corporations (e.g., the U.S., Japan, Germany and France), but also in smaller countries and media markets such as Finland and Estonia. For example, the Finnish company SanomaWSOY was the largest media company in the Nordic countries and nowadays is also a leading magazine publisher in the Benelux countries as well as in some East European countries. Similarly, the Norwegian firm Schibsted and the Swedish houses of Bonnier and Kinnevik own substantial shares of Estonian newspaper and television markets (Salovaara-Moring & Kallas 2007, 16, 19). Along with concentration there has simultaneously – and paradoxically – been a tendency towards micro-level and user-generated content production by social networks (e.g., Aslama et al. 2007, 16-17). According to David Hesmondhalgh (2002), this trend has been more general among globalising cultural industries during the late 1990s and early 2000s.

In each country the media market could best be described as an 'oligopoly', in which the market is mostly shared by a few large companies (see Picard 1989, 31-33). In most target countries there is also one media corporation that is remarkably larger than the others and therefore undeniably leading the competition. These corporations include, for example, Time Warner in the U.S., Bertelsmann in Germany, Vivendi in France, News Corporation in Australia and SanomaWSOY in Finland. These are the companies that are also more international than their local competitors. Time Warner, News Corporation, Bertelsmann and Vivendi belong to the ten largest media companies in the world (*Joukkoviestimet* 2006, 333), while SanomaWSOY, in terms of its net revenue, was the largest media company in the Nordic countries. It is clear that media industries would be even more concentrated without state regulation and legislation that prevents monopolisation and trusts. Among the target countries Estonia has a surprisingly diverse media ownership that must have something to do with the relative youth and small size of the Estonian media market. By contrast the Japanese media market is structured quite differently and in a way that makes it difficult to compare to the other target countries: large advertising agencies in Japan, for example, also have an important role in content production, and these agencies are even bigger players

Table 2. *Some Details on Media Markets of Target Countries in 2004-2005*

	Finland	Estonia	Germany	France	U.S.	Japan	Australia
Largest media co.	Sanoma-WSOY	Eesti meedia / Schibsted	Bertelsmann	Vivendi	Time Warner	Sony Co.	News Co.
Revenue, in US\$ million	c. 2,700	–	22,196	22,194	43,652	63,895*	23,859
TV viewing (min/day)	169	270	226	207	491	190	187
Leader in advertising share (%)	Papers (55)	Papers (44)	Papers (45)	TV (33)	TV (42)	TV (47)	TV (35)

* Total revenue: Sony's media revenue in 2004-2005 was 'only' 6,375 million US\$. The advertising Agencies Dentsu and Hakuhodo have higher net revenues and are larger than the largest 'pure' media company, the newspaper firm Yomiuri Shimbun.

in the media markets than 'traditional' media companies (see Valaskivi 2007, 14, 30).

3) Even though there has been a drastic change towards a market-driven or commercial media landscape in the target countries, there is still a strong argument for the idea of a pluralistic or diverse public sphere as the core of a democratic society. However, strategies to achieve this ideal vary from country to country. For example, the U.S. has from the very beginning relied on commercially-based media competition alongside objectivity as a news standard. It is taken for granted that the less the state regulates media, the better the result for democracy: free news competition guarantees diversity of media content. Thus, public service broadcasting accounts for only two per cent of the American television audience share (*Joukkoviestimet* 2006, 338).

However, since 9/11 and the Iraq war there has been widespread discussion about the 'dumbing down' and narrowing of U.S. news content (Aslama et al. 2007, 32-34), which suggests that the 'liberal' tradition might have serious problems with increasing news competition and its relationship to social and national interests (cf. Curran 2002). In contrast to the U.S., France has relied on state regulation to guarantee the diversity of the public sphere. In France the public sphere and freedom of expression have been linked to national interests to whose cultural integrity the dominance of the U.S. entertainment industries, for example, is seen as a threat. This kind of 'protectionism' may in turn cause other problems (including for media and communication research) than would a more 'liberal' approach as will be discussed below. (Puustinen 2007, 11-12)

Since the 1990s the dominant question in establishing a diverse and pluralistic public sphere in Europe has been the status of public service broadcasting (PSB). The liberalisation and deregulation of the media has been a growing trend in many European

countries, not least because of an EU media policy that has stressed economic values over a civic society, for example, and the expanding markets in telecommunication instead of in other media (Kaitatzi-Whitlock 1996; Jakubowicz 2004). In Finland some 40 per cent of the audience share of public service television is parallel to that in Germany, France and many other EU countries (*Joukkoviestimet* 2006, 338), but there has also been constant and lively criticism of PSB's role in the media market in Finland (Herkman & Vähämaa 2007, 16-17). In France the state has interfered in television operation perhaps more than in any other target country represented in the 'Mapping Media and Communication Research' project, thanks to a media policy that regulates programming directly by nationality and language (Puustinen 2007, 11-12).

It is interesting that broadcasting in Japan and Australia have close resemblances to the European model with their mixed systems of public service and private commercial networks (Valaskivi 2007, 18; Rahkonen 2007, 22). The influence of the BBC has been important all over the world in initiating public broadcasting in the early twentieth century. Also the problems of Japanese and Australian PSB seem to be similar to Europe's. Japanese public broadcaster NHK has encountered difficulties, owing to credibility problems, political scandals, digitalisation and financing. NHK has a 'renewal program' to reduce the number of employees by ten per cent by the end of 2008. (Valaskivi 2007, 27.) A similar renewal programme has been enforced, for example, in the Finnish public broadcasting company YLE. Meanwhile, in the Australia report Juho Rahkonen emphasises the pressure that liberalisation of media market places on public service broadcasting in general: 'Given the neo-liberal market economy and the keen competition, the legitimacy of non-commercial broadcasting can no longer be taken for granted' (Rahkonen 2007, 22-23).

Estonia presents an interesting exception among the European target countries in its relation to PSB. The 19 per cent channel share of public television in Estonia is remarkably less than in other European target countries or the EU average (Salovaara-Moring & Kallas 2007, 18-19; *Joukkoviestimet* 2006, 338). In its strong emphasis on commercial broadcasting Estonia represents a typical post-communist society in the Baltic area, where, since the collapse of Soviet Union and the regaining of independence, media legislation has supported a U.S. style liberal market policy. As Salovaara-Moring and Kallas (2007, 26) put it: '... each Baltic state displays a problem common to Central and Eastern Europe: a failure to fully understand the conditions necessary for the emergence of a well-functioning public service broadcaster'. They continue, that 'a weakness is minority programming, an important and sensitive issue in Estonia and also in Latvia since both countries have large Russian-speaking communities. ... The other major problem for public broadcasting in Estonia is the absence of an independent, predictable, stable, and adequate system of funding' (ibid., 27). The problems of PSB in small countries like Estonia and Finland are therefore basically problems created by limited resources.

As the Estonian example illustrates, there are perhaps more country-specific differences than similarities in societies, cultures, languages, markets and media policies. Table 3 summarises some national characteristics in media landscapes of the countries included in the 'Mapping Media and Communication Research' project.

Television has been, and still is, the most popular medium in every target country: people spend most of their media time watching television (see Table 2). Television has also constructed the most influential medium for publicity. In many countries television has been the leading medium for advertising. But if we estimate the relative status of each medium in

relation to media landscapes, we see profound differences among the target countries. For example, Finland and Japan even today are traditional 'newspaper countries' in which circulations of dailies per person are among the top five in the world along with Norway, Sweden and Switzerland (*Joukkoviestimet* 2006, 335).

Even though circulation of dailies is continuously but slowly decreasing, newspapers are still by far the most popular channel for mass media advertising in Finland: newspapers dominate advertising by 54 per cent of the market share, substantially more than television's share of 19-20 per cent, which again is much less than television's average 30 per cent share of mass media advertising in the EU (Herkman & Vähämaa 2007, 18-20; *Joukkoviestimet* 2006, 122, 334). In Japan television still dominates media markets both in terms of viewing time and advertising revenue (Valaskivi 2007, 27), but the very special characteristic of the Japanese media landscape is the incredible boom of mobile communication including the mobile internet, broadcasting, books, online music downloading and even the 'virtual wallet'. Japan is the indisputable leader in mobile content development and approximately two to four years ahead of Europe. (Ibid., 30-32, 38-39.) The status of each medium in such country-specific characterisations is classified in Table 3 as 'relatively high' or 'relatively low'. Japan is actually among the top countries in the world in every media sector, and it is therefore hard to define any medium that would have relatively low status in the Japanese media landscape.

The 'statuses' of media are, of course, linked to historical, social and cultural developments in each country. For example, Japanese success in the mobile market is connected to a post-war policy that has emphasised technological and economic development and led to an information society and 'u-Japan' (Ubiquitous Japan) strategies as national endeavours (ibid., 10-11, 24). The same kinds of visions

Table 3. *Some National Characteristics in Media Landscapes*

	Finland	Estonia	Germany	France	U.S.	Japan	Australia
Relatively high	newspaper	television, cable-tv	television	cinema, magazines	television, cinema	mobile, tv, newspaper	television, magazines
Relatively low	television?	print media	newspaper	newspaper, Internet	print media	?	newspaper
State regulation	deregulation	weak	deregulation	strong	weak	quite high	deregulation
Historical dimension	small market, high tech, Nokia	independent in 1991, Russian minority	World War II, federal republic	strong national identity, language	'world's biggest', culture industries	World War II, high tech, u-strategy	small and isolated market, conservative
'New' media	falling behind, digital TV	in frontline, e-voting	'new economy' crisis 2002	coming to frontline, Minitel	in frontline	most developed, mobile	behind, going online

or strategies have recently come into the world in all the target countries one way or another, but there are significant differences in the commitment to the development of ICT.

In information technology, for example, Australia 'lags behind other developed countries' and 'the digital revolution is just [now] about to hit Australia' (Rahkonen 2007, 17).³ The reason for this may well be the isolation of the continent, the relatively small population and the high degree of urbanisation, which in turn have led to a combination of conservative media policy and concentrated media market (ibid., 18-21). Likewise, late assimilation into global information networks in France can be linked to the strong maintenance of national identity through language law and cultural protectionism. By contrast, by developing and retaining its own network communication system 'Minitel', averted the spread of the Internet in France for many years. Later, the French eagerly adopted the Internet while European ICT enthusiasm crystallised at the EU's Lisbon meeting in 2000. Today France holds second place in European Internet connections. Nevertheless, the cinema still has a unique status in French media culture. (Puustinen 2007, 10-12, 19.)

The German media landscape has been structured by decisions made by the Allies after the Second World War that even now influence the German press and broadcasting which are constricted from taking form as 'total' mass media (see Koivisto & Thomas 2007, 6). The Federal Republic emphasises the regional press, and therefore 'a specificity of the German media landscape is the relatively undersized role of the supra-regional party press' (ibid., 8). Even the public media in Germany is organised by federal structure instead of by centralised model. New media in Germany suffered significantly from the crises of 2002, which ended the hype of the virtual 'New Economy'. Since that time, media industries have paid more attention to the so-called core business. (Ibid., 8-9.)

The crises of the 'new media bubble' and 3G mobile licenses in Germany also upset the Finnish media landscape at the beginning of the twenty-first century. Before that, Finland has been on the frontline of the 'digital revolution', and the keyword in the media branch was convergence. But more recently, media companies have focused on their traditional trade instead of such things as mergers with the ICT business. However, the influence of Nokia on the national economy is so huge that the ICT branch is an engine of the twenty-first century Finnish media business. In household Internet connections Finland is not among the world's nor even Europe's top countries (e.g.,

Joukkoviestimet 2006, 346), but Finland was the first country in the world to move completely to terrestrial digital television, during the year 2007.

The special characteristics of the U.S. media landscape are, of course, its leading role as an entertainment producer in the world and the vastness and diversity of its national media markets. A strong domestic market makes the U.S. media branch quite independent from international influences and also keeps it on the frontline of technological and content development (Aslama et al. 2007, 14-15). The U.S. is still unquestionably 'a television country': 'Although on-line and mobile media have become increasingly important, ... the statistics illustrate the crucial role of television as a medium in the U.S.' (ibid., 15-16). After becoming independent in 1991 Estonia adopted the U.S. model of liberal media markets in many ways. Television also dominates the Estonian media landscape, and cable-TV especially has a relatively strong position there (Salovaara-Moring & Kallas 2007, 18-22). Rapid social changes and the role of the Russian-speaking minority have been the key questions of Estonian media landscape and policies (ibid., 6, 27).

Main Research Institutions and Organisations

The country-specific characteristics in the media landscapes discussed above constitute background for media and communication research in each country. Because the size of the population varies among the target countries, the sizes and structures of the university systems are also quite different. But there are also congruencies in structuring media and communication research in each country studied for 'Mapping Media and Communication Research'.

First, in all countries media and communication research is carried out by universities and other academic institutions such as polytechnical schools as well as by non-academic research institutions and organisations. Non-academic research is done by public and private agencies or by research teams in media companies and funded both publicly and privately. In each country there is a much greater degree of private funding of media and communication research than public funding. This is evident in the broadly business-orientated ICT sector. Basically, organisations doing media and communication research in each country are not after all so different.

Second, in all financing of academic media and communication research the share of humanities and social sciences is marginal compared to that of the natural sciences, communication technological de-

velopment and business research. As the U.S. report explains it, ‘compared to other social sciences, communication has traditionally received less funding’ in general (Aslama et al. 2007, 72). Hence, humanistic and social media and communication research is not at the core of the academic funding system in any target country.

Third, the discipline of academic media and communication research is undefined in many target countries. Especially in countries with very traditional academic institutions like France and Germany, much of the research is carried out by other disciplines than those specifically called media or communication research. A great deal of humanistic and social scientific media and communication research is done, for example, in sociology, the political sciences, linguistics, psychology and the educational sciences. The roots of media and communication research are found in more traditional academic disciplines such as history, philosophy, sociology, science of law, the study of literature, psychology and political sciences – a fact that still affects methodologies, theories and perspectives in media and communication research.

Table 4 illustrates the size of the academic institutions of media and communication education in each target country. It has to be kept in mind that it is very difficult to obtain comparable data even for the numbers of universities, BA/MA/PhD programmes and professors for a specific discipline. As mentioned, the definition of disciplines and number of subjects included in the disciplines vary from country to country. The subjects may also go by different names.

Another problem is that the bigger the country, the more difficult it is to obtain reliable data about these kinds of numbers: tracing all media and communication programmes in the U.S., for example, is extremely time consuming work, and the numbers of programmes and professors change continuously. Therefore the data in Table 4, especially vis-à-vis the U.S. and Germany, have been culled from vari-

ous secondary sources, and, in the case of Germany, are from seven to ten years old. Because the number of universities, programmes and professorships of media and communication research has steadily grown in Germany (Koivisto & Thomas 2007, 26-30), it is assumed that the German numbers in Table 4 are too small. The total numbers of MA and PhD programmes in the U.S. will also be much greater than the numbers in Table 4, which includes only programmes in journalism and mass communication. Presumably, the U.S. is a leader in media and communication education and research in the world. Thus, Table 4 tells more in a general level about the scale of academic media and communication education in target countries than it does about exact figures.

More interesting in Table 4 are the short descriptions of the national characteristics of research organisations and institutions. For example, France and Germany proved to serve quite conservative and constricted academic environments for media and communication research because of their hierarchical and introverted university structures. In Germany the postgraduate qualification process, *Habilitation*, ‘does not encourage scientific originality’ (ibid., 18). In France the problem has been the relative youth of discipline and the low status of ‘Infocom’ (*Sciences de l’information et de la communication*) in the government controlled system of academic research and disciplines (Puustinen 2007, 26-31). In both countries the identity of media and communication research has been poorly defined, and much of the research has been splintered among various more traditional and established disciplines (Koivisto & Thomas 2007, 15, 43-44; Puustinen 2007, 30-32).

In ‘the new world’, academic systems seem to be less hierarchical than in the home countries of the modern European university, and media and communication research in Japan, the U.S. and Australia is in many ways more pragmatically oriented than, for example, in Germany and France. But this does not

Table 4. *Some Details of Academic Media and Communication Education and Research at the National Level*

	Finland	Estonia	Germany	France	U.S.	Japan	Australia
Universities	13	2	52 (1997)	22	c. 400	c. 230	37
MA/PhD programmes	27	11/1	131 (2000)	–	109/93*	53/39	118
Professors	42	13	160 (2000)	147	–	–	–
National characteristics	Nokia/ITC, Private funding	New centres of excellence	Formal and hierarchical system	State control, Unclear discipline	Hard to discern, Health comm.	Strong private sector, Research associations	Non- hierarchical, Industries vs. academy

* In journalism and mass communication only.

mean that academic research and media industries are closely linked in these countries either. On the contrary, there seems to be quite a gap between media industries and academic research in every target country. The only exception might be Estonia where recent social changes have encouraged all actors in the field to work together. In a small country like Estonia, humanists and social scientists have to look for collaborative projects if they are to obtain extensive funding for larger research projects. (See Salovaara-Moring & Kallas 2007, 56-57)

It is actually quite surprising how separate are the academic humanistic and social scientific media and communication research from media industries in the U.S. and Japan, where communication and media industries have an essential position in structuring whole societies. In Japan the relative modesty of academic media and communication research can partly be explained by the obscurity of the discipline, but the main reason is the richness of the research conducted by the industries (Valaskivi 2007, 42). In Japan the role of research associations is also exceptionally strong (*ibid.*). In countries like Japan and the U.S. where 'media has become a huge business', media-related research is also big business (Aslama et al. 2007, 66), and the role of academic media and communication research has remained marginal from the point of view of the media industries. Social scientists have also positioned themselves to be critical actors in society, thereby increasing the gap between academics and industries. Among the target countries the critical tradition has remained quite strong in the U.S., France and Finland, while also in Japan, Australia and Germany many scholars see their task as constituting a critical counterforce against the economic interests of industry.

The gap between industries and academic research has not encouraged industries to finance humanistic and social scientific research or education. The problem has been sharply criticised by an Australian professor: 'Industry takes the graduates but puts very little back to the journalism academy' (Rahkonen 2007, 56). In Finland, the situation changed after the Helsingin Sanomat Foundation, based in the SanomaWSOY corporation, was established in 2005. The Foundation has become the most prominent sponsor of humanist and social media research in Finland. Helsingin Sanomat Foundation also funded the 'Mapping Media and Communication Research' project. (Herkman & Vähämaa 2007, 47-51)

But the difficulties in obtaining funding for academic humanistic or social scientific media and communication research become more evident in comparison with technological or natural scientific re-

search in every target country. For example, whereas the Academy of Finland and private Finnish foundations financed humanistic and social scientific media and communication research with some 7 million euros in 2006, Nokia alone financed its research and development by almost 3.9 billion euros in the very same year (*ibid.*, 45). In many target countries, owing to the strong economic assumptions of ICT, state organised research funds are also nowadays channeled mostly to ICT technological development by various national research programmes and semi-public foundations. For example, the total research financial by the Academy of Finland in 2006 was approximately 257 million euros. The share of humanistic and social scientific media and communication research was between one and two per cent, with the majority of the funding allocated to technological and bio sciences. Meanwhile, the Finnish Funding Agency for Technology and Innovation (TEKES) funds research and development activities undertaken by companies and research organisations registered in Finland. In 2006, TEKES invested 465 million euros in research and development projects in companies, universities and research institutes, but humanistic or social scientific media research had only a very limited role in those projects.

On a national level, then, the funding of humanistic or social scientific media and communication research is quite marginal in every target country and dependent on private funding. Country-specific interests may arise in some approaches, however, because they fit current economic and social conjunctures. A good example is health communication research in the U.S., which does not at all have the difficulties that are discussed above (Aslama et al. 2007, 73, 83-84).

Main Approaches in Media and Communication Research

Many generalisations made in this article are based on interviews rather than on statistics, but in defining the main research approaches in target countries the conclusions are based mostly on various statistical analyses found in research publications. The problem is that primary data, methods and the classifications behind these statistics have been so heterogeneous that it is hard to make sophisticated comparisons between countries. Nevertheless it is still possible to give a rough overview of the main approaches in media and communication research.

In most countries the main approaches found in media and communication research can be classified in one of three general categories: 1) those that

Table 5. *Main Approaches in Media and Communication Research in 2006*

	Finland	Estonia	Germany	France	U.S.	Japan	Australia
Most popular themes in academic journals (or books)	Media and popular culture; Political/ societal; Journalism studies	Political/ societal;	Mass media; Communication in general	ICT; Media and popular culture; Political/ societal	Mass media; ICT; Advertising and PR*	ICT; Media and popular culture; Mass media *	Journalism and news media; Communication studies; Cultural studies
National characteristics	Feminist critique, Cultural studies	Semiotics, Ethnicity, Post-socialism	Humanities, Unübersichtlichkeit, Online	Social constructivism, New technology, National	Diversity, MCR, Media effects	National-Asian, Western	Cultural studies, Political economy

* The U.S. and Japan data are based on published books (not articles) and are therefore not directly comparable to other countries

emphasise political and social questions in relation to media or communication, 2) those that emphasise cultural aspects of media and communication, and 3) those that focus on media and communication technology. These three categories could be found in all countries but their ratings and precise definitions vary from country to country (see Table 5). Furthermore, the categories are not exclusive and, in many cases, they overlap. For example, cultural and feminist studies often combine cultural and political aspects with their analyses, and technological research is sometimes linked to social and political analysis as it is in the case of information society research. Thus, definitions here simply mean that some dimension of the research appears to be more prominent than others. It is also necessary to note that ‘political’ is understood more traditionally here as ‘politics’ or ‘policy’ than in representation or audience analyses of cultural or feminist studies, where ‘political’ often refers to identity politics or construction of micro-level power relations.

In Estonia almost all media and communication research seemed to have some connection with social and political questions because of the rapid changes in society after the collapse of the Soviet Union: ‘Media is analysed as part of society and not as a separate unity. The rapidly changing society creates new problems to which the academic community must respond.’ (Salovaara-Moring & Kallas 2007, 63.) Specific social and political themes in Estonia are the Russia-speaking minority and adaptation to the post-communistic era (ibid., 61). It is thus not an overstatement to claim that all academic media and communication research in Estonia has a strong connection to social and political questions. It is notable that some topics that are highly popular in the Nordic countries, such as popular culture, feminist media studies and organisational communication, are dealt with only in the student MA theses but otherwise remain in Estonia unpublished (ibid., 62).

A special national characteristic in Estonia is the influence of the famous Tartu school of semiotics (ibid., 64).

In Finland media and popular culture proved to be the most popular topic in academic theses especially at the MA level (Herkman & Vähämaa 2007, 57), but a later analysis of academic articles published in English reveals that Finnish scholars emphasise also social and political themes, especially in their postgraduate work. There were also clear differences among Finnish university departments and disciplines: the humanities emphasised media and popular culture, while social science emphasised social and political as well as journalism research (ibid., 57-59). However, it became clear that in Finland, it is possible to speak of ‘linguistic’ or ‘cultural’ turns in media and communication research because cultural and feminist studies have also had such a great influence on more socially oriented mass communication research.

