

## **SENSORVEILEDNING**

### **SOS 1006 Mediesosiologi VÅR 2007**

Vurderingen av studentenes faglige prestasjon i faget SOS1006: Mediesosiologi består av en fem timers skriftlig eksamen. Studentene skal gjøre rede for fire av fem begreper. Hver av begrepene bør telle om lag ¼ del (25%) av vurderingen på skriftlig eksamen. Om en student bare svarer på tre av de fem begrepene fører ikke dette til automatisk stryk. Dette bør være en helhetsvurdering. Dersom besvarelsen på de tre besvarte delene er svært gode – bør studenten få stå karakter – men trekkes betraktelig for den manglende besvarelsen. Om de tre besvarte oppgavene er svært svake er det naturlig å vurdere kandidaten til stryk. En lignende skjønsmessig vurdering må gjøres i tilfeller der en kandidat kun svarer på 2 av de fem begrepene. I de fleste tilfeller vil nok dette være så svake besvarelsen som antagelig bør vurderes til stryk. Men dersom de to besvarte delene imidlertid er svært gode kan det vurderes om kandidaten skal få en ståkarakter.

På samme måte hjelper det ikke å besvare alle fem, Dette skal IKKE krediteres. Kandidater skal kun vurderes på bakgrunn av besvarelsen knyttet til fire begreper/teorier. I slike tilfeller blir det opp til sensor å vurdere hvilke fire besvarelser som skal legges til grunn. Ved stor variasjon bør man velge de fire beste besvarelsene.

Studentene er gjort oppmerksomme om formen på eksamen, samt at svar på kun tre begreper ikke automatisk blir stryk, på samme måte som man ikke får ekstra uttelling dersom man gjør rede for alle fem begreper/teorier. På siste forelesning har de også fått beskjed om at sensor vil vurdere:

- om de har trykket inn relevante begreper/teorier/forskning som er presentert i pensum
- om de har forstått begrepene/teoriene/forskningen ved å henvise til relevante eksempler
- om de har tatt høyde for at begrepene/teoriene/forskningen kan være omstridt

### **Begrepene/teoriene de blir bedt om å gjøre rede for er:**

#### **1. Kritisk teori**

Kritisk teori er blitt behandlet grundig på forelesning, og blir omtalt flere plasser i pensum. Både Aalberg & Elvestad (2005), Schwebs & Østbye (2001) og McQuail (2005) gjør rede for og diskuterer denne teoretiske tilnærmingen. Begrepsbruken varierer dog noe: Mens Aalberg & Elvestad bruker samlebetegnelsen kritisk teori, henviser Schwebs & Østbye til Konfliktteori. McQuail bruker benevnelsene ”critical approach” eller ”critical paradigm”. Denne nyanseforskjellen er ikke så viktig, men spesielt våkne studenter har kanskje fått dette med seg. Det besvarelsene bør understreke er imidlertid at dette er en overordnet teoretisk tilnærming som rommer flere underteorier/teoretikere. S & Ø viser til at det som kjennetenger konfliktteori er:

- Visse grupper undertrykkes og samfunnet er preget av interessekonflikter.
- Skjeve bytteforhold – utbytting.
- Samfunnet består av grupper med ulike interesser og holdes sammen ved at grupper undertrykker andre grupper. Stabilitet gjennom tvang.
- En maktelite som repr den herskende klassen.
- Omfordeling av makt gjennom kamp

- Sanksjonsutøvelse er sentralt. Sosialiseringprosessen – tilsløre motsetninger eller holde konflikter varme.

For mediesosiologien blir dette perspektivet anvendt til å studere mediernes rolle i samfunnet. Videre understreker S&Ø at konfliktteori er marxistisk teori eller marxistisk inspirert teori. (for Marx hadde ingen egne medieteorier!). I Aa & E følges dette opp og det understrekes at den marxistisk inspirerte teorier påpeker at mediene eies av den herskende klassen, at mediene opererer i eierklassens interesser, at media fremmer falsk bevissthet for andre klasser (arbeiderklassen/underklasser), at media formidler en ideologi som støtter den etablerte orden og at politisk opposisjon nektes effektivt adgang til medier. Politisk-økonomisk teori går også under samlebetegnelsen kritisk teori. Dette perspektive legger vekt på at økonomisk kontroll og logikk er bestemmende, at mediestructuren tenderer mot konsentrasjon, at man opplever en global integrering av medieutvikling der innhold og publikum blir gjort til varer og hvor diversitet forsvinner/redueres. Politisk økonomisk teori vil også påstå at opposisjon og alternative syn blir marginalisert og at offentlig interesse i kommunikasjon er underordnet private interesser.

