

# **Ny litteratur**

---

# New Book from NORDICOM



## Media Fascination

Perspectives  
on Young People's  
Meaning Making

Ingegerd Rydin (ed.)

NORDICOM

### Content

Preface	7
<i>Ingegerd Rydin</i>	
Introduction	9
Chapter 1	
<i>Jesper Olesen</i>	
Why Do We Study Children's Media Use the Way We Do? Discussions on Methodological Reflexivity	15
Chapter 2	
<i>Karin Hake</i>	
Five-Year-Olds' Fascination for Television. A Comparative Study	31
Chapter 3	
<i>Elise Seip Tønnessen</i>	
Meaning-Making in a Changing Media Culture	51
Chapter 4	
<i>Ingegerd Rydin</i>	
Children's Television Reception. Perspectives on Media Literacy, Identification and Gender	77
Chapter 5	
<i>Elise Seip Tønnessen</i>	
Entering an Interpretative Community	95
Chapter 6	
<i>Karen Klitgaard Povlsen</i>	
From Beverly Hills 90210 to Ally McBeal: Irony Everywhere. American Series and Their Audiences in Denmark in the 1990s – and after 2000	111
Chapter 7	
<i>Barbro Johansson</i>	
Good Friends, Merry Fighters	131
Chapter 8	
<i>Ulrika Sjöberg</i>	
Making Sense of Screen-based Media. The Uses and Readings of Television, Computer Games, and Internet among Swedish Young People	147
About the Authors	165

Price: SEK 200, € 22 (+P&P)

..... Copy of *Media Fascination. Perspectives on Young People's Meaning Making*

Name: .....

.....

Address: .....

.....

.....

VAT No.: .....

Send coupon to:

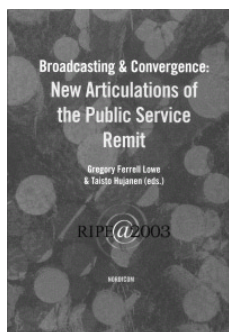
NORDICOM, Göteborg University, P.O. Box 713, SE 405 30 Göteborg

fax: + 46 31 773 46 55, e-mail: [anja.ryne@nordicom.gu.se](mailto:anja.ryne@nordicom.gu.se)

## Nya skrifter från Nordicom

### *Broadcasting and Convergence. New Articulations of the Public Service Remit*

Gregory Ferrell Lowe & Taisto Hujanen (eds.), Göteborgs universitet, NORDICOM-Sverige, 2003, 335 p., ISBN 91-89471-18-0.



Will broadcasting survive convergence, and should it survive? If yes, why and in what form? The questions were fundamental to the RIPE@2002 conference in Finland and lay the groundwork for this book, representing the culmination of nearly two years of fruitful collaboration between media scholars and practitioners with a keen focus on the future of public service media. The contents help set the stage for the RIPE@2004 conference being organised in Denmark.

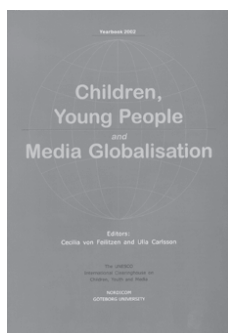
The essential idea behind Re-visionary Interpretations of the Public Enterprise [RIPE] is a recognition that conceptual justification for public service broadcasting no longer resonates. The authors in this volume explore various dimensions about what is different to any compelling degree about the public service approach that convincingly justifies its remit today, and about what contemporary ingredients could fruitfully reframe its conceptual and operational designs.

This book is relevant to discourse and policy about a quality of public life interdependent with social processes that continue to respect and also defend values that nourish media pluralism, cultural diversity, political democracy and social tolerance. The book begins with the large-scale society and policy framework, moving next to the institutional framework and organizational practices, and concludes with consideration of reception and application. The authors also represent the Trans-Atlantic nature of the RIPE initiative.