Popular culture was also a popular research subject in Japan and Australia. Japan has a strong research tradition into Japanese popular culture and media history (Valaskivi 2007, 72-75), while Australia is world famous in Anglo-American cultural studies (Rahkonen 2007, 58-62). However, in Japan today popular culture studies are often connected to ‘new media’ phenomena such as *anime*, digital games and World Wide Web (Valaskivi 2007, 66). Therefore, Japanese academic media and communication research in many cases is highly focused on new information and communication technology as is the research by private organisations. It is worth recalling that the Japanese data here are based solely on books published on media and communication issues and the ranking of approaches might be quite different had the ranking been made by academic articles. Overall, Japanese academic media and communication research is modest compared to the private sector, with strong roots in traditional

western mass communication research (ibid., 67-69). In Japan technological approaches are very strong, and recently there have been efforts to promote collaboration between academic and private research as well as efforts to develop genuinely interdisciplinary projects between technological and social approaches (ibid., 82-83).

The national characteristic of Australian media and communication research is pragmatism (Rahkonen 2007, 57). Another key aspect in Australia is the popularity of the political economy resulting from 'the exceptionally concentrated ownership structure' of Australian media. 'The Australian version of political economy is also known as the "media mates approach".' (Ibid., 60)

Germany and France have quite different relations to media and popular culture studies. While such approaches are popular in France, the research has been concluded more under the distinctive national traditions rather than under the label of Anglo-American cultural studies. This has meant a more elitist-based and more protectionist attitude vis-à-vis commercial popular culture, and the approach has therefore been highly critical in nature. However, since the 1990s, French media and communication research has opened up to international influences, and a new generation of scholars has emerged with a different relationship to popular culture studies. (Sumiala-Seppänen 2007, 99-101) Today the point of view of social constructivism dominates French media and communication research, and the fascination with new media technologies has broken through to the extent that it can be classified as the most popular theme in France (Puustinen 2007, 63-69).

Research into new media technology – especially online communication – is steadily becoming more common in Germany as well, even though, the conservative and hierarchical academic system emphasises more traditional approaches such as research into mass communication and media effects (Koivisto & Thomas 2007, 42-43). German national characteristics include the strikingly high share of humanities – for example, linguistics – among media and communication scholars' orientation (ibid., 32-33) as well as 'the lack of clarity' (*Unübersichtlichkeit*) in the field (ibid., 15). Koivisto and Thomas argue that the conservatism of universities has led to difficulties inserting cultural studies into a German context, and authors see that multidisciplinary cultural studies could serve as a way out of the *cul-de-sac* of the 'deadlocked political constellation of the German university' (ibid., 66-71).

Lack of clear definition could also describe the U.S. media and communication approaches in that

the research field is so huge and diverse that it is almost impossible to make any generalisations. However, there are some approaches that are obviously stronger than others in the U.S. Traditional mass communication research (MCR) is still perhaps the most popular approach found in U.S. media and communication research, even though interest in new communication technology – especially the Internet – increases continuously. National characteristics of the U.S. are the continuous popularity of media effects research and the strong emphasis on research into advertising and public relations. (Aslama et al. 2007, 83, 110-111.) It is evident that the remarkable role of commercial media industries in the U.S. has led to these kinds of national emphases in media and communication research.

A common feature in every target country is an emphasis on empirical research. The status of empirical research is naturally highest among private research organisations, but academic media and communication research is also mainly based on empirical analyses, even though the academy discusses theoretical questions more than does private, industry-based applied research. Yet solely theoretical investigations seem to be quite marginal in today's academy. According to interviews, the most empirical emphasis among the target countries is found in the U.S. and Australia, while theory has the strongest support in France and Japan, and perhaps in Germany.

In most countries quantitative methods still have the strongest position in empirical analysis, but qualitative methods have increased their popularity since the 1980s and the so-called 'cultural' or 'linguistic turn' (see e.g., Bonnell & Hunt 1999). Private research organisations still rely on quantitative methods, especially on surveys, yet also in the academy quantitative methods such as laboratory experiments, surveys and content analyses evidently dominate in the U.S., Estonia, Germany and Japan. In France and Finland qualitative methods seem to have an exceptionally strong position in academic media and communication research, but this impression is based on interviews rather than being the result of statistical analyses.

The differences among methodologies and the confrontation between theory and empiricism vary by the disciplines and approaches that dominate the national contexts. Aslama et al. (2007, 138-139) argue that tension between humanistic and social scientific approaches is especially characteristic of the U.S. media and communication research, but it is evident that the same kind of distinctions can be found in most of the target countries. There are

clear differences between humanistic media (film and television studies, literature studies, linguistics, art history, etc.) and social scientific media (mass communication research, media sociology, journalism studies) and communication approaches, even though the 'linguistic' or 'cultural turn' and the influences of cultural and feminist studies have perhaps made disciplines more similar than ever before (see e.g., Ferguson & Golding 1997; Murdock 1997).

The separation of social scientific 'research' and humanistic 'studies' also draws lines between theory and empiricism as well as between quantitative and qualitative methods. It was clear that humanistic approaches are more 'cultural' in that they rely on qualitative methods and put more emphasis on theories and concepts of symbolic reality than do social approaches, which are more 'materialist' and have stronger traditions in the use of quantitative methods and the reliance on empirical data about social realities. These differences, however, are ill-defined and by no means all-inclusive. Quite the contrary. It seems that discourse analysis and textual analysis as well as criticism of post-modernism and post-structuralism have today become part of almost all humanistic and social media and communication research in the target countries.

Future Challenges to Research

Even though there were many differences among the target countries, those scholars interviewed seemed to be strikingly unanimous about the future challenges to academic media and communication research. The challenges can be grouped in five interrelated categories that were crystallised in the U.S. report (Aslama et al. 2007, 121). The same categories can be found in one form or another in every report:

- 1) The changing media environment
- 2) National vs. international orientation
- 3) The quality of the research
- 4) Affirming the institutional status of the discipline
- 5) Improving relationships between academia and industry

The first challenge is the rapidly changing media environment that has been discussed in more detail in the section 'The media landscapes'. In the Japan report Katja Valaskivi (2007, 79-80) summarises the changes with the term 'convergence', which combines technological, economical and cultural dimensions of 'converging media systems' (cf. Murdock 2000; Iosifidis 2002). In particular changes in

communication technology and markets have been so rapid that many scholars distrusted the ability of academic research to react fast enough: the academy seems to lag behind in technological, social and economic changes. On the other hand it is possible to ask to what extent academic research should react to rapid changes in the media environment and to what extent its task is to 'slow down' or 'denaturalise' the continuous talk about change and the technological hype? Considerable continuity can also be found in media environments, while the social history of the media has demonstrated that changes are not always so 'radical' or 'revolutionary' as they are claimed to be in contemporary discourses (see e.g., Winston 1998; Mattelart 2001; Briggs & Burke 2002).

The second challenge is linked to the first that deregulation and liberalisation of the media have opened national media markets – at least to some extent – to international or global competition. Concentration of media ownership and mergers of media companies have been one result of this process and have made national media markets more dependent on global media corporations (see Croteau & Hoynes 2001; Doyle 2002). At the same time academic media and communication research has been quite nation-bound because of its commitment to national languages and cultural boundaries as well as to national media and education policies. Many scholars interviewed saw a contradiction between the emphasis in media research on national perspective and media industries' emphasis on international issues.

According to the France report, cultural protectionism and accentuating French language in university policy is a problem in the internationalisation of French media and communication research (Puustinen 2007, 74-77). The situation is completely different in Finland, for example, where publishing in English is the most important means of achieving merit in the academy. Interviewees, especially in small or isolated countries like Finland, Estonia and Australia, seemed to long for international research collaboration. Again it is possible to ask if ranking by publications in international refereed journals – a habit adopted from natural sciences – is truly the best way to evaluate humanistic or social media and communication research. To what extent should media and communication research be national in, for example, and take part in public debates on media's role in society or the nation state?

The third challenge, guaranteeing high quality of research, is intimately linked to complaints about the poor financing and resources of contemporary academic media and communication research. As shown in the section 'Main research institutions

and organisations', humanistic and social scientific media and communication research is not at the core of the academy in any of the target countries. This is not surprise. Since the Second World War, development in all research have emphasised large-scale, institutionalised and bureaucratically applied projects whose goal is economic progress or military success, as McNeill and McNeill demonstrate in their world history *The Human Web* (2003). Academic humanistic and social scientific media research has become a 'second-class citizen', with short-term financing and employments that do not support substantial research projects, which in turn are essential for renewing the discipline. Today the majority of academic media research is carried out by private funding that emphasises industry-based applied studies instead of so-called basic research. Therefore, the key question in all target countries proved to be how to affirm the conditions for self-contained academic research.

The fourth challenge, affirming the institutional status of the discipline, is also linked to the previous challenges. It is obvious that the relatively low institutional status goes hand in hand with a low degree of academic financing. Many scholars interviewed believed that strengthening the institutional status of the media and communication discipline in the academy would therefore mean more money for research. But there are also other dimensions to the 'lack of disciplinary clarity'. As the country-specific reports of the 'Mapping Media and Communication Research' project demonstrate, there are profound disagreements in defining media and communication research as an academic discipline. Disagreements are in many cases so fundamental that it really seems to be a 'mission impossible' to define

any clear-cut discipline of media and communication research. From this point of view, requirements for the congruency of the field can also be seen as belonging to paradigm battles and a threat against plurality or diversity of research; therefore, many scholars, especially those from humanistic or cultural approaches, were quite happy with the current mixed situation in media and communication research in the academy.

The fifth challenge is to overcome the gap between academic media research and media industries. Many scholars both in the academy and in private organisations voiced the desire for increased co-operation between industry and the academy. Academics were expected to take media industries' practical orientation more seriously, and vice versa, while industries were expected to learn more substantial thinking from the academy instead of purely economy-oriented investigations. Those interviewed truly believed that academic research can help industries to contextualise current changes in the media environment and increase knowhow, for example, about qualitative research methods. Academic researchers thought that they in turn could benefit from industries' huge resources and updated micro-level expertise in media and communication technologies, production and marketing. The problem in developing collaboration between the academy and industry is the critical task of the academy, which was still seen as central by many scholars. The sub-projects showed that it is now trendy to speak, for example, of 'creative industries' among academic institutions (e.g., Rahkonen 2007, 66-67). The key question here is to what extent co-operation between the academy and industry is possible without losing the critical potential of academic research.

Notes

1. The main work behind this paper has therefore been done by the researchers and research teams of the country-specific sub-projects. For work well done I would like to thank Minna Aslama, Kalle Siira, Ronald Rice and Pekka Aula from the U.S. project; Juho Rahkonen from the Australia project; Inka Salovaara-Moring and Triin Kallas from the Estonia project; Katja Valaskivi from the Japan project; Liina Puustinen and Johanna Sumiala-Seppänen from the France project; Juha Koivisto and Peter Thomas from the Germany project; and Miika Vähämaa from the Finland project. I worked as the project leader of the 'Mapping Media and Communication Research' as well as a leader of the Finland sub-project.

In the U.S. project, Professor Philip Napoli served as an advisor and Katy Pearce as a research assistant; in the France project Aura Lindeberg and Elina Perttula worked as research assistants; in the Japan project Hiromi Tsuji worked as a research assistant with Professor Noboru Sonehara serving as an advisor. In the Australia project the University of Queensland (Professor Jan Servaes and assistant Levi Obifiofor) and in the Japan project the National Institute of Informatics in Tokyo (Professor Sonehara) were the collaborative units. In the U.S. project the University of California and the Donald McGannon Communication Research Center at Fordham University were the main units of collaboration. I would also like to thank all those media research experts who

were interviewed in each country. Without them the whole project would have been a mission impossible. For more information about the project, see the Appendix.

2. The research reports of each country have been published on CRC's web site: <http://www.valt.helsinki.fi/blogs/crc/en/mapping.htm>

Reports can also be downloaded from the Helsingin Sanomat Foundation's web site: http://www.hssaatio.fi/en/completed_projects.html

3. Scholars interviewed in 'Mapping Media and Communication Research' project disagree, for example, the United Nation's *E-government Survey 2008*, which values Australia really high in global e-governance. See <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/UN/UNPAN028607.pdf>.

References

- Aslama, Minna et al. (2007) *Mapping Media and Communication Research in the U.S.* Research Reports 2/2007. Helsinki: University of Helsinki, Communication Research Centre, Department of Communication.
- Baldwin, Thomas et al. (1996) *Convergence. Integrating Media, Information & Communication*. London: Sage.
- Bonnell, Victoria E. & Hunt, Lynn (eds.) (1999) *Beyond the Cultural Turn*. Berkeley: University of California Press.
- Briggs, Asa & Burke, Peter (2002) *A Social History of the Media. From Gutenberg to the Internet*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Croteau, David & Hoynes, William (2001) *The Business of Media. Corporate Media and the Public Interest*. London: Pine Forge Press.
- Curran, James (2002) Renewing the Radical Tradition, in Curran, James: *Media and Power*, 127-165. London: Routledge.
- Doyle, Gillian (2002) *Understanding Media Economics*. London: Sage.
- Ferguson, Marjorie & Golding, Peter (eds.) (1997) *Cultural Studies in Question*. London: Sage.
- Hassan, Robert (2000) The Space Economy of Convergence, *Convergence: The Journal of Research into New Media Technologies* 6(2000): 4 (Winter), 18-35.
- Hemondhalgh, David (2002) *The Cultural Industries*. London: Sage.
- Herkman, Juha & Vähämä, Miika (2007) *Viestintätutkimuksen nykytila Suomessa*. Viestinnän laitoksen tutkimusraportteja 1/2007. Helsinki: Helsingin yliopisto, Viestinnän tutkimuskeskus CRC, Viestinnän laitos.
- Iosifidis, Petros (2002) Digital Convergence: Challenges for European Regulation, in *The Public Javnost* 9(2002): 3, 27-48.
- Jakubowicz, Karol (2004) A Square Peg in a Round Hole: The EU's Policy on Public Service Broadcasting. In Bondebjerg, Ib & Golding, Peter (eds.) 2004: *European Culture and the Media*, 277-301. Bristol: Intellect Books.
- Joukkoviestimet 2006 – *Finnish Mass Media*. Helsinki: Statistics Finland.
- Kaitatzi-Whitlock, Sophia (1996) Pluralism and Media Concentration in Europe. Media Policy and Industrial Policy, *European Journal of Communication* 11(1996): 4, 453-483.
- Koivisto, Juha & Thomas, Peter (2007) *Mapping Communication and Media Research: Germany*. Research Reports 6/2007. Helsinki: University of Helsinki, Communication Research Centre, Department of Communication.
- Küng, Lucy et al. (1999) Impact of the Digital Revolution on the Media and Communications Industries, *The Public Javnost* 6(1999):3, 29-48.
- Lowe, Gregory Ferrell & Hujanen, Taisto (eds.) (2003) *Broadcasting & Convergence: New Articulations of the Public Service Remit*. Göteborg: Nordicom.
- Marsden Christopher T. & Verhulst, Stefaan G. (eds.) (1999) *Convergence in European Digital TV Regulation*. London: Blackstone Press Ltd.
- Mattelart, Armand (2001) *Histoire de la société de l'information*. Paris: Decouverte.
- McNeill, J.R. & McNeill, William H. (2003) *The Human Web. The Bird's-Eye View of World History*. New York: W.W. Norton.
- Murdock, Graham (2000) Digital Futures: European Television in the Age of Convergence, in Wieten, Jan et al. (eds.) (2000) *Television Across Europe. A Comparative Introduction*, 35-58. London: Sage.
- Murdock, Graham (1997) Base Notes: The Conditions of Cultural Practice, in Ferguson, Marjorie & Golding, Peter (eds.), 86-101.
- Picard, Robert (1989) *Media Economics: Concepts and Issues*. Newbury Park/California: Sage.
- Puustinen, Liina (2007) *Mapping Media and Communication Research: France*. Research Reports 5/2007. Helsinki: University of Helsinki, Communication Research Centre, Department of Communication.
- Rahkonen, Juho (2007) *Mapping Media and Communication Research: Australia*. Research Reports 7/2007. Helsinki: University of Helsinki, Communication Research Centre, Department of Communication.
- Salovaara-Moring, Inka & Kallas, Triin (2007) *Mapping Communication and Media Research: Estonia*. Research Reports 3/2007. Helsinki: University of Helsinki, Communication Research Centre, Department of Communication.
- Sumiala-Seppänen, Johanna (2007) Cultural Studies in France – Receptions and Rejections, in Puustinen, Liina 2007, 97-101.
- Valaskivi, Katja (2007) *Mapping Media and Communication Research: Japan*. Research Reports 4/2007. Helsinki: University of Helsinki, Communication Research Centre, Department of Communication.
- Winston, Brian (1998) *Media Technology and Society. A History: From the Telegraph to the Internet*. New York: Routledge.

JUHA HERKMAN, D.Soc.Sc., Docent, Department of Communication, PL 54, FI-00014 University of Helsinki, juha.herkman@helsinki.fi

Appendix

Facts about the ‘Mapping Media and Communication Research’

The project’s budget was a total of 275, 000 euros (for seven countries). There were nine researchers in all plus five research assistants and four team leaders. Together their work was a little less than five researcher-years (60 months). The U.S. sub-project’s team, consisting of two team leaders, two researchers, a research assistant and an advisor, was the largest, while the Australian project (one researcher for six months), the Finnish (a project leader and one researcher for five months) and the Estonian (two researchers, together working five months) were the smallest sub-projects.

Table 6. *Employees in ‘Mapping Media and Communication Research’*

	Leaders	Months	Researchers	Months	Assistants	Months
Finland	1	2	1	5	–	–
Estonia	–		2	5	–	–
Germany	–		1	9	1	2
France	1	1	1	5	2	2
U.S.	2	2	2	11	1	2
Japan	–		1	6	1	2
Australia	–		1	6	–	–

Communication Research Centre CRC at the University of Helsinki is carrying out the same kinds of studies on media and communication research in Belgium, the Netherlands and Russia between autumn 2007 and spring 2008. More sophisticated summaries and meta-analyses of all country-specific sub-projects will be completed by the end of 2008. The budgets of these projects are total some 150 000 euros, for which four researchers and three research assistants are working. This article therefore, gives only a brief summary of the results of the ‘Mapping Media and Communication Research’ project from autumn 2007. Since autumn 2007 the director of the CRC and head of the projects has been Professor Hannu Nieminen.

Recension

Flemming Hansen & Sverre Riis Christensen:
Emotions, Advertising and Consumer Choice
Frederiksberg, Copenhagen Business School Press; Liber, 2007,
462 s. ISBN 978-91-47-08765-5

Professor Flemming Hansen från Handelshögskolan i Köpenhamn tillhör Nordens i särklass mest aktiva och produktiva professorer i marknadsföring. Flemming Hansen har lyckats med konststycket att ha ett ben i den akademiska världen och ett annat i näringslivet och har ofta arbetat för att förena dessa två världar. Flemming Hansen disputerade i Lund på avhandlingen *Consumer Choice Behavior* och har förutom sin professur ägt det största danska marknadsundersökningsföretaget AIM. Medförfattaren, Sverre Riis Christensen, är Associate Director på marknadsundersökningsföretaget TNS Gallup, men arbetade tillsammans med Flemming Hansen på Center for Marketing Communication på Handelshögskolan i Köpenhamn 2003-2006. Till sin hjälp har författarna haft Steen Lundsteen, forskningsassistent på Handelshögskolan i Köpenhamn.

Båda författarnas mångåriga bakgrund från marknadsundersökningsbranschen är tydligt avspeglad i hur boken är skriven. Boken består av två delar: *Emotionernas roll i konsumenternas beslutsfattande* och val samt *Marknadskommunikation och emotioner*.

Boken är tänkt att fungera som en lärobok på avancerad nivå om hur konsumenterna väljer produkter och om kommunikationseffekter. Syftet är att fokusera på kärnan i teorierna om konsumenters val, dvs hur valen görs och hur information påverkar valen. Denna del baseras i stort på hur man mäter attityder samt på attityder och val och författarna presenterar en omfattande genomgång av en mängd teorier som har presenterats under årens lopp. Förenklat kan man säga att många av de mest välkända modellerna är kognitiva modeller där ingen eller ringa hänsyn tas till vilken roll känslorna spelar för konsumenternas val.

I kapitel 3 presenteras emotioner (omedvetna), känslor (vad människor upplever) och sinnesstämningens roll och hur det har studerats i tidigare forsk-

ning. I kapitel 4 presenteras så hur neurofysiologisk och neuropsykologisk forskning har förändrat hela vår syn på hjärnans funktion och därmed vilken roll emotioner och känslor spelar bl a för människors beslutsfattande. Med hjälp av t ex fMRI (functional Magnetic Resonance Image) scanning kan man studera vilka delar av hjärnan som aktiveras i olika sammanhang. Forskningen kan numera jämföra vilka konsekvenser det har att ha en skada i en viss del av hjärnan, genom att t ex jämföra hur personer med sådan skada skiljer sig från normala individer i olika beslutsfattandesituationer.

Ett välkänt exempel på denna forskning är Antonio Damasio's hypotes om somatiska markörer, dvs man har en känsla i kroppen av vilka konsekvenser ens beslut kommer att få. Det räcker att en gång bränna handen på en eldslåga för att vi skall kunna föreställa oss hur det kommer att kännas om vi skulle stoppa handen i en gryta med kokande vatten. Denna forskningsinriktning kallas 'neuroeconomics'. Författarnas djupdykning i hur hjärnan fungerar kommer troligen att upplevas som svårtillgänglig av de flesta studenter på lägre nivå än forskarutbildningen. Författarna presenterar (sid. 120) en indelning av hur emotioner påverkar konsumenternas val:

1. Emotioner utan någon form av medvetenhet som t ex rutinmässig beslut ('routinized choice'). Ungefär 60% av alla beslut som fattas i dagligvaruhandeln antas vara av detta slag.
2. Emotioner som ger upphov till omedvetna känslor, vilket vanligtvis sker när beslutet har medelhög komplexitet.
3. Emotioner som ger upphov till medvetna känslor, vilket är vanligt då beslutet är komplext och kanske riskfyllt.

Jag saknar en starkare koppling av diskussionen till denna indelning i fortsättningen av boken.

I kapitel 5 övergår författarna till att presentera hur man kan mäta konsumenternas känslor för varumärken. Här presenteras den första omfattande studien i samarbete med TNS Gallup, Köpenhamn, där 800 slumpmässigt utvalda konsumenter besvarade ett frågeformulär om deras känslor för olika kategorier och märken. Från de returnerade svaren (svarsfrekvens 67%) gjordes ett kvoturval baserat på ålder, kön och geografiska regioner för att få fram 4 matchade grupper bestående av mellan 192 och 202 personer per grupp. 69 varumärken och 17 produkt- och tjänstekategorier ingick. Indelningen gjordes enligt traditionella indelningar på högt/lågt engagemang samt om reklamen för produkterna är informationsinriktad eller transformerande (t ex emotionellt inriktad).

Ett stort arbete lades också ned på att få fram de bästa orden som mäter känslor, vilket till slut resulterade i 24 ord. Ett exempel på tre av dessa 24 ord är: sexig, spännande, aggressiv. Respondenten fick för varje ord som var relevant för dem ange om deras känsla för märket med avseende på hur sexigt det är var mycket starkt eller inte (7-gradig skala). Resultatet analyserades först med hjälp av faktoranalys och även baserat på huruvida svaren var positiva eller negativa. Ett NERS-värde (Net Emotional Response Strength) beräknades som skillnaden mellan positiva och negativa factor scores. NERS-värden redovisas för dem som använder märket/produktkategorin kontra icke-användare. Författarna redovisar ytterligare ett värde, NUMS, vilket är summan av de positiva och negativa känslorna för varumärket.

