

Aktuella forskningsprojekt

<http://www.nordicom.gu.se/sv/medieforskning/nordicoms-forskningsdatabas>

Science Communication

Actions and Reactions on the 2009 Swine Flu Outbreak

Benedicte Carlsen

Uni Research Rokkan Centre
Bergen

We have recently started a research project that will focus on the 2009 outbreak of the H1N1 or “swine flu” virus and the mass vaccination programme that followed in its wake. The entry point for our project is the question of science communication, or how science-based knowledge is communicated to the public at large.

In today’s world, all societal communication, not least science communication, is mediated communication. How research findings are disseminated and translated through media reports, and how the mediatized information on such findings are understood and acted upon by decision makers and is a crucial public health issue. In the 2009 swine flu case, the issues at stake were larger than is usually the case when it comes to government health advice. Facing a pandemic threat, the population’s willingness to undergo vaccination programmes could be a decisive factor in preventing a potentially disastrous outcome. But authorising mass vaccination is a precarious decision, and a decision that must be taken under uncertainty. If taken too early, the vaccination may turn out to have been unnecessary, if taken too late, the vaccination may not be effective in stalling the pandemic. At the same time, vaccination programmes depend upon public trust in government advice in order to be effective. Such confidence is to a high degree influenced by how government recommendations are presented to the public through the media.

To better understand the science–media–public interface and what lies behind the variation in experiences of central stakeholders, we have planned a theoretically and methodologically holistic study. Initially, we will conduct a meta-study of qualitative studies regarding the public’s attitudes to the H1N1 influenza vaccine in different countries. Thereafter, we will trace Norwegian news stories focussing on the swine flu incident during 2009 and 2010, which were peak years of media attention. After a document analysis of selected news reports, we will conduct in-depth interviews with stakeholder groups, and in particular study the role played by NIPH through interviews and documental analysis. We will interview key experts at The Norwegian Institute of Public Health as well as policy- and decision makers who have been referred to in these news stories. Finally we will gather groups of members of the public who were exposed to the media debate and explore their understanding of the medical facts and the politics involved in it. Our approach to the case of H1N1 pandemic will thus emphasize a range of different empirical viewpoints on the interaction of medical knowledge, health information and public health; that of the scientists, the journalists (editors), the policy makers, and the public.

Project Aim

Our main aim is to enhance the public's health in future pandemic scenarios. Through the case of the 2009 H1N1 Swine flu outbreak, we will explore how information from NIPH is translated in the media, understood and used by policy makers and received and acted upon by the public.

Project Plan

1. Conduct a qualitative meta-study based on international research literature on the public's understanding of the outbreak and preventive measures of the swine flu incident.
2. Conduct a media search and document analysis of news reports related to the swine flu outbreak and its aftermath in Norwegian newspapers. We will explore news stories at different points in time and milestones during this period.
3. Tracing the involved parties through selected news stories we will conduct interviews with scientists at the NIPH, other experts, newspaper editors, journalists, political decision makers and members of the public about motivation for action, experienced concerns, understanding of the problem area and reactions to the mediated health campaign

Relevant Research Questions

What information was available at different points of time, how did health authorities respond to early reports of an emerging pandemic, and how was their advice conveyed in media reports?

How were uncertainties and risks communicated throughout, and how were recommendations interpreted and challenged in public debate?

Which actors were involved in communicating, interpreting and challenging findings throughout, and how did they influence the process?

How did different media frame the issue, and to what degree and how did their framings shift over time?

How do lay people assess the mediated debate, how do they understand and interpret the information from NIPH and the counter-information from other types of experts, and how is the information adapted into people's internalised values and everyday health choices such as whether to have vaccine or vaccinate their children?

How do people judge that the 2009 swine flu incident has influenced their attitudes to future vaccine campaigns by the NIPH?

Knowledge Background

The role of research expertise in contemporary society is ambiguous. On the one hand, there is faith in the ability of experts to solve both individual problems and societal concerns. On the other hand, research authorities and experts are to a large degree challenged and distrusted, and the public is made aware that experts frequently disagree or that established scientific truths can be overturned in light of novel research results. Overwhelming amounts of information can also make it difficult to incorporate expert knowledge into everyday choices as well as political decisions. However, in the modern information society the endeavour of disseminating and implementing research

evidence is complicated. In public arenas evidence-based knowledge competes with vast amounts of information which also claim to be evidence-based, as well as with experience based and faith based knowledge, and the distinctions between concepts of “science”, “knowledge” and “information” are blurred. Recipients of expert knowledge (politicians, bureaucrats or the public) may have diverging agendas or values from those of media institutions or scientific society or they do not understand or have confidence in the voices of the experts.

Among the public, there are indications of scepticism towards science in general and towards vaccine campaigns in particular. One well known example from the UK was the confusion following one scientist’s (Wakefield) erroneous article in *The Lancet* in 1998 in which he claimed that the MMR vaccine could cause autism. The paper was revealed as a hoax, but the controversy led to a massive boycott of the vaccine in the UK, which in turn led to increased incidence of measles and mumps and an increase in deaths and injuries. When it comes to the swine flu outbreak of 2009, health authorities held a supply of two H1N1 vaccines per citizen and 70% of the population trusted the vaccine according to Eurobarometer, but still, only around 40% of the population were vaccinated compared to e.g. 60% in Sweden.

The media reports related to the swine flu incident in Norway have scarcely been analysed. One exception is a recent article in Norwegian by media researcher Harald Hornmoen, who finds that the news coverage in Norwegian newspapers generally exaggerated the messages from the health authorities, seemingly in an attempt to frighten people into taking preventive action. This applied particularly to the tabloid newspapers (e.g. *Dagbladet* and *VG*) and to a lesser extent to the newspaper *Aftenposten*. The European Centre for Disease Prevention and Control did a review of European media coverage of the first week of swine flu reports in 2009 in 31 European countries. In this early phase, public health authorities were identified as the main information source for the media and very few news reports were critical to governmental information at this stage and seemed thus supportive of the communication strategy adopted by the public health authorities. On the other hand Veronika Hansen has in a master thesis at the University of Oslo conducted a chronological analysis of the media coverage in Norway, and she reports of quite a number of news reports that were critical to the vaccine, especially in the later phases of the media campaign, when mass vaccination had been initiated. The varying information campaigns and media approaches to the epidemic across countries may have influenced influenza uptake, and so may the level of the public’s general trust in the authorities.

Within epidemiology central research and knowledge institutions, such as The Norwegian Institute of Public Health (NIPH), have become aware of the need to make the research results accessible and understandable to users both among the general public and among policy makers, but clinical researchers have been criticised for an instrumental belief that if only research results are disseminated in a clear manner, if only people are informed, then people will act “rationally” and “appropriately” upon the evidence. The experts related to NIPH play a particular role regarding information on infectious diseases, including the influenza. The NIPH has the main responsibility to control the health situation, carry out research and preventive measures to improve the health of the Norwegian population. According to the Communicable Diseases Control Act implemented in 1995, NIPH has major responsibilities and tasks in the national

infectious disease control. NIPH is responsible for monitoring influenza activity in Norway, and to inform health and other authorities as well as the public about the virus' progress. According to the Norwegian National Influenza Pandemic Preparedness Plan of the Norwegian health authorities communication through mass media is essential in a situation of a pandemic. The media is obliged to inform the public and may be instructed to publish important messages e.g. regarding vaccination on behalf of the health authorities in such situations.

Facts

Project Participants: Benedicte Carlsen (Project Leader), Kristian Bjørkdahl, Ole Brekke, Kari Ludvigsen, Uni Rokkan Centre; Claire Glenton, Norwegian Knowledge Centre for the Health Services; Niklas Stenlås, Uppsala University; Sandy Oliver, University of London; Guri Rørtveit, Uni Health.

Source of funding: The Research Council of Norway, The Research Programme on Public Health

Project period: 01.12.2013 – 30.11.2016

CoSound

A Cognitive Systems Approach to Enriched and Actionable Information from Audio Streams

Jan Larsen

Section for Cognitive Systems, DTU Compute
Technical University of Denmark

Productivity and well-being depends increasingly on digital media and the delivery of multimodal media information on different platforms. The CoSound project researches tools for linking audio streams and user interaction data in order to improve interactivity and experience.