Following articles are included: *Broadcasting and Convergence. Rearticulating the Future Past* (Taisto Hujanen & Gregory Ferrell Lowe), *Knowledge Society and Public Sphere. Two Concepts for the Remit* (Barbara Thomass), *Rethinking Broadcasting Policy in a Global Media Environment* (Marc Raboy), *European Regulation of Digital Television. The Opportunity Lost and Found?* (Pertti Näränen), *The Public/Private Tension in Broadcasting. The Canadian Experience with Convergence* (John D. Jackson & Mary Vipond), *The Discourse of Convergence. A Neo-liberal Trojan Horse* (Tony Sampson & Jairo Lugo), *Television in Russia. Is the Concept of PSB Relevant?* (Elena Vartanova & Yassen N. Zassoursky), *Of Markets and Supply. Public Broadcasting in Germany* (Christina Holtz-Bacha), *Public Service Broadcasting Is Not Dead Yet. Strategies in the 21st Century* (Jeanette Steemers), *U.S. Public Broadcasting and the Business of Public Service* (Alan G. Stavitsky & Robert K. Avery), *Bringing Public Service Broadcasting to Account* (Karol Jakubowicz), *From Ritual to Reality. Public Broadcasters and Social Responsibility in the Netherlands* (Jo Bardoel & Kees Brants), *Policy Development in Danish Radio Broadcasting 1980-2002. Layers, Scenarios and the Public Service Remit* (Per Jauert), *Public Service Broadcasting and Digital Television in the UK. The Politics of Positioning* (Georgina Born), *Outsourcing Core Competencies?* (Ari Alm & Gregory Ferrell Lowe), *Is There a Role and Place for Community Media in the Remit?* (Nico Carpentier, Rico Lie & Jan Servaes), *From Service to Access. Re-conceiving Public Television's Role in the New Media Era* (Hal Himmelstein & Minna Aslama), *Mediated Access. Political Broadcasting, the Internet and Democratic Participation* (Brian McNair & Matthew Hibberd), *Consumer Convergence. Digital Television and the Early Interactive Audience in the UK* (Vivi Theodoropoulou), *Co-Evolution of Broadcast, Customized and Community-Created Media* (Marko Turpeinen), and *Cross Media and (Inter)Active Media Use. A Situated Perspective* (Pirkko Raudaskoski & Tove Arendt Rasmussen).

## ***Children, Young People and Media Globalisation***

**Cecilia von Feilitzen & Ulla Carlsson** (eds.), Göteborgs universitet, NORDICOM, The UNESCO International Clearinghouse on Children, Youth and Media, 2002 , 262 p., ISBN 91-89471-15-6, (Yearbook; 2002), ISSN 1403-4700.



Yearbook 2002 contains research examples illustrating the role of media globalisation in children's and young people's lives in different parts of the world. The transnational media and media contents – imported television programmes, satellite TV, the Internet, video and computer games, popular music, 'global' advertising and merchandised products – are to a great extent used by children and are, as well, increasingly targeting children. What does this mean for media production? For children's cultural identity and participation in society? For digital and economic divides among children both within and between richer and poorer countries? A separate section of the book presents recent statistics on children in the world and media in the world.

Following articles are included: *Children, young people and media globalisation: Introduction* (Cecilia von Feilitzen), *Children, globalisation, and media policy* (Robert W McChesney), *Media globalisation: Consequences for the rights of children* (Cees J Hamelink), *Children, media and globalisation: A research agenda for Africa* (Francis B Nyamnjoh), *Pikachu's global adventure* (Joseph Tobin), *Globalisation of children's TV and strategies of the "Big Three"* (Tim Westcott), *Tracking the global in the local: On children's culture in a small national media market* (Ruth Zanker), *"More than just TV": Educational broadcasting and popular culture in South Africa* (Clive Barnett), *Domesticating Disney: On Danish children's reception of a global media giant* (Kirsten Drotner), *Between here and there: Israeli children living cultural globalization* (Dafna Lemish), *The meanings of television for underprivileged children in Argentina* (Roxana Morduchowicz), *Remembering violence: Media events, childhood and the global* (Keval J Kumar), *Globalisation and children's media use in Sierra Leone* (Mohamed Zubairu Wai), and *Digital kids: The new on-line children's consumer culture* (Kathryn C Montgomery).

## ***Medierne, minoriteterne og det multikulturelle samfund. Skandinaviske perspektiver***

**Thomas Tufte** (ed.), Göteborgs universitet, NORDICOM-Sverige, 2003, 256 p., ISBN 91-89471-16-4, (Nordiska medieforskare reflekterar; 3), ISSN 1650-5131.



Denne bog handler om identitet, og om at høre til eller høre hjemme et sted. Bogen er en analyse af mediebrug, medierepræsentation, globalisering og kulturel forandring, en bog om, hvordan identitet forhandles i hverdagens praksis, og hvordan medierne på forskellige måder spiller en vigtig rolle i disse forhandlinger.

En af de store udfordringer i Skandinavien i dag er at finde ud af, hvordan der politisk, socialt og kulturelt skal reageres på de nyere medborgere, indvandrere og flygtninge, og deres efterkommere. Vi ser i dag skandinavisk-sprogede muslimske websites, tyrkisk og indisk satellit-tv i indvandrerhjem, uendelige diskussioner om halal-kød, tørklæder og indvandrer-bander i de skandinaviske medier, unge indvandrergrupper på toppen af skandinaviske musik-hitlister; osv. Dette er blot enkelte aspekter af og reaktioner på multikulturalismens vilkår i de skandinaviske samfund i dag. Hvor dybt stikker de kulturelle og

sociale forandringer vi oplever i disse år, hvor bevæger de skandinaviske samfund sig hen, og mere specifikt: hvilken rolle spiller medierne i det hele? Gennem indledende refleksioner omkring medier, kultur og etnicitet, efterfulgt af case studies, analyseres og identificeres nogle af de vilkår, hvorpå borgere i Danmark, Norge og Sverige forhandler, skaber og konstituerer deres historie, deres sociale orden og deres kulturelle praksis. I denne bog bringes en række indvandrer- og medieforskere således sammen i et forsøg på at udforske en bred vifte af multikulturalismens muligheder og begrænsninger i Skandinavien.