I den andra delen av boken fokuserar författarna på effekterna av marknadskommunikation och främst

reklam. Man vill se om det är realistiskt att använda mått på emotionella reaktioner när man mäter effekterna av reklam och andra kampanjer samt när man använder emotionella svarstendenser i förtester av kommunikationen. Främst behandlas snabbbrörliga konsumtionsvaror, eftersom det finns ett stort antal starka varumärken att studera och företagen lägger mycket stora belopp på att göra reklam för sådana varumärken.

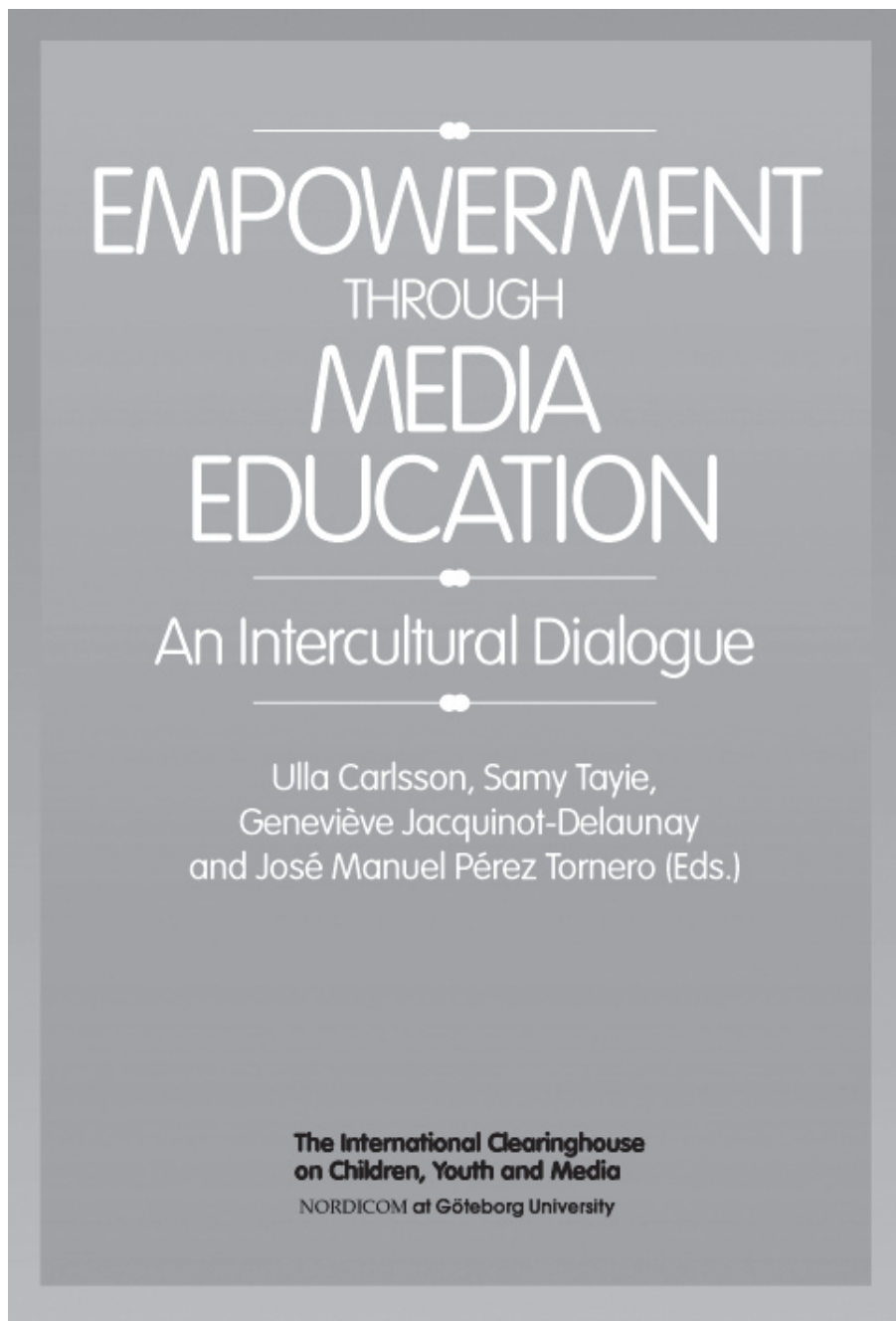
Den andra delen ger en mycket omfattande beskrivning av en mängd olika sätt att mäta effekten av reklam: kortsiktigt, långsiktigt, kontinuerligt, i olika faser av kampanjarbetet, etc. Det är en utmärkt dokumentation av hur synen på mätningar har förändrats över tiden. Genomgående i boken är även här författarnas egna erfarenheter av att mäta effekterna av reklam och boken är mycket rikt illustrerad med exempel på genomförda mätningar och då framför allt hur man mäter effekterna av känslor.

Den som har intresse för hur man mäter reklameffekter hittar sitt "eldorado" i denna bok. Boken har historiska översikter och tar med de senaste rönen från neuropsykologiska mätningar. Inriktningen är mer tillämpad än teoretisk, även om många mätningar utgår från teoretiska modeller. Det finns ingen liknande bok på marknaden och boken rekommenderas varmt speciellt till alla som är intresserade av hur man mäter reklameffekter.

*Rita Mårtenson
Handelshögskolan
vid Göteborgs Universitet*

Aktuell litteratur

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



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

Nordicom har åbnet en ny database til web-søgning i Nordisk medieforskning

Om den nye database

Nordicom har igennem det sidste års tid arbejdet på at implementere en helt ny software til registrering og søgning i nordisk medieforskning.

Hvor man hidtil har skullet søge information om nordisk medieforskning i 3 forskellige databaser, tilbyder den nye database mulighed for at søge i alle registrerede datatyper på én gang (forskere/forfattere, publikationer, projekter og institutioner). Man kan selvfølgelig søge i alle nordiske lande på én gang eller begrænse sin søgning til et eller flere lande. Desuden er der mulighed for kun at søge i én enkelt datatype, f.eks. i publikationer eller i projekter.

Den nye database omfatter alle de data, det tidligere var registreret i Nordicoms NPROJ og NINS databaser, dvs. ca. 1.200 nordiske medieforskere, ca. 1.000 løbende eller afsluttede projekter og ca. 450 institutioner. Desuden giver den nye database adgang til søgning i ny nordisk forskningslitteratur udgivet fra og med 2006/2007 – pt. ca. 1.100 publikationer.

Alle fremtidige registreringer og opdateringer vil blive foretaget i den nye database (se nedenfor om web-adgang til Nordicoms nye database).

Nordicom arbejder fortsat med implementeringer af softwaren. F.eks. findes på databasens forside links der ikke virker – bl.a. et der viser, at der vil blive givet adgang til at forskere selv kan rapportere ny forskning til Nordicom. Desuden mangler forskellige orienterings- og hjælpetekster.

Vi forventer at færdiggøre disse dele i løbet af ganske kort tid, men håber – trods disse mangler – at brugere af Nordicoms databaser ser den nye database som en væsentlig forbedring af informations-søgning i Nordisk medieforskning.

Om Nordicoms ”historiske” publikationsdatabase

Nordicom har ikke endnu haft mulighed for at konvertere publikationsdata fra den gamle Ncom-database til den nye software.

Søgning i de ca. 40.000 publikationer, som Nordicom har registreret i perioden 1975 – 2006, må stadigvæk ske i den ”gamle og velkendte” database: Ncom – Nordiske medieforskningspublikationer (se nedenfor om web-adgang)

Web-adgang til Nordicoms database

Begge database kan åbnes via Nordicoms hjemmeside: <http://www.nordicom.gu.se/index.php>.

Klik på linket: *Medie- och kommunikationsforskning i Norden*

Nordicoms nye database: Klik på linket under Ncom databaser: *Nordisk medieforskning*

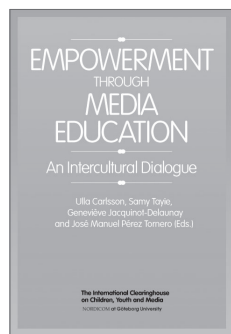
Nordicoms gamle database: Klik på linket under Ncom database: *Forskningslitteratur 1975-2006*

Databaserne har ”selvstændige” web-adresser og kan bogmærkes.

Nya skrifter från Nordicom

Empowerment Through Media Education. An Intercultural Dialogue

Ulla Carlsson, Samy Tayie, Geneviève Jacquinet-Delaunay & José Manuel Pérez Tornero (eds.), Nordicom, 2008, 272 p., ISBN 978-91-89471-56-6, (Reports Clearinghouse).



Although media, digital and information divides do exist in the world, more and more people have access to a steadily swelling flow of material through many new channels. An interactive and mobile media society has grown up alongside the traditional mass media society. Passive media consumers are becoming active media producers. In the midst of these developments are children and youth. Many parents, teachers and policy-makers are concerned about the negative influence they believe media exert on young people. The media, however, are also valued as social and cultural resources. It is in this complex context that we must see the importance of media literacy and media education. But when issues such as these are discussed, all too often the frame of reference is the media culture of the Western world. There is an urgent need for the agenda to become open to non-Western thoughts and intercultural approaches.

This book is based on international conferences on media education in Riyadh and Paris 2007. Scholars and other experts present conclusions from experiences and research to date on media education from a variety of perspectives and different cultures.

MedieSverige 2007. Statistik och analys

Ulla Carlsson, Ulrika Facht (eds.), Nordicom, 2007, 400 p., ISBN 978-91-89471-42-9, (MedieSverige), ISSN 1104-4829.

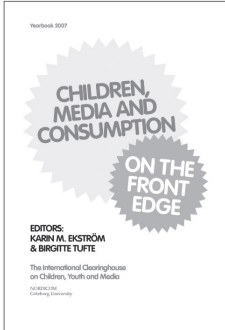


Utgivningen av MedieSverige är ett av de viktigaste inslagen i Nordicom-Sveriges dokumentation av medieutvecklingen. MedieSverige ger en samlad statistisk översikt över svenska massmedier med analyser och kommentarer av medieforskare. Boken redovisar i tio kapitel uppgifter om olika medier. Varje kapitel innefattar en utförlig tabellsammanställning med en inledande uppsats där medieforskare specialiserade inom det aktuella området fastställer aktuella trender i medieutvecklingen.

Nordicom-Sverige söker att i tabellsammanställningarna redovisa en så bred och tillförlitlig statistik som är möjlig i Sverige idag. Statistiken skall vara systematisk och samhällsrelevant. Målsättningen är att få till stånd en lättillgänglig kunskap om mediasituationen genom denna presentationsform.

Children, Media and Consumption. On the Front Edge. Yearbook 2007

Karin M. Ekström & Birgitte Tufte (eds.), Nordicom, 2007. 356 p., ISBN 978-91-89471-51-1, (Yearbooks), ISSN 1651-6028.

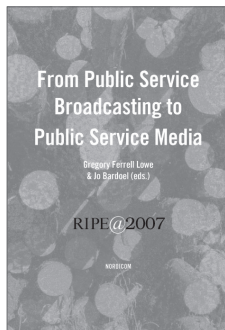


Children's and adolescents' importance as actors on the market has grown successively the past four to five decades. Nowadays, young people are exposed to a steady stream of commercial messages directed specifically to them. Television still has a unique position as an advertising medium, but advertising directed to youthful viewers is more and more prevalent on the Internet and mobile phones, as well. Many computer games, cartoons and programmes are a form of advertising in themselves inasmuch as they are the vehicles for 'merchandising' to youthful viewers. Product trade-marks and logotypes are a nearly universal lingua franca today, a vocabulary shared by young of all classes in a good part of the world.

The aim of the yearbook 2007 is to shed light on these new trends and global developments in relation to young people, consumption and media.

From Public Service Broadcasting to Public Service Media. RIPE@2007

Gregory Ferrell Lowe & Jo Bardoel (eds.), Nordicom, 2008, 259 p., ISBN 978-91-89471-53-5, (Research Anthologies and Monographs).

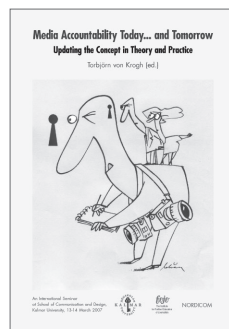


The core challenge facing public service broadcasting today is the transition to public service media. This understanding characterised discourse among participants in the RIPE@2006 conference in the Netherlands, the theme of which was Public Service Broadcasting in the Multimedia Environment: Programmes and Platforms. The contributors in this volume focus attention on issues of strategic concern and tactical importance in addressing the core challenge. A defining theme is the need for moving beyond the transmission model of broadcasting to mature both professional and theoretical thinking necessary in public service communication. Audiences must be understood as partners rather than targets and content that is cross-media and cross-genre must be popular but remain distinctive. For policy makers the core challenge necessitates fairly balancing the often contrary interests of commerce and culture which is a fundamental tension in media policy today. The stakes are high because policy and operational decisions will establish the character of the European dual media system for decades to come. What is the mission of public service media in a multimedia environment characterised by globalization, convergence, digitization, and fragmentation? What is important for strategy development that renews the public service enterprise while keeping faith with the ethos that legitimates the endeavour? How might policy makers variously understand the fuller possibilities entailed in the development of a uniquely European dual media system?

The authors address these questions to offer critical insights that deepen thinking about theoretical, strategic and operational aspects incumbent in the transition to PSM. The book has two sections. The first is focussed on dynamics, complications and challenges incumbent in policy development and strategy elaboration. The second focuses on content-related aspects with emphasis on strategic and tactical implications.

Media Accountability Today... and Tomorrow. Updating the Concept in Theory and Practice

Torbjörn von Krogh (ed.), Nordicom, 2008, 158 p., ISBN 978-91-89471-58-0.



Tony Blair demands it, Reuters wants it, the Spokane Spokesman-Review practices some of it and scholars try to define it – media accountability.

The need for media accountability was formulated more than 100 years ago and made manifest with codes of ethics and "bureaus of accuracy". The Hutchins Commission used the concept in 1947 as a way to avoid government prescription of media content. The practice of media accountability has since been fueled by market expansion, looser regulation of public service and a technological facilitation of media/public interaction.

In March 2007 these issues were discussed in a two-day international conference at the School of Communication and Design, University of Kalmar, Sweden. Scholars gave overviews of Media Accountability Systems (MAS), media journalism, media blogs and the effects of market-driven journalism on media accountability. Practitioners presented cases dealing with victims of the media in the United Kingdom, news ombudsmen and media critique in Scandinavia, and transparency in Spokane, Washington, USA.

To the presentations from Kalmar the conference-initiator Torbjörn von Krogh has added a background chapter on the origins and rise of media accountability and some thoughts on its future. He also offers a new working definition of media accountability, building on the work of European and North American scholars:

Media accountability is the interactive process by which media organizations may be expected or obliged to render an account (and sometimes a correction and/or excuse) of their activities to their constituents. The values and relative strength of the constituents vary over time and are affected by media systems and media technologies.

Danmark

Dokumentalist: Ditte Laursen

1930'ernes danske filmkomedie: i et lyd-, medie- og genreperspektiv

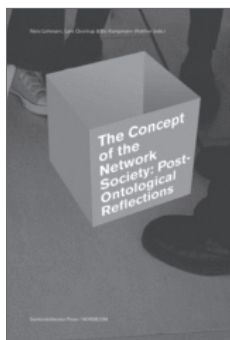
Niels Henrik Hartvigson, København, Institut for Medier, Erkendelse og Formidling, 2007, 235 p., ph.d.-afhandling

Afhandlingen søger at opstille en samlende og dækkende æstetisk beskrivelse af tredivernes danske filmkomedie ved at se på tre centrale faktorer: lyd, mediekonvergens og genre. Afhandlingen falder i to dele. Første del behandler tonefilmskomediens lydlige karakteristika og dens konvergens med andre lydmedier; anden del behandler trediverekomedierne, deres motiver og karakterer i forhold til en genre-mæssig brudfladeæstetik og spændstighed. Afhandlingen argumenterer, at man ved at se på lyd, medier og genre kan give en dækkende og samlende æstetisk beskrivelse af filmene. Ydermere argumenteres det, at tonefilmskomediens dominans i dansk trediver film beror på genre-mæssig brudfladeæstetik og spændstighed, der giver dansk trediverekomedie mulighed for at afprøve muligheder og identitet for lydmediet som sådan.

Fuldttekstdokumentet kan fremsøges i Ncom-basen: <http://nordicom.aub.aau.dk/ncom/front.do>

The concept of the network society: post ontological conceptions

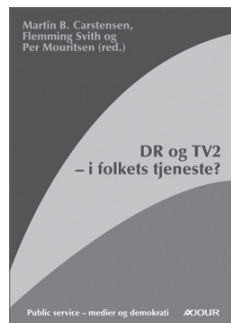
Niels Lehman, Lars Qvortrup & Bo Kampmann Walther, København, Forlaget Samfundslitteratur, 2007, ISBN 87-5931-189-4



Our current society has been called a 'network society'. But what lies behind this name? Has society changed, or has our observation of society? There can hardly be any doubt that the conditions for describing the world has changed. Since the turn of the 20th century, at least, we have known that there is no point for observing the world that lies outside the world. The book reflects the consequences of these conditions for observing society. What significance does the 'loss' of metaphysical guarantees have for the description and understanding of the society in which we live and for the epistemological tools at our disposal? This book is a sociological, philosophical and aesthetical study of what 'lies behind' the idea of calling present-day society a 'network society'.

DR og TV2 – i folkets tjeneste: public service – medier og demokrati

Martin B. Carstensen, Per Mouritsen & Flemming Svith (eds.) Århus, Ajour, 2007, 246 p., ISBN 987-87-91620-53-9, ISBN (electronic) 987-87-91620-55-3



Indeholder følgende artikler: Martin B. Carstensen, Flemming Svith, Per Mouritsen: *Betalt af borgere, styret af politikere, udført af journalister og programmedarbejdere*. Per Mouritsen: *Fem opfattelser af fjernsyn og radio i kampen om "i folkets tjeneste"*. Vicky Enemark Asmussen: *Lovens rammer for public service*. Hans Henrik Holm: *Public service-journalistik? – væsentlighed, publikumsinteresse og demokratisk handling*. Flemming Svith: *Public service per stedfortræder – journalistik i offentlighedens tjeneste*. Carolina Kamil: *Partisk nyhedsdækning? – mod en forståelse og måling af upartiskhed*. Martin B. Carstensen: *Politisk styring af radio og tv før og efter monopolbruddet*. Chris Hanretty: *Fem måder at styre en public service-institution på*. Frands Mortensen: *DR's opgave – redefineret*. Jørgen

Bang: *Dilemmaet om DR og TV 2*. Jørn Loftager: *Aspekter af public service – dimensioner af politik og demokrati*.

Forskningsbaseret viden i massemedierne – et bidrag til demokratiet?: en analyse af PISA 2003 i den trykte dagspresse

Bente Kristiansen, Roskilde, Institut for Kommunikation, Virksomhed og Informationsteknologier, 2007, ph.d.-afhandling

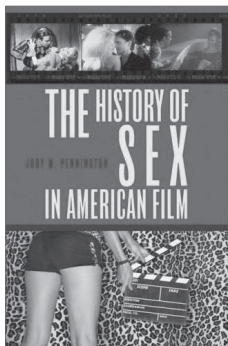


The dissertation is a study of how scientific and research-based knowledge is communicated in mass media. This research question is studied from the perspective of three theoretical traditions: public sphere theory, theories of research-communication and theories about media as an independent political institution. It is concluded that in the PISA case, the research based knowledge is poorly represented in the media. When research is written about, it appears mainly as an argument, either for certain political solutions and actions, or for the need to take action on a problem. Based upon the empirical and theoretical evidence presented in the dissertation some future perspectives for research communication in mass media are highlighted.

Fuldstændig dokumentet kan fremsøges i Ncom-basen: <http://nordicom.aub.aau.dk/ncom/front.do>

The history of sex in American film

Jody W. Pennington, Westport, Conn., Praeger, 2007, 216 p., ISBN 9780275992262



This work begins with an examination of some of the earliest altercations in what later came to be known as “the culture wars,” and follows those skirmishes, more often than not provoked by American film, up to the modern day. By looking at how sex in the cinema has contributed to the demise of the fragile consensus between liberals and conservatives on freedom of expression, *The History of Sex in American Film* suggests a perspective from which today’s culture can be better understood.

Interfacekulturens æstetik

Lars Kiel Bertelsen, Pernille Leth-Espensen, Lone Koefoed Hansen & Signe Meisner Christensen (eds.), Århus, Institut for Æstetiske Fag, 2007, (Passepartout; 27).



Interfacekulturens æstetik præsenterer 11 artikler, der fra såvel kulturteoretiske som æstetiske perspektiver undersøger, hvordan interfacet skaber betydning gennem sociale og æstetiske praksisser. Interfacet er den digitale tidsalders centrale kulturelle form. Her mødes computerens teknologiske dimension med den menneskelige perception, fortolkning og interaktion. Her bliver bits og bytes til tekst, billeder, lyd og rum. Computeren er en maskine, der kan gøre noget: styre fly, rundsende sms’er, downloade og afspille musik samt afvikle spil. Men computeren og dens interface er mere

end en arbejdsom maskine, som indeholder kompliceret teknologi. Interfacet er også en kulturel og æstetisk form, hvor teknologien, med kunstneren Myron Krugers ord, “er en æstetisk problemstilling lige så meget som det er et teknisk problem”. Howard Rheingold mener desuden, at den teknologiske industri slet ikke er teknologisk, men kulturel. Det er ikke noget problem at opfinde alskens dimser, men det er et problem at få dem til at indgå i kulturen, fordi det i virkeligheden er kulturen selv, der skaber teknologien. Med en hovedvægt på visuelle udtryksformer udgør dette nummer af *Passepartout* en tværaestetisk platform for en diskussion af problemstillinger, der knytter sig til interfacet og dets kultur.

Kampen om telefonen: det danske telefonvæsen under den tyske besættelse 1940-45

Mark Mau, Frederiksberg, Copenhagen Business School, 2007, 314 p., ISBN 9788759383360, ph.d.-afhandling

Den tyske besættelse af Danmark 1940-45 ramte det danske telefonvæsen midt i en omfattende organisatorisk ombrydningsproces, der kunne have ført fra en blandet privat-statslig driftsform til ren statsdrift under P&T. Denne afhandling viser, hvordan P&T’s og de danske telefonselskabers reaktioner på den tyske besættelsesmagts krav og ønsker forskubbende magtforholdene i telefonvæsenet til fordel for telefonselskaberne. Besættelsen sikrede dermed på afgørende vis telefonselskabernes eksistens op til 1980’erne.

Kommunikation og samarbejde i virtuelle miljøer: et studie af meningsforhandlingens betingelser i videomedieret forskersamarbejde

Marianne Georgsen, Aalborg, Institut for kommunikation, 2007 408 p., ph.d.-afhandling

Afhandlingen beskæftiger sig med kommunikationens rolle i samarbejdsprocessen, med særlig vægt på kommunikationens betingelser, når samarbejdet medieres af informations- og kommunikationsteknologi. Gennem teoretiske og empiriske undersøgelser af fænomenerne kommunikation, meningsforhandling og mediering belyses relevante aspekter af sammenhængen mellem samarbejdets kommunikative behov og muligheder og begrænsninger i et CSCW-systems understøttelse af disse behov. Et væsentligt udgangspunkt for afhandlingens undersøgelser af problemstillingen er, at teknologistøttede kommunikations- og samarbejdsformer betragtes som nye praksisformer, som skaber et behov for tilpasning eller udvikling af kendte metoder, når disse skal studeres i praksis. I afhandlingen sættes fokus på betingelserne for den videomedierede interaktion og på at kunne identificere de ressourcer, brugerne tager i anvendelse for at kunne samarbejde i de virtuelle omgivelser.