The project focus is on methods and tools for an augmented audio experience and making the information actionable, i.e., enable users to interpret, organize, analyze, share, co-create, and facilitate story-telling and audio management. The vision is to develop a flexible modular audio data processing platform for new products and services in the commercial sector; the public service sector; and in educational and cultural research. The research combine bottom-up representation of audio and other relevant information sources with top-down user-driven feedback to form a multi-level and multi-aspect integrated cognitive representation of content.

CoSound is a four year project (2012-2015) funded by the Danish Council for Strategic Research under the Program Commission on Strategic Growth Technologies. Fourteen partners are part of the project including four companies and three international research institutions.

The Objective of the Project

The overall vision is to foster collaborative and cross-cultural tools for enrichment of audio streams which can improve interactivity, findability, experienced quality, ability to co-create, and boost productivity and experience in a broad sense. Audio is usually provided in a multimedia context with additional text, visual, sensor or social network information. The project focuses on the analysis of audio streams; however, other available media and contextual information are used to improve functionality and facilitate a natural interface for the user. The provision of effective and customizable access to vast audio archives of mixed music and radio broadcasts content has not been investigated to the same depth as e.g. textual information, and its full potential is yet to be achieved.

CoSound will demonstrate innovative solutions in three end-use areas: the commercial sector, the public service sector, and in education and cultural research by developing a flexible modular data processing platform that provides three levels of functionality: 1) personalized audio streams; 2) task driven navigation and organization; 3) sharing

of enriched audio streams through editing and co-creation. As part of this activity, large amounts of broadcast and music data will be enriched and tagged with metadata.

Partners

Technical University of Denmark (DTU Compute) Grant holder; Copenhagen University (Dept. of Arts and Cultural Studies); Aalborg University (Dept. of Multimedia Information and Signal Processing and Dept. of Media Technology); Danish Broadcasting Corporation; Royal School of Library and Information Science; State and University Library; Bang & Olufsen A/S, Geckon ApS; Hindenburg Systems ApS; Syntonetic ApS; Musikzonen; Queen Mary University of London; University College London; and University of Glasgow.

Work Packages

The research and development in CoSound is organized around eight work packages: audio features, interactive learning, large scale machine learning, human-computer interactive modeling, and music context analysis, as well as the development of the platform and the demonstrators.

The Technical University of Denmark, Aalborg University, Queen Mary University of London, and Geckon carry out the technical platform, sound processing and learning. The Royal School of Library and Information Science, University College London, and University of Glasgow conduct human-computer interaction design and evaluation. Copenhagen University and Musikzonen contribute with music context and end-use grounding, dissemination and cultural research. Bang & Olufsen A/S and Hindenburg ApS participate in evaluation, prototyping and commercialization by transforming project inventions into innovative commercial solutions. Danish Broadcasting Corporation contributes with evaluation and prototyping for public service solutions. The State and University Library provides data warehouse management tools and platforms, and Syntonetic ApS delivers a mood meta data service.

WP1: Management and Dissemination

Responsible: Jan Larsen, Associate Professor, PhD, Technical University of Denmark. Main resources: Project administrator. Objective: Management structure, status reports, communication as well as dissemination and exploitation of results.

WP2: Data Ware House and Cloud Computing

Responsible: Bjarne Andersen, cand.it., State and University Library. Main resources: System administrator; Peter Overgaard, Jesper Knudsen, Geckon ApS. Objective: Provide the project with access to a vast amount of sound data from the national archive including the DR material collected during the last 85 years and all Danish music published on CD in total over 1 million hours of sound.

WP3: Audio Feature Construction and Selection

Responsible: Mads Græsbøll Christensen, Professor, PhD, Aalborg University. Main resources: Postdoc Mohamed Abou-Zleikha. Objective: Identify relevant low-level descriptors of objects in audio streams and developing dynamic feature selection and reduction methods to form bottom-up multi-level audio representations.

WP4: Temporal Inference and Large Scale Machine Learning

Responsible: Lars Kai Hansen, Professor, Technical University of Denmark. Main resources: Rasmus Troelsgaard, PhD Student, Bjørn Sand Jensen, Postdoc. Objectives: Research and implementation of large scale dynamic cognitive domain representations (e.g. topic models) for integration of audio features (from WP3) and meta-data including news media, blogs, YouTube, Wikipedia, Twitter, and dedicated music sites, e.g. Last.fm.

WP5: Interactive Learning

Responsible: Jan Larsen, Associate Professor, PhD, Technical University of Denmark. Main resources: Jens Madsen, PhD Student, Bjørn Sand Jensen, Postdoc. Objective: Research and realization of an interactive scheme for fast and efficient learning of the cognitive domain representation (WP4). Hypothesis: Interactive learning can provide an optimal combination of low-level features (unsupervised) with the top-down user driven input (supervision) using minimal human supervision.

WP6: Human-computer Interactive Modeling, Crowd Sourcing and Evaluation

Responsible: Haakon Lund, Associate Professor, Royal School of Library and Information Science. Main resources: Jesper Steen Andersen, PhD Student. Objective: Investigate approaches for access to audio archive contents by modeling user interaction and requirements as well as qualitative and quantitative evaluation of various aspects of the integrated system – from performance measures to users' acceptance and engagement.

WP7: Music Context Analysis End-use grounding

Responsible: Morten Michelsen, Associate Professor, Copenhagen University. Main resources: Jesper Steen Andersen, PhD Student. Objective: Provide research questions from the perspective of musicology and auditory culture as an input to aspects and features to focus on in WP3, 5 and 6. The main objective is to analyze programs and formats, broadcasted in The Danish National Radio, along the lines of popular music genres and locating changes within the overall program rhythm as well as in the bridging between speech and music in different genres of popular music programs and similar program types.

WP8: Commercialization and prototyping

Responsible: Søren Bech, Head of Research, Bang & Olufsen A/S. Objective: Investigate commercialization and prototyping possibilities from all WPs and evaluating the CoSound platform with users as beta-labs in relation to B&O and HS specific platforms; in DR's web-based services; and through collaboration with the LARM project.

Facts

Project manager and grant holder: Jan Larsen, PhD, Associate Professor

Source of funding: The Council for Strategic Research is financing CoSound with a grant of approx. 17 million DKK. The partners contribute with approx. 9 million DKK in co-financing.

Website: <http://www.cosound.dk>

Amplifon

På sporet av et mer intelligent radiomedium

Lars Nyre

Institutt for informasjons- og medievitenskap
Universitetet i Bergen

Amplifonprosjektet består av empiriske sonderinger i retning av et nytt radiomedium som anvender de beste av de digitale mulighetene. Prototypene vi lager er basert på klassisk radiojournalistikk, men vi anvender lokasjonsorientering, sosiale medier-interaksjon og intelligent brukerprofilering, og vi henvender oss først og fremst til folk som bruker øretelefoner i bymessige omgivelser. Amplifon kan tenkes å være et eksperimentelt radiomedium som eksisterer parallelt med tjenester basert på DAB-distribusjon.

I rapporten presenteres to enkle prototyper på lokasjonsorienterte radiomedier med tilpasset innhold. Det dreier seg om et dokumentarisk mediedesign for folk som går rundt i et urbant sentrum, og et nyhetsorientert for folk som drar med kollektivtransport mellom sentrum og forsteder. Prototypene blir testet ut i Bergen og Vestlandet for øvrig av en tverrfaglig forskningsgruppe,¹ og det gjøres iterasjoner i 2014 og 2015. Amplifon skal videreutvikles til også å inkludere sosiale medier-interaksjon og intelligent brukerprofilering.

Navnet ”Amplifon” er ment å være fremmedgjørende, slik at man ikke tenker for konkret på det nåværende radiomediet når man forholder seg til vårt prosjekt. ”Ampli” kommer fra latin ‘vid, rommelig’, og benevner det som angår utstrekning, utvidelse eller forsterkning. ”Fon” kommer fra gresk ‘lyd’ eller ‘språklyd’, og benevner i vår tid hovedsakelig lydteknologier som telefon, mikrofon og saksofon. Begrepet “amplifon” antyder prosjektets målsetning om å forsterke folks opplevelse av meningsfull mediert lyd i hverdagen.