McQuail påpeker at denne tilnærmingen har fått økt betydning med utviklingen av medieorganisering og teknologi. Fordi vi ser konsentrasjon av eierskap, der flere medier slås sammen og styres av færre hender. Vi opplever også en økende grad av global informasjonsøkonomi samt en reduksjon av den offentlige mediesektoren under parolene; deregulering, privatisering og liberalisering.

Habermas teori om borgerlig offentlighet kan også trekkes inn under samlebetegnelsen kritisk teori. Habermas var også en viktig talsmann for et viktig trekk ved kritisk teori: Vitenskapen skal virke frigjørende. Ved å synliggjøre interessekonflikter og kommunikasjonsmønstre kan man frigjøres fra undertrykking og dominans. På samme måte kan feministisk medieteorier betraktes som en kritisk teori. Her er kjønn som en mulig undertrykningsmekanisme i fokus. Mange av de feministiske medieforskerne som f.eks van Zoonen er opptatt av hvordan vitenskapen blir skal kunne virke frigjørende. I Aa & E vises det også til hvordan Bourdieu var inspirert av kritisk teori i sine diskusjoner om symbolsk makt, habitus, felt og sosial kapital.

## 2. Mediepolitikk

Vi har også snakket om mediepolitikk på forelesningene, og da spesielt i forbindelse med mediestructur, medieregulering og medieøkonomi. I pensum diskuteres mediepolitikk både i Aalberg & Elvestad (2005), Schwebs & Øsbjorge (2001), McQuail (2005). Men det er flere artikler fra kompendiet som også kan trekkes inn for å besvare denne oppgaven. Bla artikkelen om ytringsfrihet, om allmenkringkasting, samt Sigurd Høst sin diskusjon om norsk avisstruktur. Mediepolitikk henspiller til de politiske mål og virkemidler ulike myndigheter kan ta i bruk for å påvirke mediestructur og medieinnhold. Ofte vil ulike aktører i samfunnet ønske å styre utviklingen (som ofte preges av teknologiske og økonomiske trender) ved å støtte eller tilrettelegge for en bestemt medieutvikling eller gjennom pålegg og forbud innskrenke mediebedriftenes handlingsfrihet. Syvertsen (2004) skisserer syv kategorier av mediepolitiske målsetninger som hun mener har vært karakteristisk for norsk mediepolitikk: (1) mangfold og pluralisme, (2) demokrati og offentlighet, (3) kultur identitet og språk, (4) beskyttelse av minoriteter og sårbare grupper (5) beskyttelse av forbrukerne og arbeid mot kommersialisering, (6) likeverdig tilbud til alle og (7) sikre nasjonal medieindustri og produksjonshensyn. Alle målene griper på en eller annen måte inn i mediestructuren, enten ved å sørge for en spesiell innholdsstruktur, eierstruktur, eller publikumsstruktur. Hvordan

mediene best skal kunne oppfylle disse rollene/oppgavene har vært gjenstand for diskusjoner om i hvilken grad og hvordan staten skal gripe inn og regulere mediene.

Presse: Ingen egen presselov som regulerer pressens rettigheter og plikter. Pressen har derimot selv laget visse normer og regler for sin virksomhet. Disse er nedskrevet i Redaktørplakaten og Vær varsom-plakaten. Pressens faglige utvalg er også ledd i pressens egen selvjustis (se blant annet [www.presse.no](http://www.presse.no)). I den grad offentlige myndigheter regulerer pressen er dette knyttet til offentlige støtteordninger og kontroll av eierkonsentrasjon. Pressestøtten ble innført i 1969, som et mediepolitisk virkemiddel for å sikre mangfold i pressen. På den tiden da pressestøtten ble innført var det sterke koblinger mellom politiske partier og pressen. Bortfall av nr.2-aviser ble dermed sett som en trussel for demokratiet. Pressestøtten ble i første omgang sett som et virkemiddel for å sikre en politisk differensiert presse. Senere har pressestøtten i større grad blitt begrunnet med et ønske om å sikre et geografisk mangfold. Selv om det var en borgelig regjering (under ledelse av Per Borten) som i sin tid sørget for å innføre pressestøtten, er det i dag stor uenighet mellom partiene om den skal opprettholdes eller ikke. Mens sentrumspartiene, Arbeiderpartiet og Sosialistisk Venstreparti ønsker å opprettholde den på et høyt nivå, går Høyre og Fremskrittspartiet inn for å avvikle den. I tillegg til pressestøtten har pressen hatt et generelt momsfrtak og inntekter fra statlig annonsering, som også er oppe til politisk debatt med jevne mellomrom. Foruten ulike ordninger for støtte til pressens virksomhet, regulerer offentlige myndigheter pressen gjennom eierskapstilsynet. Eierskapstilsynet er et statlig uavhengig organ som skal føre tilsyn med eierskap i media. Eierskapstilsynet har fullmakt til å gripe inn overfor eierforhold/andeler de mener er i strid med idealer om ytringsfrihet og mediemangfold. Her vil et aktuelt eksempel være etableringen av medianorge.