Følgende artiklar ingår: *Introduction* (Thomas Tuft), *Etnicitet og mediernes skildring af de etniske minoriteter. Et antropologisk perspektiv* (Peter Hervik), *Oplysninger til danskerne om samfundet* (Flemming Røgilds), *Den mystiska kulturkrocken – "invandrarkillen" och "invandrartjejen" i mediehandlingens mitt* (Ylva Brune), *The long distance runner and discourses on Europe's others. Ethnic minority representation in feature stories* (Elisabeth Eide), *Media representation of ethnicity the institutional discourse* (Mustafa Hussain), *Hvordan lyder en kultur? Musikalsk (selv)iscensættelse i det offentlige rum og dets betydning for relationen mellem gruppe og individ* (Eva Fock), *TV-nyheder fra hjemlandet – integration eller ghettoisering? Om transnationalisme og nyhedsforbrug* (Connie Carøe Christiansen), *Minority youth, media uses and identity struggle. The role of the media in the production of locality* (Thomas Tuft), *Being a computer user what does that mean? A discussion about young people's talk about computers and themselves* (Ingunn Hagen), *Svenska cybermuslimska miljöer i början av det 21 århundradet* (Göran Larsson), *Danmarks forenede cybermuslimer og italesættelsen af islam* (Jørgen Bæk Simonsen).

### **Mångfald i medieforskningen. FSMK 25 år, Symposium, Malmö högskola, 24-25 april 2003**

Ulla Carlsson (ed.), Göteborgs universitet, NORDICOM-Sverige, 2003, 164 p., ISBN 91-89471-17-2, (Nordiska medieforskare reflekterar; 4), ISSN 0349-1242.



I skriftens första del redovisar forskare från olika discipliner hur de ser på mediernas roll och villkor i dagens samhälle, vilka de anser vara de viktigaste frågorna och hur de skall formuleras och bedrivs forskning kring. I en andra del redogör tre MKV-forskare, som alla börjat sin forskarbana inom andra discipliner än medie- och kommunikationsvetenskap, hur de utifrån sina erfarenheter söker få till stånd stimulerande och utvecklingsbara forskningsmiljöer. I bokens tredje del kommer de forskare, skolade inom medie- och kommunikationsvetenskapen, som skall svara för ämnets utveckling, till tals. Här reflekterar och diskuterar sex unga MKV-forskare som nyligen har disputerat eller snart skall disputeras om medie- och kommunikationsvetenskapens framtid i Sverige.

Følgende artiklar ingår: *Välkomna till 25 år med SMASSK* (Madeleine Kleberg), *De osynliga medieforskarna. Några tankar om mediasamhället, makten och forskningens uppgift* (Sverker Sörlin), *Omedvetna kommunikationsforskare?* (Peter Esaiasson), *Filmvetenskapliga utvecklingstendenser. Exemplet "High Concept"* (Erik Hedling), *Om en sociologs användning av medier* (Malin Åkerström), *Forskaridentitet i förändring. Några personliga reflektioner kring svensk medieforskning* (Lennart Weibull), *Mångfald i medievetskapen* (Birgitta Höijer), *Medieforskning mellan kultur och samhälle. För en integrativ medievetskap* (Göran Bolin), *Jag tänker kommunikation, alltså är jag* (Jesper Falkheimer), *Tids nog märker man att man vill göra något eget. Om forskarens självförverkligande och fältets förvandling* (André Jansson), *Mångfaldens*

*välsignelse och förbannelse* (Anna Maria Jönsson), *Fler mediehistorier. Att värna medie- och kommunikationsvetenskapens privilegierade position* (Amanda Lagerkvist), *Kärnproblemen och medie- och kommunikationsvetenskapen* (Annika Sjölander) och *Kommunikation och praxis. Eller min svenska MKV-historia* (Dino Viscovi).

## Tema: Presshistoria

**Karl Erik Gustafsson & Per Rydén** (eds.), Göteborgs universitet, NORDICOM-Sverige, 2002, 165 p., (Sylwan; 11 (Den svenska pressens historia)), ISSN 1403-3585.