Mediedesign

Prosjektets overordnede metode kan kalles mediedesign (se Fagerjord 2012; Nyre 2014). Dette er en samling av metodiske ressurser fra både informasjons- og medievitenskap, og man kombinerer interaksjonsdesign, programmering og innholdsproduksjon for å konstruere prototyper på nye medier. Disse prototypene blir testet på brukere som representerer både bransjen (journalister, produsenter, etc) og vanlige mennesker som er ment å bruke det nye mediet i dagliglivet. Mediedesign er en akademisk tilnærming med strenge krav til systematikk, dokumentasjon og målrettethet.

Kulturen for eksperimentell utvikling er mye sterkere i mediebransjen enn i medieforskningen, men utviklerne jobber ofte intuitivt, og uten metodiske refleksjoner eller dokumentasjonskrav. Store bedrifter prøver gjerne ut fullt fungerende applikas-

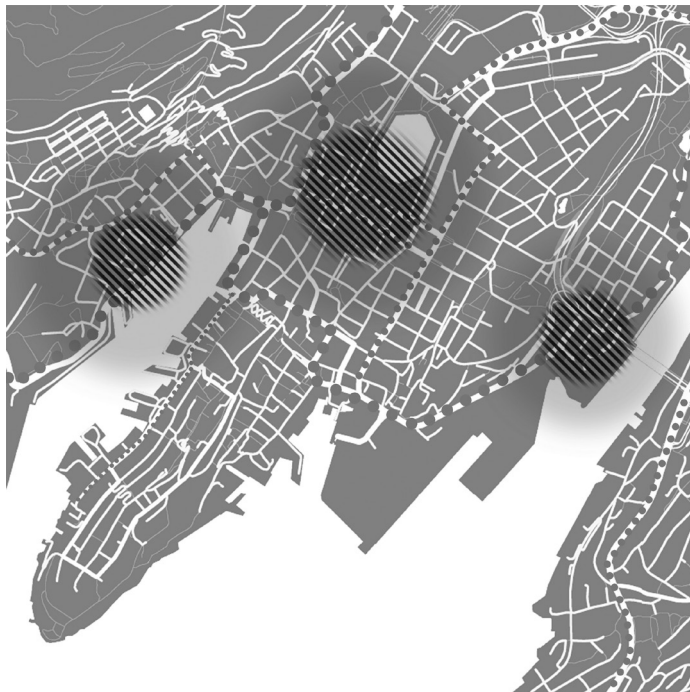
joner, mens et lite gründerfirma baserer seg mer på skisser og storyboards som viser hvordan en fysisk prototype ville fungert. Dette kan kalles en teknologisk sondering. Nå for tiden er det stadig vanligere med slike “lean”-tilnæringer, der man prøver ut konseptet for innovasjonen tidlig i prosessen. Dersom konseptet ikke fungerer er det letter å skifte retning på utviklingen, og man taper ikke så mye penger. Dette blir også kalt “fail fast”-metoder. (Sharp et.al. 2007).

Amplifonprosjektet består så langt av to beslektede sonderinger kalt medium A og B. De er basert på forskningsdrevet undervisning, og konstruert av elleve studenter på et bachelorkurs ved Universitetet i Bergen kalt ”Journalistiske mobilapplikasjoner”.² Selv om studentene lagde to ulike medier, så var sentrale deler av utviklingen lik for begge. Programmeringen er basert på utviklerspråkene HTML, CSS, Javascript og jQuery Mobile. De to prototypene kan aksessere sensorer i mobiltelefonen, der særlig GPS-posisjon, høyttaler, mikrofon og touchpanel er viktig. Google Maps API ble brukt til å kunne spille av lydfiler når brukeren nærmer seg en gitt lokasjon som er spesifisert i koden. Det grafiske designet var ganske minimalistisk for begge prototypene, med en logo, liste over lydfiler, og kartvisning av lytters posisjon. Lydinnholdet ble produsert med universitetets opptaksutstyr, og i tillegg ble det laget musikklistor på Spotify og YouTube.

Sondering i to retninger

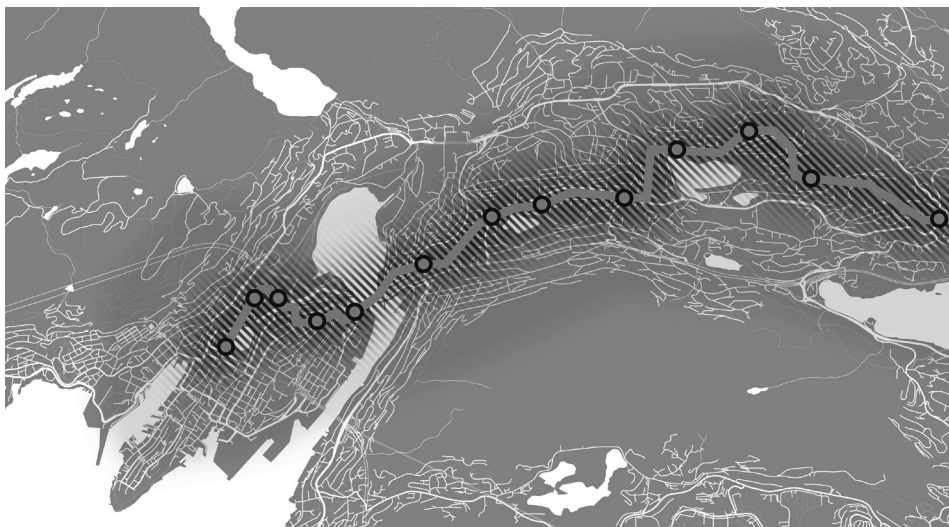
Medium A ble kalt “Ny i Bergen”, og er orientert mot Bergen sentrum. Du blir geleidet gjennom det historiske sentrum av Bergen, og får dokumentarisk kunnskap om byen fra både fortid og nåtid. Musikken er tilpasset temaene.

Figur 1. Nedslagsfeltet til medium A. Tegning ved Stig Hovlandsdal Øvreås



I dette mediet er det radioreportasjer med høye produksjonskvaliteter (Hedemann 2006; Poulsen 2006), lydeffekter og kompleks miksing. En kvinnestemme forteller, mens et underliggende lydbilde bygger mer eller mindre humoristisk opp under historiene. De tar blant annet for seg Fisketorget, Teateret, Bergenhus Festning og Fløyen. Reportasjene ligger ute permanent, og det bygges opp et arkiv eller reservoar av historier og musikk. Dette delprosjektet er knyttet til allmennkringkastingsidealet opplysning, som også har nedfelt seg i digitale initiativ som Wikipedia og andre dugnadsprosjekt for folkeopplysning. Disse reportasjene er ment å føre til innlevelse fra lytteren, og egner seg godt til å bli lyttet til i øretelefoner med aktiv støyreduksjon. Opplevelsen av fortid og historie blir presumptivt sterkere dersom lydene fra nåtiden blir borte.

Figur 2. Nedslagsfeltet til medium B. Tegning ved Stig Hovlandsdal Øvreås



Medium B ble kalt "Railio", og er orientert mot de nabolagene som Bybanen i Bergen kjører gjennom. Det presenterer nyheter og aktualitet for deg som sitter på Bybanen til eller fra sentrum. Nyheten er alltid ferdig fortalt før du skal gå av, på grunn av GPS-synkronisering, og musikken er tilpasset tid på dag og humør. Programmet består av nyhetsbulletenger og reportasjer, jingler og musikk. Nyhetene har overskrifter som: "Byparken: Bussjåfør siktet for uaktsomt drap" og "Brann Stadion: Kampdag". Det journalistiske innholdet er relevant på et hyperlokalt nivå, noe som inkluderer politiske beslutninger på bydelsnivå, sosiale og kulturelle hendelser på grende- og gatenivå, og hendelsesnyheter helt ned på meter-nivå hvis temaet er av offentlig interesse. Railio er knyttet til allmennkringkastingsidealet "informasjon", der borgeren får muligheten til å informere seg om politiske og andre saker som er relevante for å utøve rollen som samfunnsdeltaker på en god måte. Når det gjelder brukersituasjonen er det ikke like viktig for medium B at lytteren bruker øretelefoner med aktiv støyreduksjon. I motsetning til medium A vil den typiske lytteren trolig være atspredt, siden han eller hun trolig er på vei til eller fra jobben, og trenger å forholde seg mer aktivt til omgivelsene. Vanlige små øretelefoner vil være gode nok for Railio-konseptet.

Hva har vi lært så langt?

