

NORDICOM 30 ÅR

ULLA CARLSSON

Förra året blev jag uppringd av ett av världens största bokförlag som frågade om jag var intresserad av en diskussion rörande en försäljning av bokförlaget Nordicom. Vid en genomgång av den nordiska marknaden för vetenskapliga tidskrifter på engelska hade man funnit en tidskrift som avvek från övriga både vad gällde spridning och utgivning. Det var Nordicoms engelsk-språkiga tidskrift *Nordicom Review* med 2000 prenumeranter varav 1500 i 125 länder utanför Norden – andra vetenskapliga tidskrifter på engelska utgivna i Norden – oavsett vetenskaplig disciplin – låg kring max 300 prenumeranter och hade begränsad spridning. Detta globala bokförlags intresse gällde som man sade både varumärket Nordicom, som man menade kännetecknades av kontinuitet i utgivningen och hög vetenskaplig kvalitet. Genom Nordicom Reviews omfattande spridning gavs också en ingång till såväl en bred internationell som nordisk brukarkrets – marknader som man inte självklart har. Som ni vet så har de kommersiella bokförlagen snart köpt upp hela den vetenskapliga tidskriftssektorn – *Nordicom Review* är dock fortfarande i forskarnas ägo. (och vi på Nordicom missade en chans i livet att bli rika)

Nordicom utger översikter över medieägandet i de nordiska länderna. Norden som mediemarknad kanske är det mest nordiska vi ser idag. Efterfrågan på sådan kunskap är därför mycket stor både bland privata och offentliga aktörer såväl inom som utom Norden. Köparna kommer från EU, Europarådet, internationella organisationer och stora världsomspännande medie- och konsultföretag vid sidan av forskarsamhället. Genom Nordicoms arbete redovisas grundläggande kunskap på kontinuerlig basis, en kunskap som annars inte skulle finnas tillgänglig – vi skulle vara utlämnade till olika aktörer på den kommersiella marknaden. Via Nordicoms dokumentation av medietvecklingen blir de nordiska länderna representerade i olika europeiska och internationella samarbetsprojekt som rör mediemarknaden.

För ett tiotal år sedan initierade UNESCO och UNICEF ett antal världskonferenser om barn och medievård. Konferenserna resulterade i en idé om ett internationellt clearinghouse – ett clearinghouse som skulle medverka till att stimulera forskningen genom nätverksarbete och genom kunskapsförmedling bidra till bättre underlag för beslut på området och en mer fruktbar samhälldebatt. Hela världen skulle innefattas i arbetet – inte minst viktigt var södra halvklotet. Många institutioner arbetade hårt för att få uppdraget – institutioner i Canada, USA, England och Tyskland konkurrerade. Men det var till Nordicom som UNESCO vände sig med sin förfrågan och skälet man angav var att Nordicom var känd som en 'doer'-organisation med mångårig erfarenhet av arbete på den internationella arenan. Idag finns i det närmaste alla världens länder med i det globala nätverk Nordicom byggt för området barn, unga och medier. I Clearinghusets publika-

tioner samlas världens ledande forskare kring olika specialområden som rör unga människor och medier.

Detta är tre exempel som illustrerar Nordicoms arbete – ett arbete som resulterar i böcker, tidskrifter, rapporter, nyhetsbrev, statistiska översikter, forskningsöversikter, databaser, d v s spridning av kunskap både i tryckt och elektronisk form. Vi utger ca 20-talet skrifter om året. *Och vi har en ny hemsida som vi hoppas ni alla kan ha nytta av.*

För allt vårt arbete är *dokumentation av forskningen av grundläggande betydelse*. Ni tycker säkert att vi är tjatiga och besvärliga många gånger när vi hör av oss om pågående forskning, forskningsresultat och mediestatistik. Men det är förankringen i forskarsamhället som möjliggör Nordicoms aktiviteter. För oss som arbetar vid Nordicom är ni forskare själva fundamentet. Och vi kommer fortsatt att vilja veta om aktuell forskning och nya publikationer.

Det är i år 30 år sedan Nordicoms arbete började bedrivas på en mer kontinuerlig basis – 1975 formaliserades verksamheten – en nordisk dokumentationscentral för masskommunikationsforskning som fick namnet Nordicom inrättades. Viss försöksverksamhet startade 1973, samma år som den första nordiska konferensen arrangerades, men det är 1975 den första bibliografin utges. Att detta hände på 1970-talet var ingen tillfällighet.

Genom televisionens genomslag på 1960-talet var mediernas roll och villkor ett högaktuellt ämnesområde. Samtidigt förändrades universitetens roll – forskningen skulle vara i samhällets tjänst och nu handlade det om att sprida forskningens resultat till de s k avnämarna. Och med datorernas intåg gavs nya möjligheter att samla information i databaser.