Kringkasting: Kringkastingen i Norge ble i mye større grad sett som et statlig ansvar, og ble strengere regulert enn pressen. Dette bunnet for det første i en frykt for at private selskaper ikke ville være opptatt av å bygge ut sendere, slik at sendingene kunne taes inn i alle deler av Norge. Det andre momentet var synet på medienes rolle på 1920 og 30-tallet. Som vi så i forrige kapittel ble medienes effekter på publikum den gangen antatt å være store. Før kringkastingsloven og NRK ble opprettet var det stor partipolitisk uenighet om den nye medievirksomheten skulle være statlig eller privat. Et flertall på Stortinget, bestående av Venstre, Arbeiderpartiet og flertallet i Bondepartiet gikk etter hvert inn for et statlig kringkastingsmonopol og i 1933 ble kringkastingsloven vedtatt. Denne loven ga NRK monopol på kringkasting i Norge. Det var også uenighet om hvorvidt kringkastingen skulle være reklame- eller lisensfinansiert. BBC prinsipper for allmennkringkasting var en viktig inspirasjon ved etableringen av NRK. Dette innebærer blant annet at staten har innflytelse på programpolitikken, men ikke griper inn i redaksjonelle avgjørelser. Etableringen av fjernsynet ble mindre kontroversiell. Opphevelsen av monopolet og utviklingen av duopolet var det Høyre og de borgelige partiene som drev frem. I dag er det imidlertid bred partipolitisk enighet om at NRK skal beholdes som reklamefri kringkaster. Kun Fremskrittspartiet har uttrykt et ønske om at privatisering av NRK og avvikling av lisensen. Både NRK og de nye riksdekkene kanalene er underlagt en statlig kontroll, gjennom allmennkringkastingsforpliktelsene. Disse forpliktelsene dreier seg blant annet om programprofilen til kanalene. De skal ha et tilbud av nyheter, informasjon og kultur til alle grupper i samfunnet. Staten sørger for å kontrollere at de ulike kanalene fyller sine forpliktelser for konsesjonen.

Flere forhold i de senere år har bidratt til å svekke betydningen av mediepolitiske inngrep. Vi har sett en tendens til at mediestructuren er blitt mindre politisert, mindre regulert og mer kommersiell. Dette ofte om at de økonomiske og teknologiske trendene har blitt sterkere og at mye av makten er blitt flyttet over fra politikkenes sfære til markedene. Den medieteknologiske utviklingen påvirker også muligheten for regulering. Ved at mediene i

større grad blir globalt tilgjengelige, blir det vanskeligere med nasjonal styring. Mediekonvergens har også ført til problemer knyttet til hvordan det nye medieproduktet skal reguleres. Som vi har sett har presse og kringkasting hatt ulik grad av statlig regulering. På grunn av sin flyktighet og anarkistiske form har internett bydd på store utfordringer i forhold til regulering. Det er vanskeligere med nasjonale regler for innholdet på nett og det blir vanskeligere å skille mellom ulike medier. På mange måter kan en si at mediereguleringen beveger seg fra en nasjonal sektorspesifikk regulering til en internasjonal medieregulering.

### **3. Virkelighetsfjernsyn**

En av forelesningene var viet fenomenet "Virkelighetsfjernsyn". Av aktuelt pensumstoff er det spesielt to artikler i kompendiet som er aktuelle: Kilborn (1994) og Syvertsen (2001).

Kilborn sin artikkel er relativt gammel, men den understreker et viktig poeng.