Lag journalistikk til et hyperlokalt nedslagsfelt. Radiomediet har alltid hatt sterk tilknytning til et lokalt nedslagsfelt, men geo-lokasjon og informasjon fra akselerometer og kompass kan gi lytteren en sterkere og nærmere opplevelse av innholdet. Dette kan gjøre informasjonen mer verdifull for brukeren, og skape en sterkere følelse av å delta i en lokal offentlighet, i ditt eget område. Folk har kunnskap om hvor det er god utsikt, dårlige butikker, bilkjøring, sykkelruter, sportsarrangementet, etc. Alt dette har potensiell offentlig interesse.

Produsér lyden for øretelefoner. Radioens lydlige kommunikasjon har alltid hatt sterk emosjonell og sosial påvirkning på lytterne. Nå er mulighetene for kvalitetslyd større enn noensinne. Men for at radio skal være *bare lyd* i 2014 må man tenke omtrent slik Twitter gjorde da de baserte seg på å bruke bare 140 tegn. De kunne jo ha valgt enhver annen konfigurasjon av innhold. Det er ikke teknologisk påkrevd å kommunisere bare i lyd, men det kan gjøres frivillig fordi radioen har demonstrert at det fungerer bra for offentligheten. Radioens viktigste bruksområde kan ikke lenger defineres til å være kjøkken, bad og bil, men gangveier, bygater, busser og tog. Da må man satse på de som lytter i øretelefoner mens de farer omkring i hverdagen sin.

Lag prosedyrer for innringing. Det er enormt fordelaktig for mulighetene til deltagelse at en mikrofon ofte er koblet direkte til øretelefonene, og ellers er lett tilgjengelig når man bruker smarttelefon. Det er lettere enn noen sinne for en radioredaksjon å være i direktekontakt med lytterne sine. Joggeren som ser noe rart kan når som helst ringe inn og bli et vitne. Noe av den sosiale energien som går til Facebook kunne med fordel bli kanalisert inn i hyperlokale samtale-baserte offentligheter. Her er det et rikt råmateriale for verbal deltakelse, og ingen grenser for hva slags formater man kan prøve ut.

Test kunstig tale. Det ville også være interessant å utforske bruk av kunstig tale i radio, både for å spare penger og for å tilføre genuint nye funksjoner. Teknologien for å konvertere mellom tekst og tale blir stadig mer tilgjengelig, og har blitt anvendt blant annet av radiogründerne Capsule.fm. De har laget en app kalt “The Early Edition”, der skriftlige nyheter, værmeldinger etc. blir presentert med kunstig tale-stemme (<http://early.capsule.fm>). Det finnes også en lignende nyhetstjeneste i USA med navnet Newsbeat (<http://newsbeat.me>).

Brukerdatabase og redaksjonell profilering. I radio kan man også lagre brukerinformasjon etter samme modell som Facebook og andre sosiale medier. Målet er å finne ut mest mulig om hver enkelt brukerens atferd og smak ved å spore alle tillatelige informasjonstyper, inkludert GPS, hva man hører på, hvor man er, etc. Utifra slik informasjon kan redaksjonen programmere et tilbud. Sagt på en annen måte blir radioen *prediktiv*, og foreslår innhold for deg ut i fra ditt tidligere bruksmønster.

Klarer man å kombinere alle disse utviklingslinjene i ett prosjekt vil man trolig komme på sporet av et mer intelligent radiomedium enn vi har nå.

Konklusjon

Vi har lært at det er krevende å produsere innhold ut fra det tradisjonelle samfunnsopdraget om å informere, opplyse og underholde i nåtidens mediasamfunn. De digitale mulighetene på internett og mobil gjør at medieinnovasjonen spriker i alle retninger. Amplifonprosjektet begrenser seg til å være radio, og til å ønske å gjenskape allmennk-

ringkasternes tradisjonelle offentlighet i et samfunn der mobilen og de sosiale mediene preger landskapet.

Amplifonprosjektet lager prosedyrer som utforsker allmennkringkastingens idealer om kvalitetspreget, tillitvekkende innhold med stor grad av borgerdeltakelse, og det gjøres for mobiltelefonen, med signaldistribusjon med mobildata og wifi, og med utforskning av brukerprofiler, lokasjonstjenester og intelligente lydige funksjoner. Dette prosjektet vil trolig være mer bærekraftig for samfunnet på lang sikt enn DAB-satsningen, som bare viderefører tradisjonell radiojournalistikk på en ny plattform.

Noter

1. Gruppen består av Lars Nyre og Bjørnar Tessem fra Universitetet i Bergen, Jon Hoem og Johannes Mario Ringheim fra Høgskolen i Bergen og Jørgen Lyngvær fra Høgskolen i Volda.
2. Våren 2014 var Lars Nyre kursleder, Eirik Stavelin og Kjartan Michalsen underviste i programmering og design, og Stein Unger Hitland i lydteknikk. Studentene var Mari Anvik Berg, Jarand Boge, Morten Dahle, Øyvind Hjartnes, Darko Mrdalj, Petter Omdal, Eileen K. Osmo, Ørjan Blytt Polden, Karoline Erstad Raudstein, Kamilla Svendsen og Joakim Vindenes.

Litteratur

- Burns, M. & N. Brügger (eds.) (2012) *Histories of Public Service Broadcasters on the Web*. Berlin: Peter Lang.
- Eide, L. & L. Nyre (2008) *Radiatoradio. Lyd i journalistikk*. Oslo: Samlaget.
- Fagerjord, A. (2012) "Design som medievitenskapelig metode", *Norsk medietidsskrift* nr. 3/2012.
- Hedemann, B. (2006). *Hør og se. En håndbok i bildeskapende radio*. Fredrikstad: IJ-forlaget.
- Nyre, L. (2008) *Sound Media. From Live Journalism to Music Recording*. London: Routledge.
- Nyre, L. (2014) "Medium design method" i *Journal of Media Innovation* 1(1).
- Poulsen, I. (2006) *Radiomontagen og dens rødder: Et studie i den danske radiomontage med vekt på dens radiofoniske genreforudsætninger*. Frederiksberg: Samfundslitteratur
- Sharp, H., Y. Rodgers & J. Preece (2007) *Interaction Design. Beyond human-computer interaction*. Chichester (UK): John Wiley & Sons.
- Åberg, C. (2012) *Radioanalysis. Att undersöka radions lyssnare och program*. Lund: Studentlitteratur.

Communicating the Economy

Erik Albæk

Center for Journalistik
Syddansk Universitet

In the social sciences in general and in political science in particular the media are paid increasingly attention to when explaining social and political behavior. Media effects on public opinion and citizens are a key concern in society and an increasingly important theme in social scientific research. One of the most important areas in which the media can matter is on perceptions and evaluations of the economy. Citizens' economic expectations are (partly) based on information about the economy (Kiewiet 1983). Economic perceptions and evaluations are in turn of crucial importance for understanding, for example, voting behavior (van der Brug et al., 2007; Oscarsson 2007), political trust (Hetherington & Rudolph, 2008), and consumer confidence and consumer spending (de Boef & Kellstedt, 2004). Our project extends extant research in that we model the effects of the tone of economic news coverage on evaluations of the economy. This requires theorizing of a directional, persuasive media effect (Mutz, 1992, p. 484; Zaller, 1992, 1996). For the Danish case none of this is known. Assessing how Danish media report about the economy is therefore the first goal of this project.

Bringing together the above, our project answers the following questions:

- How do Danish media report about the economy?
- What are the effects on citizens' economic perceptions?
- How does contextualizing information about economic indicators affect economic perceptions and evaluations and consumer confidence?

This project focuses on the relationship between news media coverage and economic evaluations. It includes a four-wave panel survey and a media content analysis to assess the relationship between economic news and economic perceptions and evaluations, while controlling for real world economic indicators. This project also involves a series of experiments focusing on economic perceptions and evaluations based on news about economic developments. Different factual information will be presented in different contexts and interpreted as either advantageous or disadvantageous in the journalistic coverage.

The media content analysis includes a sample of the economic coverage in the most widely watched national television news and most widely read newspapers and a sample of web sites. The analysis is done using advanced models for analyzing panel data (Hsiao, 2003), including latent growth modeling which has become a preferred way for analyzing changes in attitudes and behavior when using multiple wave panel data (Curran, Harford & Muthen, 1996).