Det var forskare och företrädare för pressen och radio-tv-företagen i de nordiska länderna som tillsammans agerade för inrättandet av Nordicom. Från forskningens sida var det Kaarle Nordenstreng från Finland, Kjell Nowak och Olof Hultén från Sverige, Per Torsvik från Norge och HP Clausen från Danmark som drev frågan – flera av dem hade varit i USA och funnit sina förebilder i den nya informationsteknologin. *Men den övergripande tanken var att genom nordiskt samarbete få en bättre belysning av aktuella frågor i samhället än vad som skulle vara möjligt i respektive land.* Nordicom blev och är fortfarande en institution inom Nordiska Ministerrådets ram.

Nordicom startade som en renodlad dokumentationscentral för forskningslitteratur men med tiden har kompetensområdena blivit flera som svar på nya behov i samhället, vilket har gjort Nordicom till dagens *kunskapscenter* – ett kunskapscenter som idag är väl etablerat i hela världen och som för många blivit en förebild. Idag söker t ex medieforskare inom det tyska språkområdet och forskare runt Medelhavet att bygga regionala samarbeten med Nordicom som modell.

För det är tveklöst så att det nordiska samarbetet har varit och är en avgörande förutsättning för Nordicoms verksamhet – de nordiska länderna ger en bas att arbeta utifrån som är långt mer fruktbar än vad varje enskilt land kan erbjuda.

NORDICOM är de nordiska medieforskarnas egen kanal för kunskapsförmedling. I en tid när de globala förlagen tagit över huvuddelen av den vetenskapliga publiceringen förfogar de nordiska forskarna över två tidskrifter – en med stort genomslag i Norden, *Nordicom-Information*, och en med osedvanligt god internationell spridning – *Nordicom Review*, som numera är en refereed tidskrift. Utnyttja möjligheten till publicering – skriv artiklar. Glöm inte heller att titta på det som redan ligger i skrivbordslådan – kanske kan det med lite omarbeting bli en bra artikel. Om kvaliteten är god kan artikeln dess-

utom återpubliceras på annat språk i utländska skrifter eller öppna för samarbete med forskare i andra länder. Hos Nordicom finns också möjligheter att utge böcker/antologier med bred internationell marknadsföring. Ytterst handlar det dock om att det som utges måste finna sina brukare – att nå önskade brukargrupper. Det blir varken kunskapsutveckling, forskningskommunikation eller samverkan om intressenter och brukare saknas. Och den bistra verkligheten är att utan försäljningsintäkter inget Nordicom. En prenumeration på *Nordicoms skrifter* är alltså en garanti för verksamhetens fortlevnad.

Vi lever i en tid då vi ser stora förändringar i såväl *medielandskapet* som *mediekulturen*. Med dagens komplexa samhälle ställs mer mångfacetterade frågor än någonsin tidigare. Medie- och kommunikationsforskningen står inför reella utmaningar. Hur ska medie- och kommunikationsvetenskapen möta dessa utmaningar?

Årets nordiska konferens uppvisar ett stort antal papers som rymmer många olika frågeställningar inom skilda teman. Medie- och kommunikationsforskningen har många gånger fler forskare idag än för bara tio år sedan. Expansionen har varit snabb och excellenta miljöer har utvecklats men det finns även en annan sida som leder till mer kritiska reflektioner. Reflektioner som handlar om i vilken utsträckning vi ställer frågor om relevansen i de frågeställningar som formuleras, om nya fruktbara teoretiska perspektiv, om metodmedvetenhet, och om resultat och slutsatserns giltighet.

Den övergripande målsättningen måste vara att medie- och kommunikationsvetenskapen skall kunna ge svar på frågor om såväl mediernas betydelse för hur makt och inflytande fördelas i samhället som frågor som rör mediernas innehåll och mediernas roll i vardagslivet. Men det handlar inte bara om att lära mera utan också om *våga mera* så att medie- och kommunikationsforskningens blir än mer fruktbar och även avsätter klara spår inom andra forskningsfält. Det handlar om att i en tid då medierna är en av vår tids mäktigaste samhällskrafter inte överlämna den vetenskapligt baserade mediekritiken och mediefilosofin till andra.

Därför – bidra både unga och seniora forskare till den för forskningsområdet nödvändiga dialogen mellan traditioner, discipliner och länder. Skriv artiklar och varför inte några uppstudsiga debattinlägg. Utnyttja Nordicom – mötesplatsen för de nordiska forskarna. Värna det nordiska samarbetet – och vad vore livet utan dessa nordiska konferenser?