Magt og medier: en introduktion

Henrik Merkslen, Frederiksberg, Forlaget Samfundslitteratur, 2007, 300 p., ISBN 978-87-593-1211-7



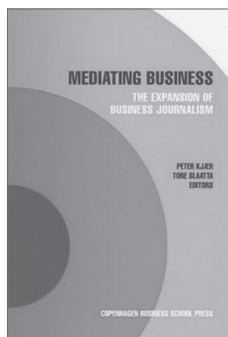
Medierne spiller en central rolle som bindeled mellem magthavere (fx politiske og økonomiske) og resten af befolkningen. Den journalistiske selvforståelse er ofte defineret som 'kritisk vagthund' og 'den fjerde statsmagt'. Men i dag er det ikke forbeholdt de traditionelle magthavere at sætte dagsordnen, mens pressen referer – mere eller mindre kritisk. Ofte og oftere oplever vi, at pressen selv sætter dagsordnen og dermed kommer til at optræde som magthaver.

Samtidig har politikere, offentlige myndigheder, interesseorganisationer og virksomheder i stigende grad professionaliseret deres pressekontakt. Det betyder, at professionelle normer spiller en støt sigende betydning for dannelsen af den offentlige mening. Hvad betyder det for samspillet mellem politikere, borgere og medier? Er det overhovedet meningsfuldt at spørge om, hvem der har magten?

Introduktion til moderne magt- og medieteorier samt påvisning af mediernes magtfulde rolle som talerør for den offentlige mening gennem punktnedslag i den politiske filosofis historie. Til brug ved undervisningen af kommunikationsstuderende og journaliststuderende. Med litteraturhenvisninger.

Mediating business: the expansion of business journalism

Peter Kjær & Tore Slaatta, Copenhagen, Copenhagen Business School Press, 2007, 306 p., ISBN 978-87-630-0199-1



Mediating Business is a study of the expansion of business journalism. Building on evidence from Denmark, Finland, Norway and Sweden, Mediating Business is a comparative and multidisciplinary study of one of the major transformations of the mass media and the realm of business – nationally and globally.

The book explores the history of key innovations and innovators in the business press. It analyzes changes in the discourse of business journalism associated with the growth in business news and the development of new ways of framing business, business issues and events. Finally, it examines the organizational implications of the increased media visibility of business and, in particular, the development of corporate governance and media relations.

Medier og samfund: en introduktion

Klaus Bruhn Jensen, Frederiksberg, Forlaget Samfundslitteratur, 2008, 191 p., ISBN 978-87-593-1353-4



Medier – fra tv, radio og aviser til internet og mobiltelefoner – er i dag en uadskillelig del af politik og økonomi, kultur og hverdag. Men alt for ofte opfattes medierne som en direkte årsag til, at samfundet udvikler sig på en bestemt måde. Denne bog giver en nuanceret og detaljeret indføring i det gensidige afhængighedsforhold mellem samfund og medier. Bogen henvender sig især til studerende på grundkurser om medier ved universiteter, seminarer og højskoler. Samtidig tilbyder den en opdateret fremstilling om mediernes almindelige tilstand til alle, der arbejder med medier og bruger dem til hverdag.

Mediestormens magt: om mediestorme på ældreområdet og deres indflydelse på ældrepolitikken

Christian Elmelund-Præstekær & Charlotte Wien, Odense, Syddansk Universitetsforlag, 2007, 202 p., ISBN 978-87-7674-209-6



Forskningsrapporten afdækker fem udvalgte mediestormes indflydelse på politiske beslutninger på ældreområdet. De fem mediestorme omhandler Kærbosagen, sagerne om den københavnske hjemmepleje, ældrechecken, variabel tilbagetrækning og efterløn samt sagen om stregekoder i hjemmeplejen. Rapporten belyser desuden mediestorme som journalistisk fænomen og det billede, de viser af ældresektoren.

Mellem design og didaktik: om digitale læremidler i skolen

Jens Jørgen Hansen, Odense, Institut for filosofi, pædagogik og religionsstudier, 2007, 306 p., ph.d.-afhandling



Afhandlingen konceptualiserer lærebogen og digitale læremidler som gener, som didaktisk kategori og beskriver deres funktionalitet i forhold til den særlige kommunikation, der kendetegner undervisning i skolen. Formålet er at undersøge og vurdere digitale læremidlers pædagogiske funktionalitet og potentiale i undervisningen. Kriterierne for undersøgelsen af læremidlers pædagogiske funktionalitet består overordnet af to faktorer. Den ene faktor er læremidlets design, og dermed hvilke funktioner læremidlet intenderer at understøtte i den pædagogiske praksis. Designaspektet har betydning for karakteren af læremidlets indhold, karakteren af de læringsformer, som læremidlet ønsker at iscenesætte og karakteren af den didaktiske funktion, som læremidler vil understøtte. Den anden faktor er lærerens didaktik, som

omfatter lærerens konception af læremidlet. Lærerens didaktiske blik på et læremiddel skal ses i sammenhæng med de pædagogiske opgaver, som læreren vælger, at læremidlet skal bidrage til at løse i den pædagogiske praksis. Læremidlets potentiale for at understøtte disse opgaver indikerer læremidlets pædagogiske funktionalitet. Den pædagogiske funktionalitet viser sig for det første i, om læremidlet bidrager til at understøtte lærerens intention med undervisningen, fagindholdet, metoder, den løbende kommunikation i undervisningen og om læremidlet er let at bruge og let at forstå. For det andet viser funktionaliteten sig i, om læremidlet understøttes af den organisatoriske kontekst og tekniske infrastruktur.

Fuldttekstdokumentet kan fremsøges i Ncom-basen: <http://nordicom.aub.aau.dk/ncom/front.do>

New publics with/out democracy

Henrik Bang, Frederiksberg, Forlaget Samfundslitteratur, 2007, 384 p., ISBN 9788759311493



The public sphere is normally considered to be a forum for democratic deliberation. It can serve many other uses, however, such as an arena for strategic communication, a space for identity formation or a showcase for celebrities. By bringing together researchers from political science, public administration, sociology and media studies, *New Publics with/out Democracy* presents a comprehensive perspective on the transformation of the public sphere in the emerging network society. The book presents a series of theoretical and empirical contributions concerning current changes in political communication, participation, identity and the role of the media and journalists. Within a common framework of analysis, the individual chapters in the book cover a wide range of issues concerning the way political

institutions, citizens, NGOs, firms and not least the media and journalists engage the public sphere, such as post-ideological politics, governance by performance and evaluation, transnationalisation, branding, Internet use and journalistic praxis. Although the book clearly suggests that the public sphere is an increasingly important medium of politically active and informed agents, it also insists that it proceeds far beyond the democratic publics of parliament and citizens in civil society.

På tværs af medierne

Anja Bechmann Petersen & Steen K. Rasmussen (eds.), Århus, Forlaget Ajour, 2007, 317 p.

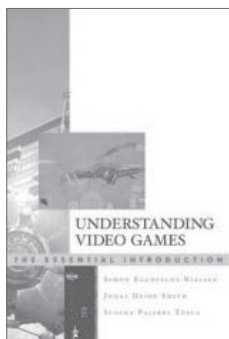


Flermedialiteten er udfordrende for journalistikken, både de, der producerer den – og forbrugerne. Bogen ser på virkningerne af fler- og tværmedialiteten inden for den enkelte medieorganisation, men også, hvad der sker i forhold til forbrugeren af det journalistiske produkt. Indeholder følgende artikler: Bechmann Petersen, Anja: *Tværmedialitet som kommunikationsform*; Grunwald, Ebbe: *Journalistik og sprog i flermediale miljøer*; Hovgaard Thomasen, Bo: *Tværmedial kommunikation i flermedie-koncepter*; Højbjerg, Lennard: *Den digitale tværmedialitet*; Haastrup, Helle Kannik: *Oplevelser på tværs: en tværmedial analyse af relationen mellem tv-serie og website*; Kampmann Walther, Bo: *Jack is back (i alle medier) – og han*

har travlt: Om tv-serien 24 timer; Rasmussen, Steen K.: *Konvergenskrydsfeltet*.

Understanding video games: the essential introduction

Simon Egenfeldt-Nielsen, Jonas Heide Smith & Susana Pajares Tosca, New York, Routledge, 2008, 304 p., ISBN 978-0-415-97721-0



From Pong to PlayStation 3 and beyond Understanding Video Games is the first general introduction to the new field of video game studies. This textbook traces the history of video games, introduces the major theories used to analyze games such as ludology and narratology, reviews the economics of the game industry, examines the aesthetics of game design, surveys the broad range of game genres, explores player culture, and addresses the major debates surrounding the medium, from educational benefits to the effects of violence.

Virkelighedens fortællinger: den danske tv-dokumentarismes historie

Ib Bondebjerg, Frederiksberg, Forlaget Samfundslitteratur, 2008, 365 p., ISBN 978-87-593-1321-3

Om “danskernes virkelighed spejlet gennem tv-dokumentarismen i de begivenhedsrige år fra fjernsynets barndom i 1950’erne til den globaliserede medievirkelighed efter årtusindskiftet”. Således er bogen både tv-historie, genrehistorie og kultur- og socialhistorie. Bogen rummer en delvis ny teori om dokumentarismens hovedgenrer og æstetik og deres forhold til virkeligheden og modtageren. Den danske dokumentarismes historie beskrives i tre store perioder: 1. I perioden 1951-1964 finder tv-dokumentarismen sine egne ben, men der laves allerede tidligt fremragende udsendelser. 2. Perioden 1964-1988 er DR’s klassiske monopolperiode med et bredt register af dokumentariske genrer fra de kritisk undersøgende til de dramatiserede former og med B&U’s frække eksperimenter. 3. Perioden 1988-2001 er kendetegnet ved monopolbruddets og globaliseringens tidsalder. Perioden er først præget af en stærk periode og siden af en periode med krise og opbrud.

Annan ny litteratur

Andersen, Tem Frank./*Unge og computerkultur: ambivalenser og socialt spillerum i gymnasieelevers computerbrug*. Aalborg: Aalborg Universitet, 2007. 329 p., ph.d.-afhandling

Brøgger, Andreas./*Webscape – kunst i det virtuelle landskab: Mogens Jacobsen: TurntablistPC*. Sorø: Vestsjællands Kunstmuseum, 2007. 32 p., ISBN 978-87-89119-42-7

Bødker, Mads./*Trust within technology: risk, existential trust and reflective designs in human-computer interaction*. 2007., København: Copenhagen Business School, ph.d.-afhandling

Dalgaard, Rune (Editor)./ *Lev Manovich and the language of new media*. 2007., ISBN 978-87-91163-10-4, (Skrifter fra Center for Internetforskning; 10).

Frasca, Gonzalo./*Play the message: play, game and videogame rhetoric*. 2007, København: IT-Universitet, ph.d.-afhandling

Grodal, Torben Kragh./*Filmoplevelse: en indføring i audiovisuel teori og analyse*. 2. ed. Frederiksberg: Forlaget Samfundslitteratur, 2007. 349 p., ISBN 9788759312049

Hendricks, Vincent F. (Editor); Guldborg Hansen, Pelle (Editor)./ *Game theory: 5 questions*. New York London: Automatic Press/VIP, 2007. 248 p., ISBN 8799101343

Høybye, Anne; Buchhave, Brit; Lund, Martin; Wagner, Signe./*Politisk spin*. København: Akademisk Forlag, 2007. 197 p., ISBN 978-87-500-3940-2

Jørgensen, Oluf./*Det handler om ytringsfrihed: mediejura*. Århus: Forlaget Ajour, 2007. 369 p., ISBN 978-87-92241-02-3

Jørgensen, Oluf./*Medier – love og regler 2007-2008*. Århus: Forlaget Ajour, 2007. 184 p.

Jørholt, Eva (Editor)./ *Kultur møder*. København: Det danske filminstitut/Museum & cinematek, 2007., (Kosmorama. Tidsskrift for filmkunst og filmkultur; 240).

Kirkegaard, Brian./*Metadata elements preferred in searching and assessing relevance of archived television broadcast by scholars and students in media studies: towards the design of surrogate records*. Aalborg: Royal School of Library and Information Science, 2008. 311 p., ISBN 978-87-7415-305-4

Kristensen, Trine-Maria; Madsen-Mygdal, Thomas./ *Weblogs*. København: Børsen, 2007. 120 p., ISBN 9788776642006

Nørholm Just, Sine; Halskov Jensen, Elisabeth; Grønning, Anette; Merksens, Henrik: *Organisation og omverden: Grundbog i organisationskommunikation*. København, Roskilde Universitetsforlag, 2007, 304 p.

Raskin, Richard (Editor)./ *The western*. Århus: Institut for Informations- og Medievidenskab, 2007., (p.o.v. A Danish Journal of Film Studies).

Siggaard Jensen, Sisse./ *Oplevelser i en virtuel verden: om kommunikation og organisering*. Frederiksberg: Forlaget Samfundslitteratur, 2007. 199 p., ISBN 9788776911805

Søndersted-Olsen, Hans-Henrik./ *Marketinghåndbogen: fra strategi til kampagne*. Frederiksberg: Forlaget Samfundslitteratur, 2007. 501 p., ISBN 87-5931-352-8

Valeur, Erik./ *60 skarpe skud mod pressen*. Århus: Forlaget Ajour, 2007. 172 p., ISBN 978-87-91620-43-0

Vilhelm, Thomas./ *Filmbyen*. København: Ekstra Bladet, 2007. 287 p., ISBN 9788777312740

Artikler

Agger, Gunhild./ *Kulturkanon og samtalekultur: et dilemma og nogle kompromisser*. In: Mellemrummet. 2007; p. 13-20, ISSN 1603-6018

Andersen, Tem Frank./ *Jeg taster mig frem på læringsvej: pædagogik for, om og med computere blandt førskolebørn*. In: Sociologi i børnehøjde: om daginstitutionens liv og vilkår. eds./Frederik Hertel; Tem Frank Andersen. Værløse: Billesø & Baltzer, 2007., ISBN 9788778421890

Bang, Jørgen./ *Short narrative advertising and cultural heritage: new options for cultural study research via digitalisation*. In: p.o.v. A Danish Journal of Film Studies. 2007; No. 23, 03. p. 5-19, ISSN 1396-1160

Breinbjerg, Morten./ *Sound in digital media: symbol or phenomenon*. In: Skrifter fra center for internetforskning. 2007; No. 10, Århus: p. 31-38, ISSN 1601-5371, ISSN (electronical) 1601-538X

Bruhn Jensen, Klaus./ *Por qué lo virtual puede ser bueno para la democracia*. In: Diálogos. Fórum universal de las culturas. eds./José Carlos Lozano Rendón. Monterrey: Fondo editorial de Nuevo León, 2007. p. 65-86, ISBN 978-970-9715-40-8

Bruhn Jensen, Klaus; Helles, Rasmus./ *The silent web: a qualitative study of sound as information and*

- communication in websites*. In: Internet research annual. eds./Mia Consalvo; Caroline Haythornthwaite. Vol. 4 New York: Peter Lang, 2007. p. 183-194, ISBN 978-0-8204-7857-9
- Bødker, Henrik./*The Mercy Seat as inescapable heat: the Proposition and ideas of justice in the Australian outback*. In: p.o.v. A Danish Journal of Film Studies. 2007; No. 24, p. 5-14, ISSN 1396-1160
- Clemensen, Helen Arvad; Faurholt, Lis./*Mediekultur*. In: Dansk kultur og kommunikation: et pædagogisk perspektiv. eds./Mogens Sørensen. København: Akademisk Forlag, 2007. p. 308-331, ISBN 978-87-500-3943-3
- Dalsgaard, Rune./*Spaces of navigation on the web*. In: Skrifter fra center for internetforskning. 2007; No. 10, Århus: p. 21-30, ISSN 1601-5371, ISSN (electronical) 1601-538X
- Drotner, Kirsten./*Kultur – begreber, analyse, praksis*. In: Dansk kultur og kommunikation: et pædagogisk perspektiv. eds./Mogens Sørensen. København: Akademisk Forlag, 2007. p. 149-165, ISBN 978-87-500-3943-3
- Egenfeldt-Nielsen, Simon./*Att skapa ljuv musik: det pedagogiska användandet av datorspel*. In: Datorspelands dynamik: lekar och roller i en digital kultur. eds./Jonas Linderöth. Lund: Studentlitteratur, 2007. p. 185-204, ISBN 9789144043579
- Hervik, Peter; Berg, Clarissa./*Denmark: A political struggle in Danish journalism*. In: Reading the Mohammed cartoons controversy: an international analysis of press discourses on free speech and political spin. eds./Risto Kunelius; Elisabeth Eide; Oliver Hahn; Roland Schroeder. Bochum/Freiburg: ProjektVerlag, 2007. p. 25-39, ISBN 978-3-89733-167-9, (Working papers in international journalism; 2007, 1).
- Hjarvard, Stig./*Sprogets medialisering*. In: Språk i Norden. 2007; p. 29-45
- Holm Sørensen, Birgitte; Danielsen, Oluf; Nielsen, Janni./*Children's informal learning in the context of school of knowledge society*. In: Education and Information Technologies. 2007; Vol. 12, No. 1.
- Jensen, Thessa./*Interaktive digitale spil som læringsmedie: Pokémon og Pixeline*. In: Sociologi i børnehøjde: om daginstitutionernes liv og virke. eds./Frederik Hertel; Tem Frank Andersen. Værløse: Billesø & Baltzer, 2007., ISBN 87-7842-189-6
- Jønsson, Rasmus./*Spindoktorerne på Christiansborg*. In: Politisk spin. København: Akademisk Forlag, 2007. p. 92-98, ISBN 978-87-500-3940-2
- Jørholt, Eva./*Perkere og andet godtfolk: de fremmede i dansk film*. In: Kosmorama. Tidsskrift for filmkunst og filmkultur. 2007; No. 240, København: p. 7-32, ISSN 0023-4222
- Kampmann Walthers, Bo./*Space in new media conception: with continual reference to computer games*. In: Skrifter fra Center for Internetforskning. 2007; No. 10, Århus: p. 7-20, ISSN 1601-5371, ISSN (electronical) 1601-538X
- Kau, Edvin./*The western experience: reflections on the phenomenology of the western*. In: p.o.v. A Danish Journal of Film Studies. 2007; No. 24, p. 31-44, ISSN 1396-1160
- Kjøller, Klaus./*Netværk og narreværk: de hemmelige relationer mellem politikere, embedsmænd og spindoktorer*. In: Politisk spin. København: Akademisk Forlag, 2007. p. 99-118, ISBN 978-87-500-3940-2
- Klastrup, Lisbeth; Svejgaard Pedersen, Pia./*Blogging for election: the use and function of blogs as a communication tool in a Danish parliament election campaign*. In: Internet research annual. eds./Mia Consalvo; Caroline Haythornthwaite. Vol. 4 New York: Peter Lang, 2007. p. 27-40, ISBN 978-0-8204-7857-9
- Kofod Olsen, Birgitte./*Ensuring minority rights in a pluralistic and "liquid" information society*. In: Human rights in the global information society. eds./Rikke Frank Jørgensen. 2007. p. 263-280, ISBN 0-262-60067-6
- Lax, Stephen; Ala-Fossi, Marko; Jauert, Per; Shaw, Helen./*DAB: the future of radio?: the development of digital radio in four European countries*. In: Media, culture & society. 2008; Vol. 30, No. 2, p. 151-166, ISSN 0163-4437
- Mørk Petersen, Søren./*Mundane cyborg practice: material aspects of broadband internet use*. In: Convergence. 2007; Vol. 13, No. 1, p. 69-81
- Nielsen, Jakob Isak./*The shape of a western: Visual design in Winchester '73 and The Man from Laramie*. In: p.o.v. A Danish Journal of Film Studies. 2007; No. 24, p. 15-30, ISSN 1396-1160
- Nielsen, Mie Femø; Kock, Christian./*Hvad er spin?*. In: Politisk spin. eds./Anne Høybye; Brit Buchhave; Martin Lund; Signe Wagner. København: Akademisk Forlag, 2007. p. 19-35, ISBN 978-87-500-3940-2
- Nielsen, Mie Femø; Kock, Christian./*Fire grundlæggende funktionstyper af spin*. In: Politisk spin. eds./Anne Høybye; Brit Buchhave; Martin Lund; Signe Wagner. København: Akademisk Forlag, 2007. p. 36-62, ISBN 978-87-500-3940-2
- Nielsen, Mie Femø; Kock, Christian./*Sproglige spin-teknikker*. In: Politisk spin. eds./Anne Høybye; Brit Buchhave; Martin Lund; Signe Wagner. København:

Akademisk Forlag, 2007. p. 63-74, ISBN 978-87-500-3940-2

Poulsen, Ib; Jauert, Per; Søndergaard, Henrik./*Denmark*. In: Western broadcast models: structure, conduct and performance. eds./Leen d'Haenens; Frieda Saeys. The Hauge: Mouton de Gruyter, 2007. p. 145-167, ISBN 978-3-11-019536-2

Qvortrup, Lars./*Media Pedagogy: Media Education, Media Socialisation and Educational Media*. In: seminar.net. 2007; Vol. 3, No. 2. 20 p., ISSN (electronical) 1504-4831

Raskin, Richard./*Jack Elam and the fly: in Once upon a time in the West*. In: p.o.v. A Danish Journal of Film Studies. 2007; No. 24, p. 45-53, ISSN 1396-1160

Schrøder, Kim Christian; Phillips, Louise./*Complexifying media power: a study of the interplay between media and audience discourses on politics*. In: Media, Culture & Society. 2007; Vol. 29, No. 6, p. 890-915

Thomson, Claire./*It's all about snow: limning the posthuman body in Solaris (Tarkovsky, 1972) and It's all about love (Vinterberg, 2003)*. In: New Cinemas. Journal of Contemporary Film. 2007; Vol. 5, No. 1, p. 3-21, ISSN (electronical) 1474-2756

Aarseth, Espen./*Forskning på spel: Metodologiska ansatser till spelanalys*. In: Datorspelandets dynamik: lekar och roller i en digital kultur. eds./Jonas Linderöth. Lund: Studentlitteratur, 2007. p. 209-229, ISBN 9789144043579

Finland

Dokumentalist: Eija Poteri

Jännittäminen opiskelun puheviestintätilanteissa [Social anxiety in study-related communication situations]

Merja Almonkari, Jyväskylä, University of Jyväskylä, 2007, 204 p., ISBN 978-951-39-3059-2, (Jyväskylä studies in humanities; 86),



The purpose of this study is to describe and understand the phenomena of social anxiety in study-related communication situations among Finnish university students. Studying at the university level in Finland usually requires performing many kinds of speech communication tasks, e.g. presentations, reports, group work and in-seminar discussions. For students who feel apprehension and anxiety in communication situations, passing through all these studies is difficult. The study belongs to the subject of speech communication.

The main data (N=1323) were collected through a web-based questionnaire from the third-, fourth- and fifth-year students of the University of Jyväskylä. The data of the Health and Lifestyle Survey of Finnish University Students 2004 (N=3153) were used in addition. The study was conducted both quantitatively and qualitatively. The data were analyzed following statistical methods and inductive content analysis.