The survey includes 4 waves with 3 months intervals, a net n=1500, repeated measures of media use and economic evaluations, and a battery of control and background variables. Panel surveys have a number of unique features that make them preferable above cross-sectional data and enable a deeper understanding of change and dynamics. Panel data facilitate adjustments for measurement errors; panel data allow for the analysis of opinion and evaluation change in which the prior evaluation or opinion is one of the explanatory variable, and panel data facilitate analyses in which other relevant explanatory variables are measured outside the immediate survey setting (Bartels, 2006).

References

- Bartels, L. (2006). Three virtues of panel data. In H. Brady & R. Johnston et al (eds) *Capturing campaign effects*. Michigan University Press.
- Curran, P.J., Harford, T.C., & Muthen, B.O. (1996). The relation between heavy alcohol use and bar patronage: A latent growth model. *Journal of Studies on Alcohol*, 57, 410-418. De Boef, S., & Kellstedt, P. M. (2004). The political (and economic) origins of consumer confidence. *American Journal of Science*, 48(4). 633-649.
- Hsiao, C. (2003). *Analysis of panel data*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kiewiet, D.R. (1983). *Macroeconomics and micropolitics: The electoral effects of economic issues*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Mutz, Diana C. (1992). Mass Media and the Depoliticization of Personal Experience. *American Journal of Political Science* 36:483-508.
- Van der Brug, W., Van der Eijk, C., & Franklin, M. (2007). *The economy and the vote: Economic conditions and elections in 15 countries*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Zaller, J.R. (1992). *The nature and origin of mass opinion*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Zaller, J. (1996). The myth of massive media impact revived: New support for a discredited idea. In D.C. Mutz, P.M. Sniderman, R.A. Brody (Eds.), *Political persuasion and attitude change* (pp. 17-79). Michigan: The University of Michigan Press.

Facts

Erik Albæk, Professor, Centre for Journalism, University of Southern Denmark; Arjen van Dalen, Associate Professor, University of Southern Denmark, Centre for Journalism; Antonis Kalogeropoulos, PhD candidate, University of Southern Denmark Centre for Journalism; Helle Mølgaard Svensson, PhD candidate, University of Southern Denmark Centre for Journalism; Claes de Vreese, Professor, Amsterdam School of Communication Research & Centre for Journalism & University of Southern Denmark.

Project period: 2012 →

Source of financing: The Velux Foundation (5 800 000 DKK)

Forskningsprojekt från Nordicoms databas NCOM

Danmark

- ***Making Sense of Data. Understanding Digital Reality through Contemporary Artistic Practices of Visualization and Sonification***

Det digitale kan ikke længere blot forstås som noget virtuelt, der eksisterer ved siden af den 'virkelige' virkelighed. I stedet er det digitale blevet en umiddelbar naturlig del af, hvordan vi interagerer med hinanden og forstår vores livsverden gennem billeder, tekst og lyd, der i stadig stigende grad er skabt og medieret via digitale teknologier og formater. Samtidig overstiger de enorme mængder data, der omgiver os, vores sansekapaciteter og fatteevne. Dette projekt er en tværdisciplinær undersøgelse af, hvordan vi gebærder os i og forstår disse medierende processer og allestedsnærværende data-strømme, som udgør vores kompositte analog/digitale livsverden. Projektet tager især udgangspunkt i analyser af samtidige kunstneriske praksisser, der udforsker digitale formater, 'big data', og 'kodning' af vores måder at sanse på.

Thomas Bjørnsten, aesttbk@hum.au.dk

Aarhus Universitet, Institut for Æstetik og Kommunikation

Projektperiode: 01.02.14 →

Finansieringskilde: Det Frie Forskningsråd, Kultur og Kommunikation, Postdoc-bevillinger (2 051 651 DKK)

- ***Masters of Crime. Scandinavian Crime Fiction in a Media Industries Perspective***

Skandinaviske krimier – en genre af mystik, thriller og krimi – er blevet et globalt udgivelsesfænomen. Bøger af Høeg, Larsson og Mankell sælges i millioner verden over og der er en hype om bøgerne på nettet. Hvorfor er skandinaviske krimier så succesfulde? Hovedparten af eksisterende undersøgelser forklarer succesen gennem tekstuelle-strukturalistiske, semiotiske eller kulturelle læsninger af genren. Krimien afspejler velfærdssamfundets mørke underside (syge, ensomme og malplacerede individer) i en atmosfære af evige vinternætter og dystre landskaber. Denne atmosfære er både eksotisk og forførende for udenlandske læsere, da den strider mod udbredte nordiske stereotyper om endeløs lykke og fred. Men kommer en markedssucces så naturligt? Dette projekt anser den skandinaviske krimis succes som et produkt af en lang række af institutionelle og individuelle aktører (forlag, redaktører, litterære agenter, professionelle forfattere, oversættere) og kooperative og konkurrencedygtige forbindelser mellem dem. Her foreslås en medieindustrieffokuseret undersøgelse af skandinaviske krimier i konteksten af den danske forlagsbranche – empiriske undersøgelser, herunder interviews med centrale aktører og deltagerobservation. Samtidig medtager projektet en strukturalistisk genreanalyse. Formålet er at placere krimiens succes i konteksten af industriel produktion og i sammenhæng med en genre- og tekstmæssig analyse ved at udarbejde en model for fortolkning af medieproduktion.

Ana Alacovska, aa.ikl@cbs.dk

Copenhagen Business School, Institut for Interkulturel Kommunikation og Ledelse

Projektperiode: 01.02.14 →

Finansieringskilde: Det Frie Forskningsråd, Kultur og Kommunikation, Postdoc-bevillinger (1 768 247 DKK)

- ***Youth and Gaming***

Tidligere forskning har vist, at gaming (det at spille video- eller computerspil) kan påvirke børn og unges udvikling i forhold til sundhedsmæssige, sociale og uddannelsesmæssige forhold. Men hvad er det nu lige, der gør, at gaming kan have negative konsekvenser for nogle børn og unges udvikling, mens det for andre kan have en positiv effekt på deres udvikling? I løbet af et år foretager dette online-studie tre målinger på børn og unges gaming-adfærd og deres motivation til at spille. Ved også at indhente mål på børn og unges personlighedstræk og deres socio-emotionelle kompetencer, undersøger dette studie om børns ”psykologiske profil” kan forklare, hvorfor gaming i nogle tilfælde kan føre til positive konsekvenser i forhold til sundhedsmæssige, sociale og uddannelsesmæssige forhold, hvorimod det i andre tilfælde kan have negative konsekvenser på disse forhold.

Patrick Karl Bender, patrick.bender@psy.ku.dk
Københavns Universitet, Institut for Psykologi

Projektperiode: 01.02.14 →

Finansieringskilde: Det Frie Forskningsråd, Kultur og Kommunikation, Postdoc-bevillinger (2 834 545 DKK)

- ***What Makes Danish TV Series Travel? TV drama series as cultural export, transnational production and reception***

Projektet undersøger, hvorfor danske tv-serier oplever stor opmærksomhed og popularitet i udlandet. Danske tv-serier har igennem en årrække høstet talrige internationale priser. Det internationale marked har fået øjnene op for de danske tv-serier, ligesom de danske tv-producenter har fået øjnene op for betydningen af det internationale marked. Forbrydelsen, Broen og Borgen vises verden over, og flere serier sælges ofte tidligt i tilblivelsesprocessen. De danske tv-producenter indgår desuden i internationale koproduktioner og remakes. Vores hypotese er, at der er specifikke forandringer og værdiskabelser på alle trin i processen, fra idéudvikling og produktion til distribution og reception. Konkret vil vi undersøge produktionen af danske tv-serier, bl.a. nye aktører (bl.a. 1864 produceret af MisoFilm for DR), internationale koproduktioner og remakes (bl.a. Broen i USA/Mexico og UK/Frankrig), samt publikums oplevelser af de danske serier i fem udvalgte lande (Tyskland, USA, Australien, Tyrkiet og Brasilien). Fænomenet kræver en nytænkning af teorier om centrum/periferi i den globale medieindustri, og udfordrer især forestillinger om kulturelle nærhedsprincipper, engelsk som dominerende sprog i en globaliseret kultur, forholdet mellem nationale og internationale markeder bl.a. ift. public service-forpligtelser, nye former for produktionsværdier samt audiovisuel stil.