I anslutning till att fjärde bandet av projektet *Den svenska pressens historia* lanserades hölls ett symposium med temat Presshistoria. I skriften dokumenteras symposiet och följande artiklar ingår: *Presshistoria som företagshistoria* (Håkan Lindgren), *Givakt! Lystring! Militär opinionsbildning via Pressen* (Jarl Torbacke), *Från radskrivare till världsreporter* (Eric Johannesson), *Journalistyrkets långsamma professionalisering* (Birgit Petersson), *Att teckna landsortstidningar – Kristianstadsbladet 150 år* (Gunilla Lundström), *Bilder av brott* (Per Rydén), *Från Hermes till Pethrus och Amos – kyrkan och pressen 1624-2002* (Elisabeth Sandlund), *Sporten som språngbräda i tidningskonkurrensen* (Lars-Åke Engblom), *Tidningsfamiljer och tidningsläkter* (Karl Erik Gustafsson), *Första-*

*sidornas föränderliga värld* (Sigurd Glans) och *Leif Kihlberg – pressforskare på gamla dar* (Sverker Jonsson).

## Att skriva god historia

**Karl Erik Gustafsson & Per Rydén** (eds.), Göteborgs universitet, NORDICOM-Sverige, 2003, 145 p., (Sylwan; 12 (Den svenska pressens historia)), ISSN 1403-3585.



I denna skrift berättas hur verket *Den svenska pressens historia* kom till. Här redovisas några av de erfarenheter som gjordes under resans gång parallellt med några av de många närliggande, historiska översiktsverk från 1980-talet och framåt.

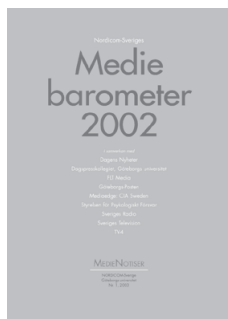
De här redovisade artiklarna är resultat från seminarieserien ”Att skriva historia” som startades i anslutning till publiceringen av tredje delen av *Den svenska pressens historia*:

*Den Svenska Litteraturens historia* (Lars Lönnroth), *Den nödvändiga litteraturhistorien* (Bernt Olsson), *Att berätta historier* (Dag Nordmark), *Historia i praktik och teori* (Per Erik Ljung), *Den regionala litteraturhistoriens lösningar* (Louise Vinge), *Den angelägna litteraturhistorien*

(Lisbeth Larsson), *Ljus från öster* (Thomas Ek), *Idéernas och namnens historia* (Ingmar Lundkvist), *Det mediehistoriska genombrottet* (Jarl Torbacke), *Presshistoriens sista blad* (Karl Erik Gustafsson), *Filmhistoriografi* (Erik Hedling) och *Den möjliga historien* (Per Rydén).

## ***Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2002***

Göteborgs universitet, NORDICOM-Sverige, 2003, 120 p, (MedieNotiser; 2003, 1), ISSN 1101-4539.



Mediebarometern är en årlig räckviddsundersökning som belyser hur stor andel av den svenska befolkningen som en genomsnittlig dag under respektive år tagit del av ett antal enskilda medier: radio, TV, text-TV, video, bio, ljudkassett, CD, morgontidning, kvällstidning, vecko-/månadstidning, tidskrift, bok, reklam och ny medieteknologi. Ett särskilt frågeområde rör Internetanvändningen. Syftet är att beskriva tendenser och förändringar i människors nyttjande av massmedier.

Undersökningen bygger på telefonintervjuer till ett slumpmässigt urval av befolkningen mellan 9-79 år. Mediebarometern genomfördes första gången 1979 och har sedan dess genomförts varje år.

## ***Den svenska mediemarknaden 2003***

Staffan Sundin, Göteborgs universitet, NORDICOM-Sverige, 2003, 135 p., (MedieNotiser; 2003, 2), ISSN 1101-4539.



Skriften är en faktasammanställning rörande de större svenska medie-företagen med uppgifter om föregående års ekonomiska utfall, marknad-sandelar, ägarförhållanden, m.m. Liknande uppgifter lämnas också för de största utländska medieföretagen. Sammanställningen inleds med en analys av medieägandet där förändringar och trender vad gäller medie-marknaden diskuteras.

Uppgifterna i skriften är bearbetningar av data i Nordicoms medie-företagsdatabas. Uppbyggnaden av denna bas påbörjades 1995 och omfattar nu cirka 1 700 företag och sammanlagt cirka 13 500 poster. Basen innehåller bland annat uppgifter om företagets ägare, ägarsfär, nationalitet, län, styrelse, vd, chefredaktör/förlagschef, ansvarig utgivare, ekonomi, upplaga, periodicitet, dotterbolag, intressebolag, utlandsverksamhet samt transaktioner som förvärv, försäljningar, nedläggningar och nyetableringar av företag.