Available also on the Internet: <http://dissertations.jyu.fi/studhum/9789513930592.pdf>

Media technologies and democracy in an enlarged Europe: the intellectual work of the 2007 European media and communication doctoral summer school

Nico Carpentier, Pille Pruulmann-Vengerfeldt, Kaarle Nordenstreng, Maren Hartmann, Peer Vihalemm, Bart Cammaerts & Hannu Nieminen (eds.), Tartu, Tartu University Press, 2007, 424 p., ISBN 978-9949-11-744-4, ISBN (electronic) 978-9949-11-745-1, (The research and teaching communication series).



Democracy is seen as the first structuring key notion of the book. The importance of media within the social and political cultures is not denied either.

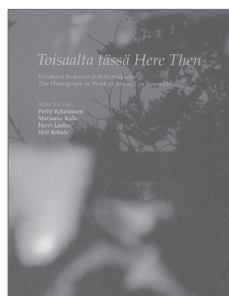
The first section of the book addresses issues related to technology, democracy, and policy. Authors are Denis McQuail, Jo Bardoel and Hannu Nieminen. The second section deals with journalism authored by Aukšė Balčytienė and Bertrand Cabedoche. The third and fourth section deals with participation. Chapters are written by Nico Carpentier, Andreá Medrado, Bart Cammaerts, Tobias Olsson, Pille Pruulmann-Vengerfeldt, Maja Turnšek, Zoetanya Sujon and Katharina Kleinen-v. Königsłow. The fifth section adds a multicultural angle to the discussions authored by Manuel Parés i Maicas, Tomasz Goban-

Klas and Janne Halttu. The sixth section includes lectures on methodologies and research ethics carried out by Nicholas W. Jankowski and Martine van Selm, Louise Phillips, Xin Xin, Richard Kilborn and Gregor Petrič. The last section deals with learning and being in communication studies. The authors are Anne Laajalahti, Frank Boddin with Todd Graham, Laurie Schmitt and Zoetanya Sujon, and François Heinderyckx. The book ends with the abstracts of the all 40 Ph.D. students that participated in the 2007 Summer School.

Available also on the Internet: http://www.researchingcommunication.eu/reco_book3.pdf

Toisaalta tässä: Valokuva teoksena ja tutkimuksena = Here then: The photograph as work of art and as research

Mika Elo (ed.), Helsinki, Taideteollinen korkeakoulu, 2007, 190 p., ISBN 978-951-558-235-5, (Taideteollisen korkeakoulun julkaisusarja B; 83).



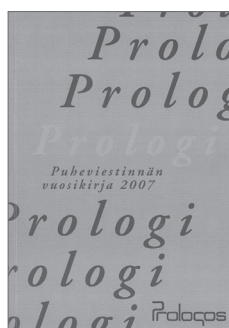
What is the relationship between art and research? The book investigates that relationship: photographic practice, photographic works and the medium itself as a layered dialogue between theory-oriented, author-oriented and work-oriented research and practice. It tries to stimulate both post-graduate research and artistic practice to new kinds of connections and cross-references.

The book is a product of the project called The Photographic Art and Theory Research. It was produced in conjunction with an exhibition of the same title. The exhibition belonged to the programme of Tampere Museum of Contemporary Art.

The authors of the book are Pertti Kekarainen, Marjaana Kella, Harri Laakso, Heli Rekula and Mika Elo.

Prologi: puheviestinnän vuosikirja 2007 [Year book of Finnish National Association of Speech Communication 2007]

Pekka Isotalus, Maija Gerlander, Mikko Jäkälä & Teemu Kokko (eds.), Jyväskylä, Prologos, 2007, 144 p.

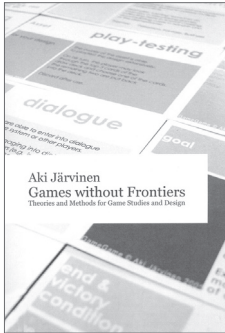


This is the third year book of Finnish National Association of Speech Communication, Prologos. The book consists of four peer reviewed articles and three 'lectio praecursoria' lectures held at the University of Jyväskylä.

Saila Poutiainen deals with the ethnography of communication and speech culture in Finland. Jonna Mönkkönen and Minna Finstad explores differences and similarities between physicians' and politicians' communication competences. Marjanna Artkoski explores physicians' communication skills related to the ability of empathy. Maria Kesti's article deals with speech communication culture in science and she applies articulation theory to speech communication. The published lectures written by Marko Siitonen, Anu Sivunen and Merja Almonkari are based on their recent doctoral dissertations.

Games without frontiers: theories and methods for game studies and design

Aki Järvinen, Tampere, University of Tampere, 2008, 419 p., ISBN (electronic) 978-951-44-7252-7, (Acta Electronica Universitatis Tamperensis; 701), Doctoral dissertation.



The author has studied an empirical sample of over 100 games, which include computer and video games, board games, card games, and television game shows. The study introduces a set of concepts, categorizations, and analysis methods deduced from the above sample. The concepts can be used in trying to understand games from the perspectives of design and consumption as a particular form of entertainment. This study is multi-disciplinary, as it draws and applies theories from psychology, aesthetics, communication and cognitive science. Besides a wealth of observations regarding games and play, the main results of the work are analysis methods aimed for practical applications in game studies and development.

Available also on the Internet: <http://acta.uta.fi/pdf/978-951-44-7252-7.pdf>

Stakeholder dialogue and regional engagement in the context of higher education

Helena Kantanen, Jyväskylä, University of Jyväskylä, 2007, 209 p., ISBN 978-951-39-3024-0, ISBN (electronic) 978-951-39-3081-3, (Jyväskylä studies in humanities; 85), Doctoral dissertation.



The focus of this research is on the regional stakeholder relationships of Finnish universities. The study explores, firstly, the themes and contexts that determine these relationships. Secondly, it studies the dimensions of responsible academic work in the respective region and, thirdly, why, where and how university-stakeholder dialogues take place and how they succeed. It approaches the phenomenon through three theoretical layers; the regional impact of higher education, corporate social responsibility, and relational dialectics, to gain a holistic view on stakeholder relations and regional engagement. The main thread running through the study is stakeholder thinking, and regional engagement is evaluated through the involvement of stakeholders in the life of the academy.

The main data consist of documentary material and of 23 semi-structured interviews conducted with university and stakeholder representatives in Kuopio, Rovaniemi and Turku in 2006. The approach is qualitative, the method chosen is ethnographic content analysis, and ATLAS.ti software is utilised as a tool for reducing, condensing and displaying data.

Näköradiosta digiboksiin: suomalaisen television sosiokulttuurinen historia [Sociocultural history of television in Finland]

Jukka Kortti, Helsinki, Gaudeamus, 2007, 421 p., ISBN 978-952-495-031-2.

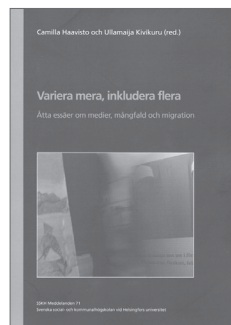


The most neglected field of media history has perhaps been the history of audiences. The author aims here to explore the history of television audiences in Finland. The study is based on two large media ethnographic data written by informants themselves. The author applies John Ellis' (2000) categories of television history: era of scarcity, era of availability and era of plenty. His study belongs mostly to the first two categories, although the era of plenty is touched as well.

The significance of television, 'mediatization' is explored as a postmodern phenomenon, as a part of consumption culture, and as a part of social history.

Variera mera, inkludera flera: åtta essäer om medier, mångfald och migration

Camilla Haavisto & Kivikuru, Ullamaija (ed.), Helsingfors, Svenska social- och kommunalhögskolan vid Helsingfors universitet, 2007, 210 p., ISBN 978-952-10-3158-8, (SSKH meddelanden; 71).



I boken diskuteras hur medietexter så väl återger som bidrar till konstruktionen av en kollektiv uppfattning om vem som hör till "oss" och vem som inte gör det. Diskussionens utgångspunkt är konkreta studier – både kvalitativa fallstudier och kvantitativa kartläggningar. En central fråga är om en ökad mediesynlighet och en tilltagen medvetenhet om mångfaldsfrågor bland journalistkåren bidrar till framväxten av ett samhällsklimat som gynnar respekt och likabehandling, eller om den ökade medvetenheten bara är en politiskt korrekt fernissa.

I boken ingår essäer som behandlar t.ex. hur finländska medier framställer afrikanska odokumenterade flyktingar i Medelhavsområdet och hur finlandssvenska medier i Finland skildrar människor med invandrarbakgrund.

Boken berör också den konfliktorienterade mediediskursen om islam i relation till Mohammad-karikatykrisen. Vidare reflekterar skribenterna kritiskt över den explicit välmenande genren av "toleransbefrämjande" journalistik som personifierar och glorifierar kvinnor med invandrarbakgrund. De behandlar även hur anspråk för den romska minoriteten artikuleras i dagstidningspressen och vilka samhällsproblem romerna själva, i en egen föreningstidskrift, väljer att behandla då de får komma till tals med egen röst.

Artikelförfattarna är Ullamaija Kivikuru, Karina Horsti, Karin Creutz-Kämppi, Camilla Haavisto, Heidi af Heurlin, Marcus Floman, Camilla Nordberg och Tina Nyfors.

Tuhoa, tehoa ja tuhlausta: Helsingin Sanomien ja New York Timesin ydinaseuutisoinnin tarkastelua diskurssianalyttisesta näkökulmasta 1945–1998. [Powerful, useful and wasteful: discourses of nuclear weapons in the New York Times and Helsingin Sanomat 1945-1998]

Kimmo Mäkilä, Jyväskylä, Jyväskylän yliopisto, 2007, 337 p., ISBN 978-951-39-2988-6, (Jyväskylä Studies in Humanities; 84), Doctoral dissertation.

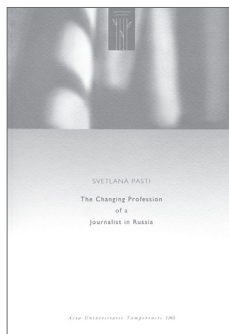


This study explores the media coverage of nuclear weapons. During the years of the atomic age, the press has been a forum in which the different views about nuclear weapons have been expressed and an arena for the struggle over the definition and representation of them. The aim of the study is to outline general trends of the press coverage of nuclear weapons and to assess the newspapers' attitudes towards them.

The study assumes a social constructivist view of language and analyses newspaper text by using a method based on a framework of critical discourse analysis. The focus is however on the different representations of nuclear weapons that various discourses construct. Also a quantitative method is being used, which analyses the definers of nuclear weapons in the news. The empirical data consists of 1 065 news and other journalistic items from the newspapers New York Times and Helsingin Sanomat. These stories cover six different cases from the nuclear era from the years 1945-1998, which are chosen to represent the news coverage as a whole.

The changing profession of a journalist in Russia

Svetlana Pasti, Tampere, Tampere University Press, 2007, 303 p., ISBN 978-951-44-7100-1, ISBN (electronic) 978-951-44-7101-8, (Acta Universitatis Tamperensis; 1265), (Acta Electronica Universitatis Tamperensis; 658), Doctoral dissertation.



The book examines the profession of a journalist in Russia in the light of its history and by looking at the future through its practitioners. They represent the old Soviet and new post-Soviet generations in the profession and bring empirical evidence of on-going change. In brief, the research questions are: What does it mean to be a journalist in Russia? What are the changes in the profession of a journalist in Russia? What conditions for the professional work of a journalist are in a big city and a little settlement? What relationships are developing between media and authorities?

In practice, the research has been conducted as four case studies. The interviews and surveys of journalists were carried out. Chronologically it started in St. Petersburg, 1998-2002, continued in the Republic of Karelia and then moved to other peripheries in Russia, covering nine regions of the North West, the Central and Southern parts, the Urals and Siberia, 2003-2005, and then returned to St. Petersburg. The dissertation consists of an overview and five earlier publications based on case studies.

Available also on the Internet: <http://acta.uta.fi/pdf/978-951-44-7101-8.pdf>

Vuorovaikutus, viestintäteknologia ja identifioituminen hajautetuissa tiimeissä [Social interaction, communication technology and identification in virtual teams]

Anu Sivunen, Jyväskylä, Jyväskylän yliopisto, 2007, ISBN 978-951-39-2986-2, ISBN (electronic) 978-951-39-3046-2, (Jyväskylä studies in humanities; 79), Doctoral dissertation.



The goal of this study is to explore team members' social interaction, communication technology use and identification with the team in geographically dispersed virtual teams. As organizations globalize and invest in new technologies that enable virtual collaboration, virtual teams that rely on mediated communication and rarely meet face-to-face have become common in many organizations. Such settings present challenges to team members' social interaction as well as to the construction of a shared team identity. This study was conducted qualitatively. Members of four virtual teams from four different organizations (N=35) were interviewed and their computer-mediated communication was observed and recorded. In analyzing the data,

qualitative data analysis phases and methods were used in line with grounded theory approach. The analysis was made by constantly comparing the new, emerging codes with the previous incidents labelled with the same and different codes.

Available also on the Internet: <http://dissertations.jyu.fi/studhum/9789513930462.pdf>

Spelar kön någon roll när man räddar världen?: kvinnor, kvinnlighet och messiasmyter i SF-film

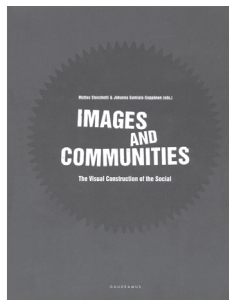
Sofia Sjö, Åbo, Åbo Akademi, 2007, 285 p., ISBN 978-951-765-352-7, Doctoral dissertation.



Mötet mellan film och religion erbjuder olika teman t.ex. i många science fiction filmer kan lån från religiösa traditioner uppfattas, men i filmerna omarbetas också myt och religion, och tidigare tankesätt utmanas. Denna studie riktar blicken mot den kvinnliga närvaron i myten om en messias, såsom den möter oss i några kända science fiction filmer och tv-serier (t.ex. Star Wars och Alien filmer). Med en religionsvetenskaplig och kvinnovetenskaplig infallsvinkel strävar studien att ge svar på frågor som: Vilken roll tilldelas kvinnliga karaktär i filmernas berättelser? Har den moderna trenden med starka kvinnliga karaktärer i mycken populärkultur påverkat messiasmytens framställning?

Images and communities: the visual construction of the social

Matteo Stocchetti & Johanna Sumiala-Seppänen (eds.), Helsinki, Gaudeamus, 2007, 316 p., ISBN (print) 978-952-495-020-6.

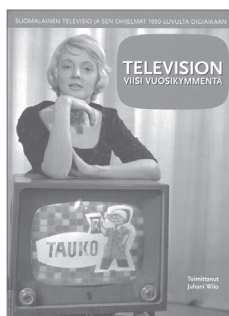


The basic themes of the book are the role of visual communication in constituting social bonding and the sense of community in contemporary Western culture. The aim is to offer critical perspectives on the discussion on visual dimension of the social in postmodern condition. The contributors come from different disciplines: media studies, sociology, art history, and political science. They approach the topic through a range of focuses including sacred images, paintings, murals, posters, advertisements, and photography.

Authors are Douglas Kellner, David Morgan, Juha Malmisalo, Mikko Villi & Janne Matikainen, Merja Salo, Kimmo Lehtonen, Michael Dartnell, Ilaria Vanni, Laura Junka, Asko Lehmuskallio, Jyoti Mistry, Nathalie Hyde-Clarke, Bernt Österman, Lars Lundsten and Matteo Stocchetti & Johanna Sumiala-Seppänen.

Television viisi vuosikymmentä: suomalainen televisio ja sen ohjelmat 1950-luvulta digiaikaan [Five decades of television in Finland: Finnish television and its programmes from the 1950's to the digital age]

Juhani Wiio (ed.), Helsinki, Suomalaisen kirjallisuuden seura, 2007, 675 p., ISBN 978-951-746-939-5, (Suomalaisen kirjallisuuden seuran toimituksia; 1145).



The anthology presents the history of nationwide Finnish television programming during its 50 years history. It emphasizes the content of the programmes including both domestic production and imported programmes. All the core programme areas from children's programmes to news are covered. Public service channels and commercial channels are included both. The book examines not only television programmes but also includes a cultural and historical look at Finnish television, a description of the structure of the television system and an account of the reception of programmes in Finland.

The authors are Finnish television and cultural history researchers and experts. They are Jukka Kortti, Hannu Salmi, Raimo Salokangas, Minna Aslama, Heikki Hellman, Pauliina Lehtinen, Tuomo Sauri, Martti Soramäki, Marina Österlund-Karinkanta, Tom Moring, Taisto Hujanen, Iris Ruoho, Juho-Pekka Rantala, Antti Seppälä, Jaakko Lyytinen, Anne Koski, Silja Lanas Cavada, Santtu Natri, Anu Koivunen, Johanna Sumiala-Seppänen, Mari Pajala, Sari Elfving, Kaarina Nikunen, Teemu Palokangas, Veijo Hietala, Katja Valaskivi, Mikko Hietakangas, Juhani Wiio, Jan-Erik Wiik, Sari Sirkkiä-Jarva, Annikka Suoninen, Kaarina Kilpiö, Juha Kytömäki and Erja Ruohomaa.

The moving image: gesture and logos circa 1900.

Pasi Väliaho, Turku: Turun yliopisto, 2007. 293 p., ISBN 978-951-29-3393-8, (Turun yliopiston julkaisuja = Annales Universitatis Turkuensis, Sarja B; 303). Doctoral dissertation.



This study is to articulate differential relations of the moving image from the viewpoints of “gesture” and “logos” insofar as they become manifest in actual affects, percepts, functions, propositions and concepts circa 1900. Circa 1900 leans on a rather extensive historical period, approximately 1870-1920, within which the actualizations and the moving image’s changing functions are studied and, consequently, concepts harnessing the ideal tendencies created.

The study is positioned around three kind of “philosophies” advanced in the works of Friedrich Kittler, Gilles Deleuze and Giorgio Agamben. The study mainly concentrates on the ontological and epistemological issues regarding the rhythmic constellations by which we are embedded in and

defined with respect to the images that surround and determine us. Contemporary philosophers studied are Sigmund Freud, Friedrich Nietzsche and Henry Bergson.

Annan ny litteratur

Aslama, Minna; Lehtinen, Pauliina./*Suomalainen tv-tarjonta 2006* [Finnish television programming 2006]. Helsinki: Ministry of Transport and Communications, 2007. 100 p., ISBN (print) 978-952-201-940-0, ISBN (electronic) 978-952-201-941-7 (Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja; 56/2007). Available on the Internet: http://www.mintc.fi/oliver/upl938-LVM56_2007.pdf.

Ero, Liisa; Suomi, Maaret./*Digitaaliseen televisioon siirtyminen: seurantaryhmän loppuraportti* [Switch-over to all-digital television: a final report by the working group on monitoring and promoting]. Helsinki: Ministry of Transport and Communications, 2008. 80 s. ISBN (print) 978-952-201-717-8, ISBN (electronic) 978-952-201-718-5, (Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja; 12/2008). Available on the Internet: http://www.mintc.fi/oliver/upl254-LVM12_2008.pdf.

Kynäslahti, Heikki; Kupiainen, Reijo; Lehtonen, Miika (eds.)/*Näkökulmia mediakasvatukseen* [Perspectives on media education]. Helsinki: Finnish Society on Media Education, 2007. 159 s. (Mediakasvatusseuran julkaisuja; 1). Available on the Internet: <http://www.mediaeducation.fi/publications/ISBN978-952-99964-1-4.pdf>.

Kangaspunta, Seppo./*Keskeneräistä pakolla: tutkimus digi-tv:n ja mediateknologian kotiuttamisesta* [Pushed through unfinished: a report on the domestication of digital television in Finland]. Tampere: Tampereen yliopisto, 2008. 94 s. ISBN (print) 978-951-44-7265-7, ISBN (electronic) 978-951-44-7254-1, (Tiedotusopin laitos. Julkaisuja C; 42). Available on the Internet: <http://tampub.uta.fi/tiedotusoppi/978-951-44-7254-1.pdf>.

Laukkarinen, Antti./*Kuntalaisviestintä muuttuvassa kuntakentässä* [Municipal communication in the era of bigger and bigger local districts]. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, 2007. 215 s. Licentiate thesis. Available on the Internet: http://thesis.jyu.fi/07/URN_NBN_fi_jyu-2007708.pdf.

Maasilta, Mari; Rahkonen, Juho; Raittila, Pentti./*Islam suomalaisissa joukkoviestimissä* [Islam in Finnish media]. Tampere: Tampereen yliopisto, Journalismin tutkimusyksikkö, 2008. 70 p., ISBN 978-951-44-7203-9, (Tampereen yliopisto, Tiedotusopin laitos, Julkaisuja A; 103).

Oksman, Virpi; Noppari, Elina; Tammela, Antti; Mäkinen, Maarit; Ollikainen, Ville./*News in mobiles: comparing text, audio and video*. Helsinki: VTT Technical Research Centre of Finland, 2007. 37 p., ISBN 978-951-38-6906-9, ISBN (electronic) 978-951-38-6907-6, (VTT Tiedotteita = Research Notes; 2375). Available on the Internet: <http://www.vtt.fi/inf/pdf/tiedotteet/2007/T2375.pdf>.

Rättilä, Tiina./*Sosiaalisen media mahdollisuudet kodin, koulun ja kunnan viestinnässä: blogi-päiväri tutkimushankkeen loppuraportti* [The opportunities of social media in the communication between school, home and authorities: the final report of the project on Weblog calendar]. Tampere: Tampereen yliopisto, 2007. 115 s. ISBN (print) 978-951-44-7191-9, ISBN (electronic) 978-951-44-7212-1, (Tiedotusopin laitos. Julkaisuja B; 47). Available on the Internet: <http://tampub.uta.fi/tiedotusoppi/978-951-44-7212-1.pdf>.

Salokoski, Tarja; Mustonen, Anu./*Median vaikutukset lapsiin ja nuoriin: katsaus tutkimuksiin sekä*

kansainvälisiin mediakasvatuksen – ja säätelyn käytäntöihin [The influences of media on children and young people: a review on research and international regulations and practices]. Helsinki: Finnish Society on Media Education, 2007. 171 p., ISBN (electronic) 978-952-99964-2-1, (Mediakasvatusseuran julkaisuja; 2). Available on the Internet: <http://www.mediaeducation.fi/publications/ISBN978-952-99964-2-1.pdf>.

Sarpakunnas, Topi; Halonen, Antti; Miettinen, Osmo./*Television kehitysnäkymät Suomessa* [The outlook for the development of television in Finland]. Helsinki: Ministry of Transport and Communications, 2008. 132 p. ISBN (print) 978-952-201-684-3, ISBN (electronic) 978-952-201-685-0, (Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja; 5/2008). Available on the Internet: http://www.mintc.fi/oliver/upl221-LVM_0508.pdf.

Suoninen, Annikka./*Television lastenohjelmatarjonta syksyllä 2006* [Children's programming on Finland's national channels in autumn 2006]. Helsinki: Ministry of Transport and Communications, 2007. 114 p., ISBN (electronic) 978-952-201-925-7, (Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja; 2007, 48). Available on the Internet: http://www.mintc.fi/oliver/upl909-48_2007.pdf.

Artiklar

Arnolds-Granlund, Sol-Britt./*Är du medieläskunnig, mediefärdig eller rent av mediekompetent?: behov av mediepædagogisk begreppsanalys*. In: Näkökulmia mediakasvatukseen. eds./Heikki Kynäslähti; Reijo Kupiainen; Miika L. Helsinki: Sällskapet för mediafostran, 2007. p. 37-60, ISBN 978-952-99964-0-7, ISBN (electronic) 978-952-99964-1-4, (Mediakasvatusseuran julkaisuja; 1). Available on the Internet: <http://www.mediaeducation.fi/publications/ISBN978-952-99964-1-4.pdf>.