Anne Marit Waade, amwaade@dac.au.dk
Aarhus Universitet, Institut for Æstetik og Kommunikation

Projektperiode: 01.01.14 → 31.12.14

Finansieringskilde: Det Frie Forskningsråd | Kultur og Kommunikation (6 479 102 DKK)

- ***New Media – New Intimacies***

I Facebookgruppen ’Donorbørn – ægdoner – sæddoner’ – mødes danske, svenske og norske par, der leder efter søskende til deres børn, men der er også en del enlige mødre på jagt efter søskende, og så er der ældre børn, der leder efter deres biologiske forældre. Sammen har gruppens medlemmer opbygget et ’donor-dokument’, som hjælper medlemmerne til at finde hidtil udkendte biologiske familiemedlemmer. Siden gruppens oprettelse er den vokset med over 1100 medlemmer. Facebook-gruppen er en illustration af, hvordan sociale medier er med til at skabe nye intimiteter, og hvordan nye relationer og familieformer skabes gennem sociale medier. Dette forskningsprojekt undersøger, hvordan personlige relationer, identiteter og intimiteter (som fx reproduktion, sex, kærlighed og parforhold) får nye former, forandres og udvikles gennem

sociale medier. På trods af at sociale medier og intimiteter i stigende grad påvirker hinanden, er der næsten ingen forskning, der sammenkæder de to fænomener. Sociale medier udforskes oftest isoleret fra det nye forskningsfelt i 'intimiteter og følelser', der ellers har vundet indpas de sidste par år. Det er derfor nyt, når projektet sammentænker sociale medier og intimiteter. Projektet vil kaste nyt lys på de store forandringer i vores hverdag og vores forhold til andre mennesker, der sker, når vi i stadig større grad lever vores intime liv i de sociale medier, og de sociale medier i større grad hjælper os med at finde og forstå intime relationer og muligheder.

Rikke Andreassen, rikkean@ruc.dk

Roskilde Universitet, Institut for Kommunikation, Virksomhed og Informationsteknologier

Projektperiode: 01.02.15 → 31.01.18

Finansieringskilde: Det Frie Forskningsråd. Sapere Aude: DFF-Forskningsleder 2014
(6 976 462 DKK)

- ***The Commercialized Public Sphere***

Internetgiganter som Facebook og Google har i dag stor magt over offentligt og privat liv på internettet – og er i høj grad med til at definere, hvad der kan siges, hvad der kan vises, og hvordan personlige oplysninger beskyttes. Der er imidlertid stadig begrænset forskning, der har undersøgt, hvorledes disse virksomheder forholder sig til beskyttelse af menneskerettigheder – ikke mindst når denne konflikter med kommercielle interesser – samt hvorledes denne opfattelse udmønter sig i kontrolmekanismer, teknisk design og juridiske kontrakter med brugerne. Projektet har fået adgang til henholdsvis Google og Facebook og vil gennem kvalitative case-studier undersøge, hvorledes de definerer og håndhæver grænser for privat og offentligt liv på internettet, herunder hvilken betydning dette får for den enkeltes ret til ytringsfrihed og ret til privatliv. Empirisk bidrager projektet med ny viden på et område, der i stigende grad er kontroversielt. I og med at store dele af internettets infrastruktur og offentlige rum kontrolleres af kommercielle aktører, er det centralt at få undersøgt, hvorledes disse aktører opfatter og ”oversætter” menneskeretlige standarder til teknisk arkitektur, spilleregler og sanktioner. På det teoretiske plan bidrager projektet til debatten om internettet som et offentligt rum; nye former for censur og kontrol; privatliv som en vare; og mere generelt til den internationale diskurs om, hvorledes menneskerettigheder beskyttes på internettet.

Rikke Frank Jørgensen, rfj@humanrights.dk

Institut for menneskerettigheder

Projektperiode: 01.09.14 →

Finansieringskilde: Postdoc-bevillinger fra Det Frie Forskningsråd | Kultur og Kommunikation
(2 168 153 DKK)

Finland

- ***Privacy and Anonymity in the Internet Based Communication (PRIANO)***

This project studies how the Finnish internet users relate to privacy and anonymity on the net. The empirical analysis deals with the general conceptions on privacy and its social meaning and the actual practices that users have adopted concerning privacy in the net. Interviews with the key players in Finland and analysis of the topical international research are used to deepen the analysis. The goals of the project are following:

- 1) how the Finnish internet users define the meaning of privacy in principle?
- 2) how and why people are protecting their privacy in the net based communication?
- 3) how the users evaluate the protection of privacy and the threats on privacy particularly in the light of the freedom of expression?

The empirical material of the project comes from three different sources: (a) from analyzing the discussions on discussion forums and social media sites concerning privacy issues (b) interviews which study the opinions of the Finnish key players (media companies, public authorities, experts on law etc.) about privacy and its threats. The essential empirical data of this study is (c) a quantitative and statistically valid survey targeted to all the Finnish internet users.

Heikki Heikkilä, heikki.heikkila@uta.fi

Esa Sirkkunen, esa.sirkkunen@uta.fi

Elina Noppari, elina.noppari@uta.fi

University of Tampere, School of Communication, Media and Theatre, Research Centre for Journalism, Media and Communication (COMET)

Project period, 2014 →

Source of financing: Helsingin Sanomat Foundation

- ***Communication Rights in the 2014 European Parliament Election Campaign***

This study examines the politicization of the digital communication rights debate in Europe. The research compares the election programs, campaigns and success of European Pirate Parties in the 2014 European Parliament Election. The research examines the pirates' goals and agency in the context of a global generational civil society movement that demands a reform of communication and cultural policy to correspond to the information society that no longer is a vision but everyday life.

Johanna Jääsaari, johanna.jaasaari@helsinki.fi

University of Helsinki, Swedish School of Social Science

Project period: 2014 →

Source of financing: Helsingin Sanomat Foundation

- ***Media Events, Circulation and Emerging Social Media Practices. Tracing the Meaning of Fukushima***

The research project examines the relationship of social media and mainstream media in the case of Fukushima Daiichi nuclear power plant accident. The project is jointly conducted by Japanese and Finnish scholars together with an international network of researchers in five additional countries. The project asks 1) How are the Fukushima incident and issues of nuclear safety represented in the social and mainstream media? 2) How do the representations circulate globally in social media and mainstream media and how are the representations localized and domesticated in the current transnational conditions? 3) What kind of emerging media practices can be identified in the dynamic interface of social media and mainstream media?

Risto Kunelius, risto.kunelius@uta.fi

Katja Valaskivi, katja.valaskivi@uta.fi

University of Tampere, School of Communication, Media and Theatre, Research Centre for Journalism, Media and Communication (COMET)

Project period: 2014 → 2016

Source of financing: Academy of Finland

- ***Media and Marketization in Russia***

The project focuses on the role of media and the changes in media market in the context of modernization process in Russia. The research includes case studies of media houses in Moscow and Yekaterinburg, complemented by looking at how agenda setting in media has changed.

Katja Lehtisaari, katja.lehtisaari@helsinki.fi

University of Helsinki, Aleksanteri Institute

Project period: 2014-2016

Source of financing: Helsingin Sanomat Foundation

- ***Transparency of New Forms of Media Advertising Online***

Project studies the transparency and ethics of rising new phenomena of media advertising (native advertising, branded journalism, sponsored content) through studying the agendas of communication agencies and the pressures faced by editors. Applying a phenomenographic approach highlighting the experienced, through comparable data (Finland, Estonia, USA) a transparency model of media advertising is constructed and tested in practice.

Vilma Luoma-aho, vilma.luoma-aho@jyu.fi

University of Jyväskylä, Department of Communication

Project period: 2014 →-

Source of financing: Helsingin Sanomat Foundation

- ***China's Soft Media Power: Goals, Means and Achievements of China's Global Media Activities***

The research explores global media activity of China, its goals, means and achievements. The study is part of a debate about the nature of China's soft power, and its aim is to investigate the methods of power in the media. The aim is also to investigate how academics, journalists and other experts feel about China's rapidly increasing role in the global media world.

Heikki Luostarinen, heikki.luostarinen@uta.fi

University of Tampere, School of Communication, Media and Theatre, Research Centre for Journalism, Media and Communication (COMET)

Project period: 2014 →-

Source of financing: Helsingin Sanomat Foundation

- ***Mind Picture Image***

The main objective of the Mind, Image, Picture (MIPI) project is to answer the question "how do we look at pictures and what is their role in the constitution of the human mind." In short, we ask: how do pictures become meaningful for the observer?