Elo, Mika./*Walter Benjamin and the virtual: politics, art, and mediation in the age of global*. In: Transformations. 2007; Vol. 15., ISSN (electronical) 1444-3775. Available on the Internet: http://www.transformationsjournal.org/journal/issue_15/article_01.shtml.

Heikkilä, Heikki./*Beyond 'insofar as' questions: contingent social imaginaries of the European public sphere*. In: European Journal of Communication. 2007; Vol. 22, No. 4, p. 427-441, ISSN 0276-3231, ISSN (electronical) 1460-3705.

Horsti, Karina./*Managed multiculturalism in Finnish media initiatives (Open forum)*. In: IJMS: International Journal on Multicultural Societies. 2007; Vol. 9, No. 1, p. 113-130, ISSN 1817-4574. Available on the Internet: <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001538/153803E.pdf#page=115>.

Järvi, Ulla./*"Suomalaistutkijat tekivät mullistavan havainnon": analyysi vuoden 2004 terveysaiheisista tiedotteista* ["Finnish scientists have achieved a breakthrough": analysis of press releases consisting health issues in year 2004]. In: Tiedotustutkimus. 2007; Vol. 30, No. 4, p. 45-63, ISSN 0357-8070.

Ijäs, Taru; Ruusuviuri, Johanna./*Mitä potilas voi tietää?: potilaan tiedollisiin oikeuksiin orientoituminen lääkärin vastaanotolla* [What patient may know?: orienting to the patients' epistemic rights in primary care]. In: Tiedotustutkimus. 2007; Vol. 30, No. 4, p. 12-29, ISSN 0357-8070.

Jallinoja, Piia; Suihko, Johanna./*Munkkiperinteestä pizzaelämykseen: terveys ja ruoka Sotilaskoti-lehdessä 1967-2007* [From doughnut tradition to pizza experiences: health and food in the publication of Soldiers' Home Association in 1967-2007]. In: Tiedotustutkimus. 2007; Vol. 30, No. 4, p. 30-44, ISSN 0357-8070.

Kivikuru, Ullamaija./*Crisis and Internet communication*. In: New media worlds: challenges for convergence. eds./Virginia Nightingale; Tim Dwyer. Melbourne: Oxford University Press, 2007. p. 118-131, ISBN 978-0-19-555836-4.

Lax, Stephen; Ala-Fossi, Marko; Jauert, Per; Shaw, Helen./*DAB: the future of radio?: the development of digital radio in four European countries*. In: Media, culture & society. 2008; Vol. 30, No. 2, p. 151-166, ISSN 0163-4437.

Mäenpää, Jenni; Seppänen, Janne./*Kuvajournalismi tiedon tuotantona* [Photojournalism and knowledge production]. In: Tiedotustutkimus. 2007; Vol. 30, No. 3, p. 4-18, ISSN 0357-8070.

Nikunen, Kaarina; Paasonen, Susanna./*Porn star as brand: pornification and the intermedia career of Rakel Liekki*. In: Velvet Light Trap. 2007; Vol. 59, p. 30-41, ISSN 0149-1830, ISSN (electronical) 1542-4521.

Rantala, Varpu./*Arkipäiväisen estetiikkaa vuosituhannen vaihteen japanilaisessa kauhuelokuvassa* [Everyday aesthetics in contemporary Japanese ghost films]. In: Lähikuva. 2007; Vol. 20, No. 4, p. 24-38, ISSN 0782-3053.

Turtiainen, Riikka./*Kahden kaukalon välissä: fantasia-liigojen maailmaa kartoittamassa* [Between two ice hockey rings: exploring the world of fantasy web leagues]. In: Lähikuva. 2007; Vol. 20, No. 4, p. 39-59, ISSN 0782-3053.

Uimonen, Heikki./*Bensankärystä pullantuoksuun: miesään käyttö suomalaisissa televisiomainoksissa* [From gas stench to bun smell: male voice in Finnish television commercials]. In: Lähikuva. 2007; Vol. 20, No. 4, p. 6-23, ISSN 0782-3053.

Norge

Dokumentalist: Håvard Legreid



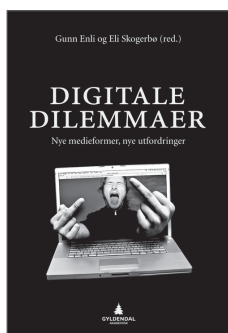
Verden skapes hjemmefra: Pressedekningen av den ikke-vestlige verden 1902-2002

Elisabeth Eide & Anne Hege Simonsen, Oslo, Unipub AS, 2008, 300 p., ISBN 978-82-7477-288-5

Fokus på Afrika, Asia, Latin-Amerika, Midtøsten og Oseania har i stor grad vært fraværende i norsk pressehistorie. Denne boka er den første systematiske gjennomgangen av norsk presses verdensbilder. Forfatterne har undersøkt sju norske aviser gjennom hundre år (1902–2002). Boka viser hvordan kolonitid, evolusjonslære og misjonstankegang er en vedvarende viktig del av vår mentale arv, og hvordan internasjonal geopolittikk preger vår oppfatning av ulike deler av verden.

Digitale Dilemmaer

Gunn Sara Enli & Eli Skogerbø (eds.), Oslo, Gyldendal Norsk Forlag, 2008, 166 p., ISBN 978-82-05-38412-5



Bruken av informasjons- og kommunikasjonsteknologi reiser problemstillinger som er vanskelige å overskue for enkeltpersoner, institusjoner, bedrifter eller nasjonalstater. Noen av disse spørsmålene er dilemmaer, altså spørsmål der det ikke finnes entydig gode eller ønskelige løsninger. I denne boka beskrives slike dilemmaer, som for eksempel er knyttet til spørsmål om sensur og ytringsfrihet, personvern og behov for overvåking og kontroll, beskyttelse og åpenhet, kommersialisering og regulering osv. Dette er en bok som griper rett inn i de pågående debattene om både utfordringene og mulighetene dagens informasjons- og kommunikasjonsteknologi gir.

Boken inneholder følgende artikler: Gro Sandskjær Hanssen og Signy Irene Vabo: *Styringsdilemmaer i lokaldemokratiet*, Eli Skogerbø og Marte Winsvold: *Nettet som debattarena*, Gunn Sara Enli: *"Ja til et fargerikt felleskap!"*, Karoline Andrea Ihlebæk: *Publikumsdeltagelse og Redaksjonelle Dilemmaer*, Marika Lüders: *Synlighet og personvern*, Liv Hausken: *Bildebehandling og troverdighet*, Terje Rasmussen: *Den vanskelige åpenheten*.

Følelser for film

Ola Erstad & Ove Solum (eds.), Oslo, Gyldendal Norsk Forlag, 2007, 178 p., ISBN 978-82-05-37777-6



I denne boken gis det en introduksjon til kognitivt inspirert filmteori, der analyser av filmopplevelser står sentralt. Hvilke ulike opplevelsesaspekter som fanger, bergtar og vekker vårt emosjonelle og intellektuelle engasjement, diskuteres. En rekke av bidragene i boken viser hvordan refleksjon rundt filmopplevelsen kan åpne for en mer mangfoldig filmanalyse, der også tilskueren inkluderes og vektlegges. I *Følelser for film* er det viet plass til både analyser av filmopplevelser og av enkeltfilmer. Dessuten hvordan tilskueropplevelser kan brukes som utgangspunkt for å tilegne seg filmteoretiske perspektiver i ulike læringssammenhenger.

Boken inneholder følgende artikler: Anne Gjelsvik: *Med meg selv som detektor* av, Margrethe Brun Vaage: *"Hold pusten når jeg teller til tre!"*,

Ove Solum: *Følelser, stil og stemninger*, Susanne Ø. Sæther: *Film, materialitet og virkelighetseffekt*, Eivind Røssaak: *Showteori – "Is that what you want?"*, Ingrid Rommetveit: *Tilfeldigheter, skjebne og medmenneskelighet i P. T. Andersons Magnolia*, Tale Næss: *Glede, undring og avsky*, Ola Erstad: *Filmopplevelse og facinasjon*.

Medier og demokrati

Barbara Gentikow & Egil G. Skogseth (eds.), Oslo, Scandinavian Academic Press, 2007, 292 p., ISBN 978-82-304-0029-6,



Lav valgdeltakelse, populistiske partiprogrammer og manglende tillit til politikere tyder på at demokratiet i den vestlige verden er i krise. Men optimister mener nye digitale medier kan overvinne denne krisen. Med henvisning til den enorme økningen i brukerstyrt innhold på nettsider som Wikipedia, YouTube og MySpace kåret det amerikanske nyhetsmagasinet Time "You" til årets person 2006. I følge Time er det de kreative nettbrukerne premissleverandører i det nye digitale demokratiet. Men kan nye kommunikative samhandlingsformer føre demokratiet ut av krisen? Antologien kombinerer klassiske kommunikasjonsteoretiske tekster av bl.a John Dewey og Jürgen Habermas med nye analyser av demokratiske potensialer i de digitale mediene. Den presenterer også et empirisk prosjekt for "bedre kommunikasjon": nettradio-eksperimentet Demostasjon.

Boken inneholder følgende artikler: John Dewey: *Om offentlighetens problemer*, Jürgen Habermas: *Offentlig mening, kommunikativ makt og aktører i det sivile samfunn* og *Politisk kommunikasjon i mediesamfunnet*, James Curran: *Mediert demokrati*, Paul Bjerke: *Demostasjon – en praktisk kritikk av journalistisk makt*, Lars Nyre: *Minimumsjournalistikk*, Jane Elin Brattland, Heidi Fagna og Hilde Marie Braaten: *Erfaringer fra staben og deltakerne i Demostasjon*, Egil G. Skogseth: *I retning deltagelse*, Dag Elgesem: *Deliberativ teknologi?*, Andrew Feenberg: *Et demokratisk Internett?*, Peter Dahlgren og Tobias Olsson: *Fra offentlighet til borgerkultur*, Graham Murdock: *Å bygge den digitale allmenningen*, Barbara Gentikow: *Medier som fora for offentlig deliberasjon*.

Vondt og vakkert: Vold i audiovisuelle medier

Anne Gjelsvik, Kristiansand, Høyskoleforlaget AS, 2007, 254 p., ISBN 9788276347623



Dette er den første boken om vold i mediene på norsk. Boken gir en oversikt over medieutvikling, debatter og forskning innen feltet. Anne Gjelsvik argumenterer for nødvendigheten av å forstå fiktive representasjoner av vold som nettopp det – fiksjoner og representasjoner, og viser hvor viktig det er å analysere voldsrepresentasjonenes form og funksjon. Med utgangspunkt i filmvitenskapen gir hun nye perspektiver på hvordan vi kan forstå opplevelsen av voldelige fremstillinger. Boken inneholder en rekke analyser av sentrale og kontroversielle amerikanske filmer som *Natural Born Killers*, *Kill Bill*, *Fight Club* og *Apocalypto*. Forfatteren gjennomgår de forskjellige formene for fiksjonsvold og viser hvordan vold kan være vondt, viktig og vakkert.

Kommunikasjonssamfunnet: Moral, praksis og digital teknologi

Nora Levold & Henrik Storstein (eds.), Oslo, Universitetsforlaget AS, 2007, ISBN 978-82-1501-159-2



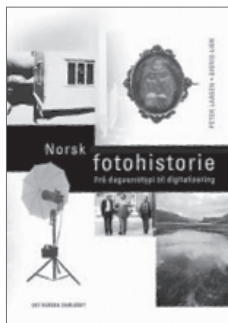
Denne boka utfordrer den dominerende forståelsen av utviklingen av informasjons- og kommunikasjonsteknologi, nemlig som en teknologi som først og fremst håndterer informasjon, dvs. tilgang, innhenting, lagring og bearbeiding. Forfatterne griper fatt i et annet markant trekk ved utviklingen de siste 15 årene, nemlig den økte vekten på kommunikasjon i tilknytning til IKT. Det er særlig fremveksten av Internett som gjør det mulig å snakke om en kommunikatív vending, selv om andre teknologier også spiller en viktig rolle, ikke minst mobiltelefonen. Mens mye teoretisering om IKT-utviklingen har foregått på makroplan, er dette en studie der bidragene er forankret i en rekke empiriske studier og mange eksempler. Forfatterne viser hvordan IKT-praksiser og IKT-moral blir til i lokale kontekster, i vekselspill med

videre kulturelle, politiske og økonomiske diskurser.

Kapitlene i boka bidrar alle til den internasjonale teoretiseringen av IKT-feltet: Bjørn Sørenssen: *”Kameraet som penn”*, Marit Kathryn Corneil: *Usynlige Offentligheter?*, Svein Olav Høier: *Plass til både nuller og enere på nettet?*,

Norsk fotohistorie: Frå daguerrotypen til digitalisering

Sigrid Lien & Peter Larsen, Oslo, Det Norske Samlaget, 2007, 343 p., ISBN 978-82-521-6291-2



Den første framstillinga av fotografiets historie i Noreg, frå daguerrotypiet på 1840-talet til dagens digitale teknologi. Boka følgjer utviklinga både når det gjeld teknikk og ulike sjangrar: frå portrett, landskap- og folkelivsdokumentasjon på 1800-talet, til reportasjefotografi, det private familiefotografiet og kunsth fotografiet på 1900-talet. I løpet av 1900-talet fekk fotografi ein stadig større plass både i det offentlege og det private rommet. Forfattarane ser ikkje berre på fotografiet som estetisk objekt, men også på korleis det har blitt brukt, og kva sosiale og historiske funksjonar det har hatt. Boka er gjennomillustrert i fargar.

Hva er MEDIEVITENSKAP?

Espen Ytreberg, Oslo, Universitetsforlaget AS, 2008, ISBN 978-82-1501-230-8, (hva er-serien).



Et ungt fag, et bredt nedslagsfelt og en ofte tett relasjon til samfunnets mange endringer. Medievitenskapen støter på andre utfordringer enn de fleste andre menneskevitenskapene. For hva svarer en medieviter når folk spør: Hva er bra tv? Hva er det som påvirker oss, og hvor skadelig er fiksjonsvold? Blir vi mer demokratiske av Internett? eller blir vi avhengige? Og hvorfor blir svarene fra medieviterne som de blir? Boken gir en introduksjon til et ofte uoversiktlig og besnærende fagfelt.

Annan ny litteratur

Andenæs, Ivar./*Kobling: Tekst og reklame i norske aviser*. Fredrikstad: IJ-forlaget, 2007. 167 p., ISBN 978-82-92936-00-9, (IJ-Rapport; 2).

Andenæs, Ivar./*Nytt på nett: Om samspillet mellom nett og papir i nordnorske avishus*. Fredrikstad: IJ-forlaget, 2008., ISBN 978-82-92936-01-6, (IJ-rapport; 1).

Carlsson, Ulla (Editor); Helland, Knut (Editor)./*Media Structures and Practices. As Time Goes By...: Studies and Reflections from a Scandinavian Horizon – Nordicom Review Jubilee Issue*. Göteborg: Nordicom, 2007. 231 p., ISBN 978-91-89471-48-1

Engelbreten, Martin./*Digitale Diskurser: Nettavisen som kommunikativ flerkbruksarena*. Kristiansand: Høyskoleforlaget AS, 2007. 208 p., ISBN 978-82-7634-7634-9

Goodnow, Katherine./*Museums, the Media and Refugees: Stories of Crisis, Control and Compassion*. New York and Oxford: Berghahn Books, 2008., ISBN 978-1-84545-542-2

Grimstad, Carl-Erik./*Privatlivets ufred: Når ord og bilder krenker*. Kristiansand: IJ-forlaget, 2008. 358 p., ISBN 978-82-7147-289-4

Gripsrud, Jostein./*Mediekultur, mediesamfunn*. 3 ed. Oslo: Universitetsforlaget AS, 2007., ISBN 978-82-1501-210-0

Helland, Knut; Ytre-Arne, Brita./*Sport, attraksjon og journalistikk: Om sportsrettigheter og publisistiske idealer*. Oslo: Norsk Journalistlag, 2007. 32 p.

Ihlebak, Karoline Andrea; Maasø, Arnt./*Om kulturdekningen i Colosseum, Colosseum Spesial, SAAB, Sarahs fornemmelse av kultur, Absolutt Underhold-*

ning, *Kulturbeitet og Store Studio*. Fredrikstad: Medietilsynet, 2007. 55 p.

Ihlen, Øyvind./*Petroleumsparadisiet: Norsk olje-industris strategiske kommunikasjon og omdømmebygging*. Oslo: Unipub AS, 2007. 210 p., ISBN 978-82-7477-323-3

Iversen, Gunnar./*Sykeltyvene – og den italienske neorealismen*. Oslo: Norsk Filmklubbforbund, 2007. 144 p., ISBN 978-82-90738-22-3

Kjær, Peter; Slaatta, Tore./*Mediating business*. Copenhagen: Copenhagen Business School Press, 2007. 306 p., ISBN 87-630-0199-1

Larsen, Peter./*Film Music*. London: Reaktion Books, 2007. 256 p., ISBN 978-1-86189-341-3

Løvik, Kjell./*Håndbok i informasjonsberedskap*. Kristiansand: Høyskoleforlaget AS, 2007. 174 p., ISBN 978-82-7634-759-3

Midtbø, Tor./*Skandaler i norsk politikk*. Oslo: Universitetsforlaget AS, 2007., ISBN 978-82-1501-103-5

Olsen, Odd Einar; Mathiesen, Espen Reiss; Boyesen, Marit./*Media og krisehåndtering: En bok om samspillet mellom journalister og krisehåndterere*. Kristiansand: Høyskoleforlaget AS, 2007. 260 p., ISBN 978-82-7634-685-5

Staksrud, Elisabeth; Livingstone, Sonia; Livingstone, Sonia; Haddon, Leslie./*What Do We Know about Children's Use of Online Technologies?: A Report on Data Availability and Research Gaps in Europe*. London: EUkids online, 2007. 66 p.

Storsul, Tanja (Editor); Stuedahl, Dagny./*Ambivalence towards convergence: digitalization and media change*. Göteborg: Nordicom, 2007. 251 p., ISBN 978-91-89471-50-4

Sørenssen, Bjørn./*Å fange virkeligheten: Dokumentarfilmens århundre*. 2 ed. Oslo: Universitetsforlaget AS, 2007., ISBN 978-82-1501-186-8

Avhandlingar

Lüders, Marika./*Being in mediated spaces: An enquiry into personal media practices*. Oslo: Unipub AS, 2007. 226 p., (Acta Humaniora; 323).

Mølster, Ragnhild./*Journalisten, folket og makten: En retorisk studie av norsk journalistisk fjernsynsdokumentar*. Bergen: Universitetet i Bergen, 2007. 230 p., ISBN 978-82-308-0486-5

Prøitz, Lin./*The Mobile Phone Turn: A study of gender, sexuality and subjectivity in young people's mobile phone practices*. Oslo: Unipub AS, 2007. 108 p., ISBN 0806-3222, (Acta Humaniora; 314).

Skartveit, Hanne-Lovise./*Representing the Real through Play and Interaction: Changing forms of nonfiction*. Bergen: Universitetet i Bergen, 2008. 342 p.

Solhjell, Dag; Dahl, Hans Fredrik (Editor); Helseth, Tore (Editor)/*Kunstpolitikkens historie i Norge 1814-2006: Akademiregime og kunstinstitusjon. Kunstpolitikk fram til 1850/Fra embetsmannsregime til nytt akademiregime. Kunstpolitikk 1850-1940/Fra akademiregime til fagforeningsregime. Kunstpolitikk 1940-1980/Kuratorene kommer. 1980-2006*. Oslo: Unipub AS, 2007. 1000 p., ISBN 82-92625-03-8, ISBN 82-92625-11-9, ISBN 82-92625-17-8, ISBN 82-92625-19-4

Utgitt på Unipub som rapporter i forskningsprosjektet "Norsk kulturpolitikk 1814-2014", hvis resultater er fremstilt av Hans Fredrik Dahl og Tore Helseth (2006) To knurrende løver.

Vågnes, Øyvind./*Zapruder: The journey of Zapruder's images*. Bergen: Universitetet i Bergen, 2007. 357 p., ISBN 978-82-308-0437-7

Artiklar

Allern, Sigurd./*The Case of Norway*. In: Understanding the Logic of EU Reporting from Brussels: Analysis of interviews with EU correspondents and spokespersons. Bochum: Projekt Verlag, 2007. 9 p., ISBN 978-3-89733-160-0

Allern, Sigurd./*From party press to independent observers?: an analysis of election campaign coverage prior to the general elections of 1981 and 2005 in two Norwegian newspapers*. In: Nordicom Review. 2007; Vol. 28. Göteborg: 14 p., ISSN 1403-1108

Aslama, Minna; Syvertsen, Trine./*Public service broadcasting and new technologies: marginalisation or re-monopolisation*. In: Media between culture and commerce. eds./Elsa de Bens. Bristol/Chicago: Intellect, 2007. p. 167-178, ISBN 978-1-84150-165-9, (Changing media – changing Europe).

Beyer, Yngvil; Enli, Gunn Sara; Maasø, Arnt; Ytreberg, Espen./*Small Talk Makes a Big Difference: Recent Developments in Interactive, SMS-Based Television*. In: Television and New Media. 2007; Vol. 8, No. 3. London: 21 p., ISSN 1527-4764

Eide, Martin./*Encircling the Power of Journalism*. In: Nordicom Review. 2007; Vol. 28. Göteborg: 8 p., ISSN 1403-1108

Enli, Gunn Sara./*Gatekeeping in the New media Age: A case Study of the Selection of Text-Messages in a Current Affairs Programme*. In: Javnost – The Public. 2007; Vol. 14, No. 2. Ljubljana: 16 p., ISSN 1318-3222

- Enli, Gunn Sara./*Redefining Public Service Broadcasting: Multi-Platform Participation*. In: *Convergence: the International Journal of Research into New Media*. 2008; Vol. 14, No. 1. 15 p., ISSN 1354-8565
- Enli, Gunn Sara; Syvertsen, Trine./*Participation, play and socialising in new media environments*. In: *New media worlds: challenges for convergence*. eds./Virginia Nightingale; Tim Dwyer. Melbourne: Oxford University Press, 2007. p. 147-162, ISBN 978-0-19-555836-4
- Erdal, Ivar John./*Lokomotiver og sugerør: om mediepalstformenens roller i en allmennkringkasters nyhetsorganisasjon*. In: *På tværs af mediene*. eds./Anja Bechmann Petersen; Steen K. Rasmussen. Århus: Forlaget Ajour, 2007. p. 152 – 176, ISBN 87-91620-33-3
- Erdal, Ivar John./*Researching media convergence and cross-media news production: Mapping the field*. In: *Nordicom Review*. 2007; Vol. 28, No. 2. Göteborg: 10 p., ISSN 1403-1108
- Fjærvik, Steffen./*Publiseringstrappen: en modell for nyhetspublisering i mediehuset*. In: *På tværs af mediene*. eds./Anja Bechmann Petersen; Steen K. Rasmussen. København: Forlaget Ajour, 2007. p. 301-323, ISBN 87-91620-33-3
- Gentikow, Barbara./*The role of media in developing literacies and cultural techniques*. In: *Nordic Journal of Digital Literacy*. 2007; No. 2. Oslo: 18 p., ISSN 0890-7143
- Gripsrud, Jostein./*Television and the European Public Sphere*. In: *European Journal of Communication*. 2007; Vol. 22, No. 4, London: p. 479-492, ISSN 0267-3231, ISSN (electronical) 1460-3705
- Grønstad, Asbjørn./*Disiplin og purisme: Eit essay om transmedial kultur*. In: *Norsk Medietidsskrift*. 2007; Vol. 14, No. 3. Oslo: 20 p., ISSN 0804-8452, ISSN (electronical) 0805-9535
- Heim, Jan; Brandtzæg, Petter Bae; Kaare, Birgit Hertzberg; Endestad, Tor; Torgersen, Leila./*Children's usage of media technologies and psychosocial factors*. In: *New Media and Society*. 2007; Vol. 9, No. 3. London: 29 p., ISSN 1461-4448, ISSN (electronical) 1461-7315
- Helland, Knut; Solberg, Harry Arne./*Journalism. An instrument to promote TV sports rights? In: Marketing and football: An international Perspective*. eds./Michel Desbordes. London: Elsevier, 2007. 32 p., ISBN 978-0-7506-8204-6
- Helland, Knut; Solberg, Harry Arne; Ytre-Arne, Brita./*Integration between broadcasters and transmission companies involved in sports broadcasting*. In: *International Cases in the Business of Sport*: eds./Simon Chadwick; Dave Arthur. London: Elsevier, 2008. 18 p., ISBN 978-0-7506-8543-6
- Helland, Knut./*Changing Sports, Changing Media: Mass Appeal, the Sports/Media Complex and TV Sports Rights*. In: *Nordicom Review*. 2007; Vol. 28. Göteborg: 16 p., ISSN 1403-1108
- Hestvik, Hanne Merete./*Medisinernes heialedere?: En kvalitativ studie av medisinske journalister og deres kilder*. In: *Norsk Medietidsskrift*. 2008; Vol. 14, No. 4. Oslo: 19 p., ISSN 0804-8452, ISSN (electronical) 0805-9535
- Høyer, Svennik./*Reminiscence of intellectual battles bygone in communications research*. In: *Nordicom Review*. 2007; Vol. 28. Göteborg: 11 p., ISSN 1403-1108
- Ihlen, Øyvind./*Building on Bourdieu: A sociological grasp of public relations*. In: *Public Relations Review*. 2007; Vol. 33, No. 3. London: 6 p., ISSN 0363-8111
- Ihlen, Øyvind./*Klimaendringene og oljeindustriens retoriske utfordring*. In: *Rhetorica Scandinavica*. 2007; No. 43. Åstorp:, ISSN 1397-0534
- Ihlen, Øyvind; Berntzen, Øystein./*When lobbying backfires: Balancing efforts with insights from stakeholder theory*. In: *Journal of Communication Management*. 2007; Vol. 11, No. 3. 11 p., ISSN 1363-254x
- Ihlen, Øyvind; Mike, Nitz./*Framing contests in environmental disputes: Paying attention to media and cultural master frames*. In: *International Journal of Strategic Communication*. 2008; Vol. 2, No. 1. 18 p., ISSN 1553-118x, ISSN (electronical) 1553-1198
- Ihlen, Øyvind; van Ruler, Betteke./*How public relations work: Theoretical roots and public relations perspectives*. In: *Public Relations Review*. 2008; Vol. 33, No. 3. London: 5 p., ISSN 0363-8111
- Iversen, Gunnar./*Local distribution: The case of Jens Christian Gundersen in Norway. In: Networks of Entertainment: Early Film Distribution 1895-1915*. eds./Frank Kessler; Nanna Verhoeff. Eastleigh: John Libbey Publishing, 2007. 5 p., ISBN 0-86196-681-3
- Johansen, Anders./*Talekunst: Teknikk og naturlighet i det offentlige rom*. In: *Norsk Antropologisk Tidsskrift*. 2007; Vol. 18, No. 3/4. Oslo: 18 p., ISSN 0802-7285, ISSN (electronical) 1504-2898
- Kjeldsen, Jens E../*Fjernsynets offentlige retorikk*. In: *Retorikk, samtid og samfunn*: eds./Odd Nordhaug; Hans-Ivar Kristiansen. Oslo: Retorikkbiblioteket, 2007. 15 p., ISBN 978-82-9273-506-0
- Kjeldsen, Jens E../*Øjets frygt og ærefrygt: Om heilenas pris og modviljen mod retorik og visuelle*

appeller. In: *Rhetorica Scandinavica*. 2007; No. 41. Åstorp: 15 p., ISSN 1397-0534

Kjelstrup, Jan Richard./*Challenging Narratives: Crossovers in Prime Time*. In: *Journal of Film and Video*. 2008; 13 p., ISSN 0742-4671

Kjus, Yngvar./*Nye medier – gammel kringkasting: publikumsdeltakelse i tv- og digital medier*. In: På tværs af medierne. eds./Anja Bechmann Petersen; Steen K. Rasmussen. Århus: Forlaget Ajour, 2007. p. 104-129, ISBN 87-91620-33-3

Krumsvik, Arne./*Kommersiell nyhetsproduksjon for et globalt marked*. In: På tværs af medierne. eds./Anja Bechmann Petersen; Steen K. Rasmussen. København: Forlaget Ajour, 2007. p. 85-100, ISBN 87-91620-33-3

Kaare, Birgit Hertzberg; Brandtzæg, Petter Bae; Heim, Jan; Endestad, Tor./*In the borderland between family orientation and peer culture: The use of communication technologies among Norwegian tweens*. In: *New Media and Society*. 2007; Vol. 9, No. 4. London: 21 p., ISSN 1461-4448, ISSN (electronic) 1461-7315

Larsen, Peter./*At tale på en anden måte: Note om Roland Barthes og fotografiet*. In: Roland Barthes: En antologi. eds./Carsten Meiner. København: Museum Tusulanums Forlag, 2007. 34 p., ISBN 87-63504-61-8

Lundby, Knut./*Interdisciplinarity and infrastructure mediation and knotworking in communication research*. In: *Nordicom Review*. 2007; Vol. 28. Göteborg: 14 p., ISSN 1403-1108

Lundby, Knut; Kaare, Birgit Hertzberg./*The sacred as meaning and belonging in Digital Storytelling*. In: *Religion in Late Modernity: Essays in Honor of Pål Repstad*. eds./Inger Furseth; Paul Leer-Salvesen. Trondheim: Tapir Akademisk Forlag, 2007. 17 p., ISBN 978-82-519-2211-1

Mancini, Paolo; Allern, Sigurd; Baisnée, Olivier; Balcytiene, Aukse; Hahn, Oliver; Lazar, Mirela; Raudsar, Mart./*Context, News Values and Relationships with Sources: Three Factors Determining Professional Practices and Media Reporting on European Matters*. In: *Reporting and Managing European News: Final Report of the Project: "Adequate Information Management in Europe 2004-2007"*. Bochum: Projekt Verlag, 2007. 36 p., ISBN 978-3-89733-171-6

Mikkelsen, Marianne./*Omvendt flertall og flerkulturelle mottrekk: En analyse av to TV-debatter*. In: *Norsk Medietidsskrift*. 2007; Vol. 14, No. 3. Oslo: 13 p., ISSN 0804-8452, ISSN (electronic) 0805-9535

Moe, Hallvard./*Commercial Services, Enclosure and Legitimacy: Comparing Contexts and Strategies for Public Service Media Funding and Development*. In: *From Public Service Broadcasting to Public Service Media*. RIPE@2007: eds./Gregory Ferrell Lowe; Jo Bardoel. Göteborg: Nordicom, 2008. 18 p., ISBN 978-91-89471-53-5

Moe, Hallvard; Syvertsen, Trine./*Media institutions as a research field: Three Phases of Norwegian Broadcasting Research*. In: *Nordicom Review*. 2007; Vol. 29. Göteborg: 18 p., ISSN 1403-1108

Myrstad, Anne Marit./*Lattervekkende inkompetanse: om en seiglivet maskulinitetsform på skjerm og lerret*. In: *Norsk Medietidsskrift*. 2007; Vol. 14, No. 3. Oslo: 23 p., ISSN 0804-8452, ISSN (electronic) 0805-9535

Nilsen, Anne Birgitta./*Osama bin Ladens skjulte slagkraft*. In: *Norsk Medietidsskrift*. 2007; Vol. 14, No. 4. Oslo: 17 p., ISSN 0804-8452, ISSN (electronic) 0805-9535

Nitz, Mike; Ihlen, Øyvind; Egge, Jessyna; Sobolik, Stay./*Transatlantic Perspectives on the U.S. 2004 Election: The Case of Norway*. In: *Nordicom Review*. 2008; Vol. 29. Göteborg: 10 p., ISSN 1403-1108

Puijk, Roel./*Organisering og tid i flermedial produksjon: – en sammenligning mellom to NRK-redaksjoner*. In: På tværs af medierne. eds./Anja Bechmann Petersen; Steen K. Rasmussen. Århus: Forlaget Ajour, 2007. p. 130-150, ISBN 87-91620-33-3

Rønning, Helge./*Broadcasting regulation vs. freedom of expression and editorial independence a contradictory relationship?* In: *Nordicom Review*. 2007; Vol. 28. Göteborg: 10 p., ISSN 1403-1108

Media Politics § Freedom of Speech § Law and Regulations § Broadcasting Regulation § Journalists

Rønning, Helge./*Hva er en redaktør?: Notat om redaktørrollens forandringer og om en mulig lovfesting av redaktørplakaten*. Oslo: Norsk Journalistlag, 2007. 29 p.

Rønning, Helge./*Ibsen as a Modernising Agent: Ibsen Inside or Outside History?* In: *The Living Ibsen*: eds./Frode Helland; Kaja S. Mollerin; Jon Nygaard; Astrid Sæther. Oslo: Unipub AS, 2007. 8 p., ISBN 978-82-91540-10-8, (Acta Ibseniana).

Rønning, Helge./*Lusophone Africa: 50 Years of Media*. In: *50 Years of African Journalism: African Media Since Ghana's Independence*. eds./Guy Berger; Elisabeth Barrat. Johannesburg: Highway Africa, Africam Editors Forum; Media Foundation of West Africa, 2007. 12 p., ISBN 978-0-8681-0438-6

- Røssaak, Eivind./*Figures of Sensation: Between Still and Moving Images*. In: *The Cinema of Attractions Reloaded*: eds./Wanda Stauven. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2007., ISBN 978-90-5356-945-0
- Røssland, Lars Arve./*The Professionalization of the Intolerable: Popular Crime Journalism in Norway*. In: *Journalism Studies*. 2007; Vol. 8, No. 1. London: 15 p., ISSN 1461-670x, ISSN (electronical) 1469-9699
- Saxi, Hans Petter./*Den redigerte fylkeskommunen: Avisenes konstruksjon av fylkeskommunen med formannskap of parlamentarisme*. In: *Norsk Medietidsskrift*. 2007; Vol. 14, No. 4. Oslo: 22 p., ISSN 0804-8452, ISSN (electronical) 0805-9535
- Slaatta, Tore; Kjær, Peter./*Mediating Business: The Expansion of Business Journalism*. Copenhagen: Copenhagen Buisness School Press, 2007.
- Slaatta, Tore./*Museum og museumspolitikk i den digitale tidsalder*. In: *Norsk Kulturpolitisk Tidsskrift*. 2007; No. 1. Borås: 9 p., ISSN 1403-3216
- Storsul, Tanja; Sørgaard, Pål./*US Mobile Operators and their Content Services*. In: *R&D Research Note*. 2006; No. 12. Oslo: 30 p., ISSN 0809-1021
- Storsul, Tanja./*Telecom Liberalization: Distributive Challenges and National Differences*. In: *Convergence and Fragmentation: Media Technology and the Information Society*. eds./Peter Ludes. Bristol: Intellect, 2008. 19 p., ISBN 978-1-84150-182-6
- Sørenssen, Bjørn./*Ein modernes Medium für eine moderne Mitteilung: Norsk Jernverk im Film, 1946-1974*. In: *Filmische Mittel, industrielle Zwecke: Das Werk des Industriefilms*. eds./Vinzenn Herdinger; Patrick Vondereau. Berlin: Vorwerk 8, 2007. 13 p., ISBN 978-3-930916-82-5
- Sørenssen, Bjørn./*From Will to Reality: Norwegian Film during the Nazi Occupation 1940-1945*. In: *Cinema and the Swastika: The International Expansion og Third Reich Cinema*. eds./Roel Vande Winkel; David Welch. Houndsmills; Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2007. 11 p., ISBN 978-1-4039-9491-2
- Tingstad, Vedbjørg./*New technologies, new methods?: representing children in online and SMS ethnography*. In: *Children, media and consumption: on the front edge: Yearbook 2007*. eds./Karin M. Ekström; Birgitte Tufte. Göteborg: Nordicom, Göteborg University, 2007. p. 127-142, ISBN 978-91-89471-51-1, (Yearbooks).
- Tronstad, Ragnhild./*The Uncanny in New Media Art*. In: *Proceedings of perthDAC 2007*: eds./Andrew Hutchinson. Perth: Curtin University of Technology, 2007. 6 p., ISBN 1-74067-537-1
- Vaage, Margrethe Bruun./*Empathie: Zur Episodischen Struktur der Teilhabe am Spielfilm*. In: *Montage/AV. Geschichte audiovisueller Kommunikation*. 2008; Vol. 16, No. 1. 19 p., ISSN 0942-4954
- Vaage, Margrethe Bruun./*Empathy and the Episodic Structure of Engagement in Fiction Film*. In: *Narration and Spectatorship in Moving Images*: eds./Barbara fisher Anderson; Jospeh D. Anderson. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing, 2007. 17 p., ISBN 978-1-84718-309-5
- Vågnes, Øyvind./*Inside the Zapruder Museum*. In: *Working Papers on Design*. 2007; Vol. 2, No. 3. Hatfield: 24 p., ISSN (electronical) 1470-5516
- Ytreberg, Espen./*Plattformkombinering som en utfordring for beslutningstakere i norsk medieindustri*. In: *På tværs af medierne*. eds./Anja Bechmann Petersen; Steen K. Rasmussen. Århus: Forlaget Ajour, 2007. p. 62-83, ISBN 87-91620-33-3
- Ytreberg, Espen./*Scandinavian takes on mediated authenticity*. In: *International Journal of Communication*. 2007; Vol. 1, No. 1. 5 p., ISSN (electronical) 1932-8036

Sverige Dokumentalist: Roger Palmqvist

Media convergence and digital news services: adding value for producers and consumers

Ester Appelgren, Stockholm, Kungliga Tekniska högskolan, Numerisk analys och datalogi, 2007, 225 p., ISBN 978-91-7178-800-9, (Trita-CSC-A; 2007:19). Doctoral dissertation.

In this thesis, media convergence strategies and added value of digital news services are investigated, focusing on the newspaper industry and its audience. Convergence implies that previously unlike areas come together, approaching a common goal. A subordinate concept of convergence, i.e., media convergence, is a concept that has become common when denoting a range of processes within the production of media content, its distribution and consumption.

A newspaper company interested in publishing content through multiple channels has to adapt its production workflow to produce content not only for the traditional printed edition, but also for the other channels. In this thesis, a generalized value chain involving four main stages illustrates the production workflow at a newspaper company in relation to the convergence processes. The four stages are creation, packaging, distribution and consumption of content.

The thesis explores how the views and strategies of newspaper companies concerning media convergence correspond with the opinions and views concerning convergence of their audience. In order to discuss this, seven types of media convergence are suggested.

Furthermore, the author discusses how the newspaper industry is relating to the processes of convergence, using two examples: newspaper companies' ventures into the use of moving images, and the newspaper companies' strategies for a future e-paper edition.

Also available on the Internet: <http://www.diva-portal.org/kth...>

Skivbolag i Sverige: musikföretagandets 100-åriga institutionalisering

Kjell Arvidsson, Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet, 2007, 271 p., ISBN 978-91-89584-91-4. Doktorsavhandling.



This thesis is about the development of Record Companies in Sweden over more than hundred years. The Aim is to understand the role of the record company in the change of the music industry by narrating and interpreting its development. The Record Companies did dominate the music industry in Sweden from its birth 1903 until after year 2000, when new forms of music business were born. Despite this the remaining record companies still have similarities with the first gramophone company from 1903.

The thesis is based on some 20 interviews with central actors in the music industry together with a mapping of the independent music producers, published 2004 and material from other studies on the music business.

The conception of the record company as the dominant actor in the organisational field, the music industry, very soon became an institution. This institution has been created and developed in an institutional process that here is analysed in four themes: delimitations, dominant logics, and organising and ownership structure/actors. During the process the limitations for the record company and the organisational field is changing. The logic is being pushed towards either art or commerce during different periods, different forms of organising are created and developed and actors turn up and disappear.

Kulturstudier i Sverige

Bodil Axelsson & Johan Fornäs (eds.), Lund, Studentlitteratur, 2007, 384 p., ISBN 978-91-44-01999-4.



Kulturstudier är en mötesplats för många olika perspektiv på kulturella fenomen i samhället. I dagens Sverige är detta tvärvetenskapliga fält livligt och aktivt. Antologin innehåller 13 artiklar som presenterar aktuella frågor inom denna gränsöverskridande forskning. Överblickar tecknar bilden av kulturforskningens utveckling, såväl globalt som lokalt. En rad delområden porträtteras, från forskning om urbanitet och intersektionalitet till studier av mode och visuell kultur. Begrepp som kritik och konstruktion sätts under luppen och kulturstudiernas framtid diskuteras.

Film och mening: en receptionsstudie om spelfilm, filmpublik och existentiella frågor

Tomas Axelsson, Uppsala universitet, Teologiska institutionen, Religionssociologi, Acta Universitatis Upsaliensis, 2008, 283 p., ISBN 978-91-554-7044-9, (Psychologia et sociologia religionum; 21), (Skrifter om kultur och medier). Doctoral dissertation.



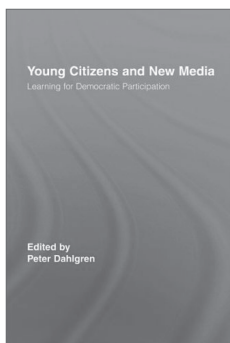
In what ways and under what circumstances can a movie be a resource for individuals and their thoughts about existential matters? This central research question has been investigated using a both quantitative and qualitative approach.

First, a questionnaire was distributed amongst 179 Swedish students to provide a preliminary overview of film habits. The questionnaire was also used as a tool for selecting respondents to individual interviews. Second, thirteen interviews were conducted, with viewers choosing their favourite movie of all time.

In the study socio-cognitive theory and a schema-based theoretical tool is adopted to analyze how different viewers make use of movies as cultural products in an interplay between culture and cognition in three contexts; a socio-historic process, a socio-cultural interaction with the world and inner psychological processes.

Young citizens and new media: learning for democratic participation

Peter Dahlgren (ed.), New York, Routledge, 2007, 262 p., ISBN 978-0-415-39599-1, (Routledge studies in social and political thought; 52).



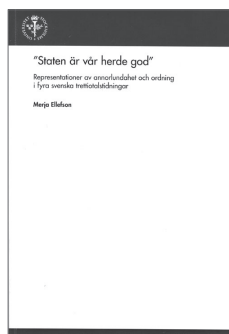
This book integrates four distinct topics: young people, citizenship, new media, and learning processes. When taken together, these four topics merge to define an arena of social and research attention that has become compelling in recent years.

The general international concern expressed of declining democratic engagement and the role of citizenship today becomes all the more acute when it turns to younger people. At the same time, there is growing attention being paid to the potential of new media – especially internet and mobile telephony – to play a role in facilitating newer forms of political participation. It is clear that many of the present manifestations of ‘new

politics' in the extra parliamentary domain, not only make sophisticated use of such media, but are indeed highly dependent on them.

"Staten är vår herde god": representationer av annorlundahet och ordning i fyra svenska trettiotalstidningar

Merja Ellefson, Stockholms universitet, Institutionen för journalistik, media och kommunikation (JMK), 2007, 270 p., ISBN 978-91-7155-520-5, (JMK:s avhandlingsserie (journalistik); 30). Doktorsavhandling.

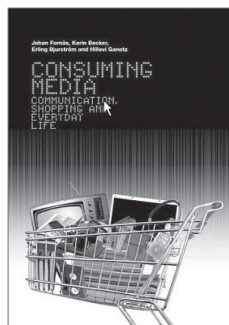


The thesis studies representation of order and otherness in the late 1930's Swedish press. That is, who are envisioned as "us" and who are the "Others"? The theoretical frame is based on Foucault's concepts of pastoral power, the reason of state and biopolitics. The Good Shepherd is an excellent metaphor for the Nordic-style welfare state and the Foucauldian approach fits well with the social Darwinist and race biological metaphors of the time. Furthermore, news, myths and law articulate public morality and belong to disciplining, naturalizing and normalizing discourses. The symbolic boundaries between "We" and "Them" are outlined and modes of thinking, acceptable ways of behavior, and possible solutions for existing problems are provided.

The material examined consists of four Stockholm-based newspapers Dagens Nyheter, Stockholms-Tidningen, Svenska Dagbladet and Social-Demokraten. The years studied are 1935 and 1938. The quantitative content analysis is based on a selection of four months from each year. The articles are coded according to a theme and the characteristics of the actors. Gripsrud's version of Propp's actant model is used to examine the narrative structure of the stories. Linguistic tools, such as ideational and interpersonal functions, are used to analyze the individual texts.

Consuming media: communication, shopping, and everyday life

Johan Fornäs, Karin Becker, Erling Bjurström & Hillevi Ganetz, Oxford, Berg, 2007, 228 p., ISBN 1-84520-760-2.

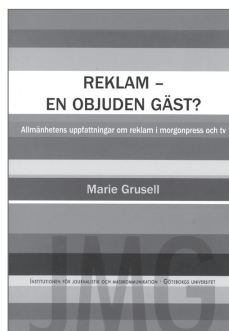


Inspired by Walter Benjamin's classical Arcades Project, *Consuming Media* is a pioneering exploration of the interface between communication, shopping and everyday life. Based on a six-year "intersectional" ethnographic fieldwork by over a dozen scholars on a specific site, it analyses the links between media and consumption in contemporary urban culture and public space.

The book is organized into ten chapters. The first two chapters introduce key ideas and theories. In the next four chapters, four large media circuits are scrutinized. The final four chapters discuss the results in terms of intermedial relations, time, space and power. The book thus offers a new foundation for understanding media use, consumption and the fate of urban public space in late modernity.

Reklam – en objuden gäst?: allmänhetens uppfattningar om reklam i morgonpress och tv

Marie Grusell, Göteborgs universitet, Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG), 2008, 233 p., ISBN 978-91-88212-54-2, (Göteborgsstudier i journalistik och masskommunikation; 50). Doktorsavhandling.



The dissertation covers the audience's view on advertising as mass media content. Advertising has rapidly become a natural part of the Swedish mass media community. But what do Swedish citizens think of advertising? The purpose of this study is to explore the public's perception of advertising in a mass media context.

In the study, advertisements that reach the public through morning newspapers and TV commercials, are explored. These two media are the most widespread, both geographically and among different groups of people in Swedish society. The study is based on data gathered through a mail-distributed SOM survey to a systematically specified probability selection of Sweden's population. Hence, the content is based on a national and representative data selection.

Publicisten Ivar Harrie: ideologi, offentlighetsdebatt och idékritik i Expressen 1944-1960

Kristoffer Holt, Stockholm, Carlsson Bokförlag, 2008, 309 p., ISBN 978-91-7331-093-2, (Linköping studies in arts and science; 413). Doktorsavhandling.