Even though the human visual system is the best known of all human sensory systems, and visual perception has been a subject of much scholarship, we still know very little about the

formation of meaning in visual perception. How do cultural meanings and signification emerge in the process of visual perception?

Answering this question is not an easy task. Interpreting human visual perception must take into consideration the manner by which visual experience results from the multifaceted and cultural nature of vision, as well as how such experience is essentially created by the observer and born out of her/his interests, viewing behaviour, motivation, intentions, and a need for sense-making. It is through this complex process that human beings see and experience the world, pictures and even themselves.

MIPi stands at the crossroads of different disciplines and draws on visual culture studies, cognitive vision studies and computer science. By using psychophysical methods, qualitative data collection on line, computational data analysis, and eye-tracking technologies we will gather experimental data on how people actually view different pictures. This empirical data will be interpreted from many different theoretical viewpoints in order to shed light on how pictures come meaningful for people.

Janne Seppänen, janne.seppanen@uta.fi

Asko Lehmuskallio, asko.lehmuskallio@uta.fi

University of Tampere, School of Communication, Media and Theatre, Research Centre for Journalism, Media and Communication (COMET)

Project period: 2013 → 2016

Source of financing: Academy of Finland

- ***Co-Design of Digital Storytelling System with Geographic Information. The Interplay Between Face-to-face and Mediated Communication in Urban Communities in Finland and Japan***

The project brings together the work of research communities in Finland and Japan to form a new interdisciplinary approach combining communication research, urban planning and participatory action research, in an effort to better understand the relationship and interplay between face-to-face (F2F) and mediated communication in urban communities. In particular, the project will explore the possibilities to tie together methodologies and approaches from the Japanese and Finnish collaborators, namely DST (Digital Storytelling), EPD (Expanded Participatory Design) and SoftGIS (Geographic Information Systems) into a useful methodological toolset. The main contribution of the project lies in developing the methodological toolset and producing new knowledge on the use of communication technology in urban communities.

Mikko Villi, mikko.villi@helsinki.fi

Janne Matikainen, janne.matikainen@helsinki.fi

University of Helsinki, Department of Social Research, Communication Research Center (CRC)

Project period: 2014 → 2016

Source of financing: Academy of Finland

Norge

- ***Leken Litteratur. Et tverrfaglig NTNU-prosjekt***

I løpet av de siste årene har interaktive barnebøker blitt et satsningsområde for norske forlag, og i 2012 var målet til Gyldendal og flere andre forlag å selge flere ”appbøker” til barn enn papirbøker (Hammeren og Bremere 2012). Satsningen drives av ideen om at interaktive bøker er spesielt godt egnet for de minste, samtidig som salg av en bokapp også bidrar til å øke salget av papirutgaven (ibid). Samtidig som tilbudet av interaktiv barnelitteratur har hatt en eksplosjonsartet økning siden lanseringen av nettbrettet, har den også blitt kritisert for å være kjedelig, og ikke ta det interaktive formatet på alvor. De interaktive bøkene er i for stor grad preget av å være direkte eksportert til app-plattformene, er påstanden, og det som savnes er historier skrevet tilpasset formatet (Bjørnskau 2012). App-bøkene har til nå fordret et samarbeid mellom de etablerte forlagene og software-utviklere, men vi ser også uavhengige utgivere etablere seg fra utviklersiden – slik som det digitale forlaget Propell.

Leken Litteratur er initiert av en tverrfaglig gruppe vitenskapelig ansatte og etablert høsten 2013 gjennom prosjektutviklingsmidler fra NTNU. Prosjektperioden går pr. i dag fram til våren 2015. Leken Litteratur markerte oppstarten av prosjektet med det åpne seminaret ”Brettet – den nye boka?” 11. februar, med innledere som representerte norske forlag, barnelitteratur- og medieforskningsmiljøet, forfattere og programutviklere. Seminaret samlet deltakere fra biblioteksektoren, forfatterorganisasjoner, høyskole- og universitetsmiljøet og reklamebransjen, i tillegg til studenter ved NTNU.

Prosjektet består pr. 1.2.2014 av:

Sara Brinch, Prosjektleder, førsteamanuensis, Institutt for kunst- og medievitenskap,

Letizia Jaccheri, professor, Institutt for datateknikk og informasjonsvitenskap

Sigurd Saue, førsteamanuensis, Institutt for musikk

Trond Are Øritsland, førsteamanuensis, Institutt for produktdesign

Harald Øverby, siv.ing., Institutt for telematikk

Masterstudenter i prosjektet:

Randi Finnvik Solli og **Merethe Sveinsvoll**, Institutt for produktdesign

- ***The Voice of China in Africa. Development Models and Communication Strategies***

In the past decade much has been written on China’s increasing importance and growing influence in Africa. So far most of the research has focused on different dimensions of China’s economic engagement such as trade, investments and development finance, oil and natural resources and infrastructure, but also on Chinese migration. There has been less work on the role of the expanding Chinese “soft power” engagement on the African continent. While some research has been done on political and diplomatic relations we know far less about other dimensions of Chinese “soft power”.

This is the focus of the present 3-year research project on *The Voice of China in Africa*. It seeks to analyse the interaction between China and Africa in areas such as communication industries, media, and culture.

The aims of the project are to:

1. Contextualise China’s soft power strategy in Africa;
2. Investigate How Chinese telecommunication companies shape Africa’s future in communication: digital broadcasting, Internet provision and mobile Internet markets;
3. Analyse the role of cultural and journalistic promoters;

4. Assess China's nation branding project in Africa, which can take the forms of public diplomacy, political value-sharing programmes and economic aid particularly in areas that appeal to broad layers of the population – health, education, sports facilities;
5. Evaluate how African societies perceive the manifestations of China's presence on the continent as reflected in African media
6. Establish how Chinese media perceive the engagement in Africa.

The main part of the research will concentrate on the situation in Uganda, Mozambique and Angola.

The Voice of China in Africa is a collaborative research project between The Chr. Michelsen Institute (CMI) in Bergen, Norway, and the Department of Media and Communication (IMK) University of Oslo, Norway; the Institute of Journalism and Communication at the Chinese Academy of Social Sciences (CASS); Instituto de Estudos Sociais e Economicos (IESE), Maputo, Mozambique; the Department of Journalism and Communication and the Department of Political Science and Public Administration, Makerere University, Uganda.

Helge Rønning, project director CMI, helge.ronning@media.uio.no
Department of Media and Communication, University of Oslo

Tjønneland, Elling N.; Li Shubo, Aslak Orre,
The Chr. Michelsen Institute (CMI)

Goretti Linda Nassanga
The Department of Journalism and Communication, Makerere University

Sabiti Makara
The Department of Political Science and Public Administration, Makerere University

Sérgio Inácio Chichava
Instituto de Estudos Sociais e Economicos, Maputo

Fei Jiang
The Institute of Journalism and Communication Studies, Chinese Academy of Social Sciences

Source of funding: Research Council of Norway (2 544 000 NOK)

Project period: 01.03.2013 → 29.02.2016

Homepage: <http://www.cmi.no/research/project/?1686=voice-of-china#home>

- ***WARGAME. Conflict, War, and Enemies in First-Person Computer Games***

The present project analyses the ways through which first-person computer war games predispose player engagement, invite discursive positions, impact attitudes, and frame player cultures. This is achieved through 1) in-depth analysis of the narrative structures, procedural rhetoric, and specific design features through which this game genre invites particular dominant tendencies of engagement and meaning, 2) a contextualisation of these tendencies in relation to extra-diegetic political discourse and practice, 3) empirical measurements of possible attitude changes in individual players connected to intensive game play, and 4) qualitative studies of how player communities activate and negotiate the meaning potentials of the games formal properties, mechanics, and design features. The findings will 5) be correlated to one another enabling interdisciplinary advances and developments of method and theory. Results will impact upon 6) the practical game design component of the project that aims at creating a critical, politically and morally conscientious, open source first-person war game set in a post-apocalyptic London topography – *Dead London*.