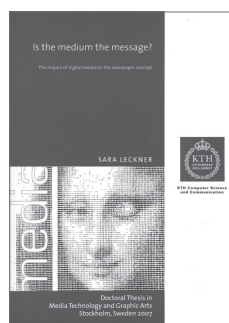
Avhandlingen är en pionjärstudie om publicisten Ivar Harrie (1899-1973) och hans deltagande i det offentliga samtalet under främst sin tid som chefredaktör på Expressen (1944-1960). Genom att studera de första decennierna under efterkrigstidens offentliga samtal genom en framträdande debattörs texter, belyser avhandlingen central tematik från dåtidens aktuella ideologiska, politiska och kulturella problemställningar ur ett inifrånperspektiv: Kalla kriget, synen på sexualiteten, kristendom och humanism samt bildningsfrågan. Fokus har även riktats mot Harries syn på sin roll som publicist i efterkrigstiden och hans engagemang i publicistiska frågor, framför allt yttrandefriheten.

Harrie var ett viktigt inslag i dåtidens offentliga samtal men hans deltagande i debatten har inte tidigare studerats i någon vetenskaplig studie.

Avhandlingen bidrar på så sätt med nya perspektiv på efterkrigstidens politiska, ideologiska och kulturella historia. I studien ingår även en tillbakablick på mellankrigstidens debatt, med särskilt fokus på Harries förhållande till de totalitära ideologierna. Materialet består huvudsakligen av Harries artiklar från Expressen-tiden, men hans övriga produktion (essäer, böcker, översättningar osv.) har också använts.

Is the medium the message?: the impact of digital media on the newspaper concept?

Sara Leckner, Stockholm, Kungliga Tekniska högskolan, Medieteknik och grafisk produktion, 2007. 92 p., ISBN 978-91-7178-807-8, (Trita-CSC-A; 2007:17). Doctoral dissertation.



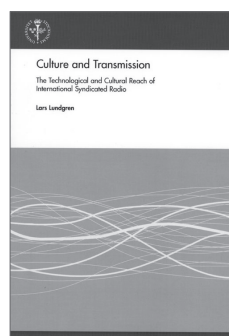
The impact of digital (new) media has caused both challenges and threats to newspapers' continuing existence as a profitable and influential mass medium. While this is not the first time in history that new media appear to be challenging the future of the newspaper medium, from one perspective digital media offer not only direct competition, or alternative ways to produce and deliver news, but also possibilities for convergence, for making new media part of the traditional newspaper, inducing whole new possibilities for publishing. From another perspective, the newspaper medium is an old concept; a powerful mass medium with very profound consumption patterns, strongly associated with its traditional output medium: ink-on-paper.

The thesis examines the impacts digital media have on the old, well-established newspaper medium, and what consequences these impacts have for the future of newspaper as a mass medium, that is, is the medium the message? The present work has been carried out from three different angles: digital media, publishing and reading behaviour and presentation factors. The areas have been examined using several methods: instrumental experiment, eye-tracking experiment, secondary analysis, and case study design.

Also available at the Internet: <http://www.csc.kth.se/utbildning/forskar/avhandlingar/doktor/2007/LecknerSara.pdf>

Culture and transmission: the technological and cultural reach of international syndicated radio

Lars Lundgren, Stockholm University, Department of Journalism, Media and Communication (JMK), 2008, 232 p., ISBN 978-91-88354-12-9, (Doktorsavhandlingar från JMK; 31). Doctoral dissertation.



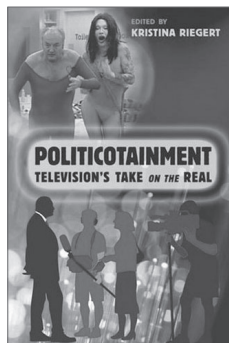
This dissertation studies the technological and cultural reach of internationally syndicated radio from the vantage point of the radio programme Solid Steel between 2000 and 2006. Solid Steel is a weekly two-hour music show originally produced and aired in London but today also broadcast by a large number of stations around the world, as well as via the Internet. The theoretical interest of the study lies in the tension and separation between communication as transmission and communication as ritual, as distribution in space and maintenance in time. This separation produces a number of subsequent conceptual pairs; technology and culture, material and symbolic, space and time, etc. Based upon these pairs the study explores the spatial and temporal organization of Solid Steel.

The original context of production in London is studied, noticing a shift from being a local production to an international syndication, as well as from a live studio production to a pre-produced show. The stations syndicating Solid Steel are then mapped according to their geographical location as well as their organizational form. Next, the themes and values enunciated in relation to the programme are examined, both as expressed by the producers in interviews and by texts published on the programme's website. The programme is then analysed with these values in mind, with particular focus on the temporal organization of the music played, employing the concepts of flow and

changing same. This part of the analysis is carried out on two levels, first the programme structure and then the actual sequences of sounds and songs making up the music mix.

Politicotainment: television's take on the real

Kristina Riegert (eds.), Oxford, Peter Lang Publishing, 2007, 296 p., ISBN 978-0-8204-8114-2, (Popular Culture and Everyday Life).



The anthology focuses on how political life is interpreted, negotiated, and represented by television entertainment, in particular by drama series, late night comedy, “reality-based” programs. Real political issues are converging in today’s television tableau, prompting questions about performance, interactivity, and engagement.

The authors in this collection share the notion that entertainment formats are important sources of political culture, and inform political processes. The book links theories about the relationship between public and private, fact and fiction, and politics and popular culture to the changes taking place in the television industry, journalism, celebrity activism, and political content in entertainment programming.

I krympt kostym: morgontidningarnas formatförändring och dess konsekvenser

Josefine Sternvik, Göteborgs universitet, Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG), 2007, 376 p., ISBN 978-91-88212-52-8, (Göteborgsstudier i journalistik och masskommunikation; 49). Doktorsavhandling.



During the first years of the 21st century, the number of newspapers printed in tabloid format in Sweden increased dramatically. The major morning papers switched to a smaller page size and the tabloid format became the branch standard.

The empirical aim of the dissertation is to describe the process of format change and explain its significance for the newspaper market in Sweden. The process is analyzed from two points of view – the organization’s and the readers’. On the one hand, the study analyzes the change in format over time and the format’s impact on the newspaper as a product and on its production. On the other hand, it analyzes present and potential readers’ impressions and judgments’ as well as their reading habits in relation to the

change in format.

Material and methodology used are, among others: document analyses, personal interviews, content analyses, survey research and focus group interviews.

Rapporter från Stiftelsen Institutet för mediestudier



Ankare – för sändning eller publik?

Johan Croneman, Jonas Eek, Anna Edin, Emeli Emanuelson, Emelie Klang & Ulla Moberg, Stockholm, Stiftelsen Institutet för Mediestudier, 2007, 115 p., ISBN 978-91-976916-0-4.

Författarna diskuterar i denna bok om trovärdighet, personlighet och dramatik. De ger i denna bok sin syn på nyhetsankaret och hans/hennes roll i de snabba kasten mellan inslagen i sändningarna. Två kapitel behandlar dessutom programledare för nöjesprogram i tv och inringarprogrammet Ring P1 i radion.

Yrke på glid: om journalistrollens de-professionalisering

Gunnar Nygren, Stockholm, Stiftelsen Institutet för mediestudier, 2008, 191 p., ISBN 978-91-976916-2-8.

Författaren ställer frågan om det finns något som skiljer journalister från andra “mediearbetare”? Han konstaterar att yrkesgrupper har försvunnit eller förändrats förr och undrar varför journalister ska ha en självständig ställning och makt över sitt eget arbete? I denna bok diskuteras vad som händer med journalisters yrkesroll i en förändrad medievärld.

Journalistik, nätet och maktens ordningar

Anders R Olsson; Michael Karlsson; Lars Ilshammar, Stockholm, Stiftelsen Institutet för Mediestudier, 2007, 91 p., ISBN 978-91-976916-1-1.

Att nätet med sina nya publiceringsformer får konsekvenser för journalistiken talar många om i olika tonlägen. Men vilka blir konsekvenserna för journalister, för publiken och för medierna som sådana? Här diskuterar tre skribenter ur lika många perspektiv: är det fråga om en revolution på medieområdet eller ej när den nyaste tekniken till synes öppnar många möjligheter och stänger andra.

Annan ny litteratur

Engblom, Lars-Åke (Editor); Gustafsson, Karl Erik (Editor)./ *Mönster i nordisk medieutveckling*. Jönköping: Högskolan i Jönköping, Högskolan för lärande och kommunikation (HLK), 2007, 163 p., (Insikt; 2007:3).

Rapporten innehåller följande artiklar: Anette Carlsson: *Och till slut var de lika som bär: från nationella medieprofiler till internationell standardmodell – lokal public service radio och tv i Skandinavien 1970–2000*, Lars-Åke Engblom: *Hur mycket massmedier orkar vi med?: testmarknaden och medielaboratoriet Island kan ge svaret*, Karl Erik Gustafsson: *Diversifiering versus fokusering: tillväxtmönster för finska Sanoma och danska Aller*, Maria Norbäck & Mart Ots: *One format fits all: development of commercial radio in Nordic countries*, Josefine Sternvik: *En mindre värld: dagspressens tabloidisering i ett nordiskt perspektiv*, Christer

Svahn: *Dagspressen och debatten: en lokaltidnings funktion för demokrati och offentlig debatt*, och Madielene Wetterskog: *Mycket väsen för lite ull: digital-tv-övergången i Norden med fokus på de gotländska tittarnas reaktioner*.

Fornäs, Johan; Aronsson, Peter; Becker, Karin; Beckman, Svante; Bjurström, Erling; Friberg, Tora; Kylhammar, Martin; Qvarsell, Roger./ *Culture Unbound Dimensions of Culturalisation: Dimensions of Culturalisation*. Linköping: Linköping University, 2007, 68 p., ISBN 978-91-975663-8-4, (Report; 2007:7).

This report discusses ideas of a radical increase in the significance and scope of culture in modern society, where industrialism is said to have been superseded by a society of information, knowledge and experiences. Issues of cultural identity and community are increasingly focal concerns, the

virtual worlds of media culture seem omnipotent, and the cultural sector is growing with each of its recurrent redefinitions. Politics and the economy are supposedly aestheticised, culture and design boost regional development, creativity is a core value. The theses of revolutionary “culturalisation” of society and everyday life have a long history through the various cultural turns proclaimed by scholars as well as in society at large. The report scrutinises some main arguments and their implications, pointing at a need to distinguish historical trends, material processes and ideological discourses. A differentiation is made between five main dimensions of the concept of culture that are associated with specific sets of culturalisation ideas and corresponding transformations of boundaries around and within the cultural field. This discussion also touches upon the position and role of cultural research itself. Examples are given from five focal areas for these processes: academic work, regional politics, public spaces, history constructions and border struggles.

Fornäs, Johan (Editor); Fredriksson, Martin (Editor)./ *Inter: A European Cultural Studies Conference in Sweden 11-13 June 2007*. Linköpings universitet, ACSIS, 2007, 732 p., (Linköping Electronic Conference Proceedings; 25).

”Inter: A European Cultural Studies Conference in Sweden” took place in Norrköping, Sweden, 11–13 June, 2007. It was organised by the Advanced Cultural Studies Institute of Sweden (AC SIS), Linköping University’s national centre for interdisciplinary and transnational networking in this research field. Some 240 scholars participated from many parts of the world, with papers in almost 50 sessions, covering a wide range of subfields of cultural studies today. The plenary sessions focused on three main directions of border-crossing in late modern culture and cultural research. (1) Geographical relations between countries, particularly within Europe. (2) Historical interfaces between past and present, in processes of culturalisation whereby cultural aspect appear to become increasingly important and the past is put to use. (3) Interdisciplinary links between areas of research. For more information on the conference and its programme, see the conference homepage <http://www.isak.liu.se/acsis/conference/conf2007>.

Johansson, Bengt; Berglie, Eva./ *Att bevaka en region: om regionreportrarna och nyhetsbevakningen av Västra Götalandsregionen*. Göteborgs universitet, Förvaltningshögskolan, 2007, 73 p., (Utvärderingsprogrammet: Västra Götalandsregionen; 26).

Ohlsson, Jonas./ *Göteborgsakademiker 2006: medie-innehav och medieanvändning bland unga högutbildade* [Gothenburg Scholars 2006: Media Possession and Media Use Among Young People with Advanced Education]. Göteborgs universitet, Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG), 2007, 98 p., (Arbetsrapporter från Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG); 48).

Rönnerberg, Margareta (Editor)./ *Blöjbarnsteve: om hur barn under 3 år upplever tv och leker med fjärrtroll: Nappy children's television: How children under 3 years of age experience television and play with remote control*. Uppsala: Filmförlaget, 2008, 272 p., ISBN 978-91-974548-0-3.

Forskarna i denna bok har återkommande videoobserverat barn i åldern 1,5-3 år i deras hem såväl som i förskolan, medan barnen tittat på tv-program och filmer. Här ställs frågor som: Finns det något samband mellan adhd och tidigt tv-tittande? Hur inverkar tv-tittandet på språkutvecklingen? Hämmar tv barns fantasi? Varför är Teletubbies, Pingou, Molly och Brum så lockande? Varför fascineras den 2-åriga pojken så av grävsopor och Stora maskiner? Hur skiljer sig tv-mediet från boken i denna ålder? Vilken roll spelar de vuxna runt barnen?

Sandstig, Gabriella./ *Förtroende för polisen: en analys av medborgarnas syn på polisen och dess roll i samhället 1986-2006*. Göteborgs universitet, Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG), 2007, 38 p., (Arbetsrapporter från Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG); 51).

Sylvie, George./ *Decision Making by Nordic Newspaper Editors: An Exploratory Study and Comparison to U.S. Editors*. 2008, 25 p., (JIBS Working Paper Series; 2007-2).

Wadbring, Ingela./ *Från annonsblad till tidningar: decenniernas utveckling av lokala gratistidningar* [From Leaflets to Newspapers: Local Free Newspapers' Development during Decades]. Göteborgs universitet, Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG), 2007, 113 p., (Arbetsrapporter från Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG); 49).

Westlund, Oscar./ *Mobiltelefonianvändning: en forskningsöversikt* [The Use of Mobile Phones: a Research Review]. Göteborgs universitet, Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG), 2007, 36 p., (Arbetsrapporter från Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG); 47).

Westlund, Oscar./ *Mobiltelefonen som multimediet och nyhetsmedium: ett användarperspektiv* [Mobile

Phones as Multimedia and News Media: A User Perspective]. Göteborgs universitet, Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG), 2007, 38 p., (Arbetsrapporter från Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG); 50).

Artiklar

Dahlgren, Peter; Olsson, Tobias./*From public sphere to civic culture: young citizens' Internet use*. In: Media and Public Sphere: eds./Richard Butsch. Houndmills: Palgrave Macmillan, 2007, ISBN 978-0-230-00721-5.

Dahlgren, Peter; Olsson, Tobias./*Fra offentlighet til borgerkultur: Unge borgeres bruk av Internett*. In: Medier og demokrati: eds./Barbara Gentikow; Egil Skogseth. Oslo: Scandinavian Academic Press, 2007. 18 p.

de Leeuw, Sonja; Rydin, Ingegerd./*Migrant children's digital stories: identity formation and self-representation through media production*. In: European Journal of Cultural Studies. 2007, Vol. 10, No. 4, London: p. 447-464, ISSN 1367-5494, ISSN (electronical) 1460-3551.

This article starts out from the European research project Children in Communication about Migration (CHICAM). It addresses questions about intercultural communication via the internet and about media production as a vehicle for personal expression and identity formation among excluded youth groups.

The authors take their starting point from a cultural theoretical perspective linked to an empirical analysis, which is based on a series of selected productions made by 12 to 14-year-old refugees. The productions represent various programme genres and formats. The use of visual language such as representational conventions are highlighted in order to find out how identities are (re)created in the process of media production. The article touches upon these productions as they reflect not only experiences in dealing with cultural tensions between the 'old' and the 'new' world, but also their views on their future life and on the conditions that they find crucial in developing themselves.

de Leeuw, Sonja; Rydin, Ingegerd./*Diasporic Mediated Spaces*. In: Transnational Lives and the Media: Re-Imagining Diasporas. eds./Olga G Bailey; Myria Georgiou; R Harindranath. London: Palgrave Macmillan, 2007, p. 175-194, ISBN 0-230-01983-8.

Ekecrantz, Jan./*Post-post-communist media?: a challenge for comparative media studies*. In: Media and change. eds./Elena Vartanova. Moscow: MediaMir;

Faculty of Journalism, Moscow State University, 2007, p. 75-94, ISBN 978-5-91177-017-4

Enochsson, AnnBritt./*Tweens on the Internet: communication in virtual guest books*. In: Seminar. net. 2007, Vol. 3, No. 2. 14 p., ISSN (electronical) 1504-4831.

The author presents her findings from a study she made on how tweens – children between 11 and thirteen – address each other on a very busy Swedish site for children: LunarStorm. While most attention is given in the media to the misuse of the Internet, this report suggests that in the vast majority of instances, kids address each other in a polite and inviting manner.

Fornäs, Johan./*Introduction: Founding fieldwork*. In: CCCS Selected Working Papers. eds./Ann Gray; Jan Campbell; Mark Erickson; Stuart Hanson; Helen Wood. Vol. Volume 1 London and New York: Routledge, 2007, p. 697-708, ISBN 978-0-415-32440-3.

Gustafsson, Karl Erik; Weibull, Lennart./*An overview and detailed description of European newspaper readership*. In: Europeans Read Newspapers 2007. eds./Valtteri Niiranen. Brussels: ENPA, 2007, p. 39-96, ISBN 978-2-9600750-0-7.

Gustafsson, Karl Erik./*Sweden/Sverige*. In: Europeans Read Newspapers 2007. eds./Valtteri Niiranen. Brussels: ENPA, 2007, p. 191-208, ISBN 978-2-9600750-0-7,

Harrie, Eva./*Nordiska medievanor i förändring* [Changes in media use in Nordic countries]. In: Språk i Norden 2007 (Stockholm), Nordiska språknämnderna, 2007, p. 7-18, ISBN 82-7433054-4.

Artikeln ger en översikt av medieanvändningen idag i nordiska länderna, särskilt i Sverige. Utvecklingen i Internetanvändning, tv-tittande, dagspressläsning och radiolyssnande tas upp.

Hedling, Olof./*Smilende gyldenbrune øjne: de politisk korrekte indvandrerportrætters dominans i svensk film*. In: Kosmorama. Tidsskrift for filmkunst og filmkultur, 2007, No. 240, København: p. 33-49, ISSN 0023-4222.

Jansson, André./*Encapsulations: The Production of a Future Gaze at Montreal's Expo 67*. In: Space and Culture, 2007, Vol. 10, No. 4, Nov 2007. p. 418-436, ISSN 1206-3312, ISSN (electronical) 1552-8308.

This article outlines how the visual and spatial structure of Montreal's Expo 67, its texture, encapsulated a "future gaze" and how this encapsulation project was related to the overarching transformations of Montreal. Expo 67 was a sight, an experience-scape,

and a mediator of Montreal as a future world metropolis. The article discusses how different “means of encapsulation,” such as transit systems, multi-screen cinema, and surveillance systems, promoted new ways of seeing, which in different ways were to translate Montreal into a city of the future. It also introduces the concepts of texture and encapsulation as a general framework for understanding the ways in which urban planning, mediatization, and event production are interwoven in late modern societies.

Jansson, André./*Texture: A key concept for communication geography*. In: European Journal of Cultural Studies, 2007, Vol. 10, No. 2, London: p. 185-202, ISSN 1367-5494, ISSN (electronical) 1460-3551.

The article outlines the contours of an emerging sub-field within media and cultural studies – communication geography. It is argued that post-industrial society nurtures a regime of hyperspace-biased communication, which generates spatial ambiguities tied to mobility, convergence and interactivity. These ambiguities call for a spatial turn within media studies – a turn which implies a problematization of the space-communication nexus, through which communication can be understood as the production and becoming of space. Following Henri Lefebvre, the term ‘texture’ is advanced as a potential cornerstone for the geography of communication. The concept refers to the communicative fabric that mediates between the structural properties of space and the spatial or communicative practices that (re)produce space. Textural analysis holds the potential to go beyond the duality of transmission and ritual views of communication, as well as to take the material geographies of communication into closer consideration.

Johansson, Sofia./‘*They Just Make Sense*’: *Tabloid Newspapers as an Alternative Public Sphere*. In: Media and Public Sphere. eds./Richard Butsch. Houndmills: Palgrave Macmillan, 2007, p. 83-95, ISBN 978-0-230-00721-5.

Olsson, Tobias./*A tripartite analysis of a civic website: understanding Reklamsabotage.org*. In: Media technologies and democracy in an enlarged Europe: the intellectual work of the 2007 European media and communication doctoral summer school. eds./Nico Carpentier; Pille Pruulmann-Vengerfeldt; Kaarle Nordenstreng; Maren Haartman; Peeter Vihalemm; Bart Cammaerts; Hannu Nieminen. Tartu: Tartu Uni-

versity Press, 2007, p. 153-167, ISBN 978-9949-11-744-4, ISBN (electronic) 978-9949-11-745-1, (The research and teaching communication series).

Rydin, Ingegerd./*Immigrants’ Uses of the Media*. In: Encyclopedia of Children, Adolescents, and the Media: eds./J Arnett. New York: Sage, 2007.

Rydin, Ingegerd; Sjöberg, Ulrika./*Identität, Staatsbürgerschaft, kultureller Wandel und das Generationsverhältnis*. In: Medien und Migration: Europa als multikultureller Raum. eds./Heinz Bonfadelli; Heinz Moser. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2007, p. 273-302, ISBN 978-8-3-531-15129-8.

Svensson, Jakob./*It’s a Long Way from Helsingborg to Porto Alegre: A Case Study in Deliberative Democracy in Late Modernity*. In: Journal of Public Deliberation, 2008, Vol. 4: No. 1, Article 4, Auburn: 22 p., ISSN (electronical) 1937-2841.

Since the 1990’s representative democracy has been challenged by a deliberative turn in political philosophy, reaching even into the practices of established political institutions. In Sweden, the Municipality of Helsingborg, inspired by deliberative ideals, established civic committees as a way to deal with changing patterns of civic political behaviour in late modernity. One reason for this is that deliberation is assumed to revitalize representative democracy by avoiding the instrumental rational focus on self-interest. However, there are some difficulties in implementing deliberative democracy within this municipal representative democratic setting. This article will point to some problems in the Helsingborg experiment.

Wadbring, Ingela./*Konsekvenser av dagliga gratis-tidningar på marknaden – svenska erfarenheter*. In: MedieKultur, 2007, No. 42/43, Århus: p. 86-101, ISSN 0900-9671.

Wallentin, Katarina; Ekecrantz, Jan./*Sweden: freedom of speech: fundamentalism and moderate pragmatism*. In: Reading the Mohammed cartoons controversy: an international analysis of press discourses on free speech and political spin. eds./Risto Kunelius; Elisabeth Eide; Oliver Hahn; Roland Schroeder. Bochum/Freiburg: ProjektVerlag, 2007, p. 187-200, ISBN 978-3-89733-167-9, (Working papers in international journalism; 2007, 1).

Vigso, Orla./*Politisk marketing i det 20. århundrede: spin i et historisk perspektiv*. In: Politisk spin. København, Akademisk Forlag, 2007, p. 77-91, ISBN 978-87-500-3940-2.