Holger Pötzsch, project leader, holger.potzsch@uit.no
UiT Tromsø, Dept. of Arts and Media

Philip Hammond, Siobhan Thomas
London South Bank University

James Ash

Newcastle University, School of Arts and Cultures

Petter Gjerpe

UiT Tromsø, Dept. of Psychology

Kristine Jørgensen

Dept. of Information Science and Media Studies, University of Bergen

Andy Lemon

International Game Developers Association London

Christine Smith-Simonsen

UiT Tromsø, Centre for Peace Studies,

Source of funding: Applications to Norwegian Research Council (KULMED (2014) and SAM-KUL (2015))

Project period: 2015 → 2018

Homepage: <http://digitalmedia.wikidot.com/between-rules-narrative-and-procedural-rhetoric-conflict-war>

Sverige

- ***Existentiella terrängar. Minne och mening i en uppkopplad tid***

Internet har blivit en arena för att bearbeta sorg och att möta döden. När en ung kvinna mördades av jämnåriga i Stureby år 2009, följde en våg av publikt sorgearbete online. I detta projekt utforskas hur vi söker mening och ger uttryck för existentiella frågor i den digitala världen. Via olika minnessajter går det idag att tända digitala ljus för en avliden, att skriva digitala minnesrunor och att dela sorgen i gästböcker och på kommentarsfält. Andra onlinetjänster gör det möjligt för användaren att styra över sin död på internet; att organisera vilka delar av den digitala personligheten som ska sparas inför framtiden och vilka som ska raderas. Det går också att skicka ett sista farväl till utvalda kontakter.

Med utgångspunkt i existensfilosofiska perspektiv, i kombination med forskning om digitala minnen och debatter som förts i korspunkten för medieforskning och religionsvetenskap, fokuseras de existentiella dimensioner som aktualiseras i digitala minneskulturer i vår tid. Syftet med projektet är att nå fördjupade insikter om både de möjligheter till att skapa mening, samt erhålla en känsla av ”existentiell säkerhet” (Lagerkvist 2013) genom individuellt och kollektivt minnesarbete, och den potentiella förlust av mening som kan vara avigsidan av dessa digitala minnespraktiker. Här analyseras alltså även de existentiella frågor, osäkerheter och sårbarheter som vi ställs inför i vår digitala tidsålder, genom den digitala kulturens ögonblickstemporalitet, uppluckringen mellan det privata och det offentliga och den ständiga uppkopplingen.

Amanda Lagerkvist, Projektledare, amanda.lagerkvist@ims.su.se
Stockholms universitet, Journalistik, medier och kommunikation (JMK)

Projektperiod: 01.01.14 → 31.12.18

Finansiering: Knut och Alice Wallenbergs Stiftelse, Wallenberg Academy Fellows (5 000 000 SEK)

- ***När journalister, politiker och PR-konsulter twittrar med varandra. Om hybrida och tvärprofessionella relationer på webben***

Syftet med projektet är att undersöka hur journalister, politiker och PR-konsulter interagerar på Twitter utifrån ett maktperspektiv. Allmänhetens förtroende för journalister, politiker och PR-konsulter vilar på att de håller ett visst avstånd till varandra. Detta eftersom de har olika roller i samhället och olika värdesystem. Det har dock blivit allt vanligare att ”hoppa” mellan dessa professioner, och var gränsen går mellan journalistik, politisk retorik och PR-utspel kan många gånger vara svårt att se. De hybrida relationerna mellan journalister, politiker och PR-konsulter kan tydligt observeras på Internet och i de sociala medierna. Webben öppnar upp för gemensamma kontaktytor och digitalt ”umgänge” i vardagsarbetet. Det saknas dock forskning om vad som faktiskt sker på webben, och i synnerhet på microbloggen Twitter, som är populär bland folk med kommunikationsyrken. Dels avser projektet att studera hur de olika professionerna försöker att påverka varandras värdesystem; dels hur det över professionsgränserna skapas en social gemenskap med ett dominerande ”språk” och koder.

Peter Berglez, Projektledare, peter.berglez@oru.se

Michal Krzyanowski
Örebro universitet, Medie- och kommunikationsvetenskap

Ulrika Olausson
Högskolan i Jönköping, Medie- och kommunikationsvetenskap

Projektperiod: 01.01.14 → 31.12.16

Finansiering: Vetenskapsrådet (3 552 000 SEK)

- ***Villkor och överlevnad. Förlagsstrategier och positionering på den svenska bokmarknaden***

Syftet med projektet är att undersöka större och mindre förlags strategier för att överleva och konkurrera på den moderna svenska bokmarknaden. I likhet med många andra länder i västvärlden domineras den svenska bokmarknaden av ett fåtal stora mediekoncerner som genom konsolidering ständigt växer. De är exempel på så kallad vertikal integration, där hela ledet från produktion, distribution, marknadsföring och försäljning kontrolleras av en och samma aktör. Fenomenet pekas ofta ut som en försvårande faktor för att konkurrera på rättvisa villkor, för såväl mindre och mellanstora förlag, som för den oberoende bokhandeln.

En betydande del av undersökningen består av jämförelser mellan läget i Sverige och utvecklingen av bokmarknaden i andra länder – däribland USA, Tyskland och Storbritannien – när det gäller förlagens villkor, konkurrenslagstiftning, bokpriser och rabattsystem. I projektet ingår också en retorisk analys av stora och små förlags sätt att bygga sitt ethos i syfte att positionera sig i bokbranschen.

Anna-Maria Rimm, Projektledare, anna-maria.rimm@littvet.uu.se
Uppsala universitet, Litteraturvetenskapliga institutionen

Projektperiod: 01.01.12 → 30.11.14

Finansiering: Riksbankens jubileumsfond (2 967 000 SEK)

- ***Läsarnas cirklar. En litteratursociologisk studie av socialt läsande och läsargemenskaper i dagens Sverige***

På senare år har socialt läsande blivit allt populärare i vårt land. Trots det har svensk forskning hittills intresserat sig ytterst lite för området. Detta litteratursociologiskt inriktade forskningsprojekt syftar till att studera nutida läsargemenskaper – eller bokcirklar som de ofta benämns i Sverige – ur ett övergripande perspektiv. Teoretiskt anlägger det ett sociokulturellt perspektiv och anknyter också till intersektionalitetsbegreppet samt till Habermas begrepp deliberativ demokrati och till hans offentlighetsteori. Konkret kommer följande frågor att studeras: En viktig målsättning är att förstå det svenska bokcirklandet i relation till liknande verksamheter internationellt och i ljuset av mediemarknadens utveckling under det senaste decenniet. I projektet studeras både fristående bokcirklar och cirklar knutna till exempelvis folkbibliotek och studieförbund. Projektet består av två delar, dels en brett upplagd kvantitativt inriktad del som framförallt bygger på enkätstudier, dels en kvalitativt inriktad del där verksamheten i ett mindre antal cirklar studeras vida deltagande observation och djupintervjuer.

Kerstin Rydbeck, Projektledare, kerstin.rydbeck@abm.uu.se
Uppsala universitet, Institutionen för ABM

Projektperiod: 01.01.14 → 31.12.16

Finansiering: Riksbankens jubileumsfond (2 967 000 SEK)

- ***De förändrade medielandskapen och dess demokratiska utmaningar***

I detta projekt ingår att följa medieutvecklingen och försöka besvara frågor som:

Över tid

- hur förändras människors medie- och nyhetskonsumtion?
- hur förändras betydelsen av demografiska och preferensbaserade faktorer när det gäller att förklara människors nyhetskonsumtion?
- hur ser sambanden mellan människors nyhetskonsumtion och deras politiska deltagande ut och bidrar medieutvecklingen till ökade deltagandeklyftor mellan grupper?
- hur ser sambanden mellan människors nyhetskonsumtion och deras politiska kunskaper ut och bidrar medieutvecklingen till ökade kunskapsklyftor mellan grupper?

- hur ser sambanden mellan människors nyhetskonsumention och deras åsikter och verklighetsuppfattningar ut och bidrar medieutvecklingen till minskad social sammanhållning?
- vad utmärker de grupper och individer som är icke-användare av nyhetsmedier?
- vad innebär förändringarna av det svenska medielandskapet och dess konsekvenser för demokratin och dess förmåga att fungera?

Projektet är ett samarbete med undersökningsföretaget Novus.

Jesper Strömbäck, Projektledare, jesper.stromback@miun.se
Mittuniversitetet, DEMICOM

Projektperiod: 16.04.14 → 14.04.17

Finansiering: Axel och Margaret Ax:son Johnsons stiftelse för allmännyttiga ändamål