Virkelighetsfjernsyn er ingen ny oppfinnelse! Kilborn påpeker at det som kjennetegner virkelighetsfjernsyn er; 1) Opptak av hendelser i livene til vanlige individer eller grupper, eller 2) Forsøk på å simulere virkelige hendelser gjennom ulike former for dramatiserte rekonstruksjoner og at 3) at dette materiale blir inkorporert og redigert til et program som kan promoteres og får troverdighet på grunn av sin "realisme". Kilborn understreker også at virkelighetsfjernsyn kan sees som ulike former for hybride programmer som er en blanding mellom fiksjon og dokumentar. Grunnen til at denne programtypen har fått en så voldsom oppblomstring nå er at det ofte er lave produksjonskostnader knyttet til disse programmene samtidig som de har hatt høye seertall. Andre viktige årsaker er at tv-stasjoner opplever en stadig skarpere kommersiell konkurranse (spesielt i USA), og at man trengte billige og populære programmer for å fylle ut sendeflaten. I de fleste tilfeller har drama, komedier, serier og dokumentarprogrammer vært langt dyrere å produsere enn realityprogrammer. En annen årsak til fremveksten er knyttet til ny teknologi. Billig og bærbart opptaksutstyr gjør det enklere og har fungert som en drivkraft i utviklingen. Produktplassering har også vært en sentral økonomisk faktor i mange av disse programmene. Det er også en økonomisk fordel at programmene eller konseptene kan selges videre til andre land.

Det er imidlertid ikke gitt at et virkelighetsfjernsynsformat kan overføres fra et land til et annet uten lokale tilpasninger. Noen programformater kjøpes og spilles inn i andre land enn der det ble utviklet, uten særlige endringer. Andre formater må justeres og tilpasses til publikum i hvert enkelt land. Tilpasninger kan være alt fra en lokal programleder som klippes inn i programmet til helt nye innspillinger. Selve sjangeren oppfattes også ulikt fra land til land, og her har land med sterke public service tradisjoner slik som Storbritannia vært spesielt skeptisk. Men andre land slik som Frankrike har vært mindre opptatt av virkelighetsprogrammer knyttet til kriminalitet og vold – men har hatt stor suksess med virkelighetsprogrammer knyttet til sex og kjærlighet. Skeptikere betrakter virkelighetsfjernsyn som en trussel mot mer seriøse programsjangrer som dokumentar og faktaprogrammer. Det oppleves også som et problem at det blir mer utydelig hva som er fakta og hva som er fiksjon. Man frykter at produsenter som ønsker å maksimere underholdningsverdien vil begynne å strekke faktagrunnlaget for langt. Andre bekymringer er knyttet til om virkelighetssjangeren vil forskyves den tradisjonelle journalistikken både i enkeltprogram og fra sendeflaten som sådan, og at standarden på fjernsynets programtilbud har blitt svekket.

Andre har vært mindre skeptiske og peker på at publikum er klar over at det de ser på fjernsyn er konstruerte og redigerte virkeligheter. Noen ser også de positive perspektivene ved at vanlige mennesker gies mulighet for å komme til utrykke seg og at dette vil stimulere til deltakelse og engasjement. Men sjangerens mobiliserende potensial er nok noe overdrevet at optimistene. Syvertsen (2001) har studert deltakelse i et slikt program. Hun skiller mellom genrespesifikke, erfaringsspesifikke og medierelaterte motiver til hvorfor folk blir med i slike

programmer. Hun påpeker ulike konsekvenser og effekter av slik deltakelse. Blant de konsekvensene som diskuteres er berømmelse, genrespesifikke effekter, positive/negative reaksjoner, økt mediekompetanse og mediekarriere. På forelesningen diskuterte vi også hvordan virkelighetsfjernsyn kan tolkes forstås i lys av ulike mediesosiologiske/teoretiske perspektiver. Studenter bør bli kreditert om de forsøker å gjenta denne øvelsen på eksamen, men samtidig er det viktig at fokuset forblir på virkelighetsfjernsyn – og at de ikke skriver seg bort om i forhold til disse ulike perspektivene.

#### **4. Propagandamodellen**

Propagandamodellen er blitt diskutert på flere forelesninger (blant annet forelesning om mediemakt og forelesningen om krig, terror og propaganda). I pensum er det først og fremst Allern (1996) som har en grundig diskusjon av denne modellen, men modellen blir også diskutert av Aalberg & Elvestad (2005) og McQuail (2005). Det var Herman og Chomsky (1988) som i boka *Manufacturing Consent* beskriver hvilke mekanismer som avgjør hvilke hendelser som slipper igjennom nyhetsfiltrene i amerikanske nyhetsmedier. Disse nyhetsfiltrene utgjør en propagandamodel som skal sørge for at kritisk stoff ikke blir spredt igjennom mediene. Propagandamodellen peker på fem forhold; (1) størrelsen, eierkonsentrasjonen og profitorienteringen til de store mediebedriftene, (2) annonsørene, (3) avhengighetsforhold til mektige kilder, (4) organisert press og kritikk for å disiplinere massemediene, og (5) anti-kommunisme. I ettertid har spesielt det siste punktet blir kritisert. Allern (1996) mener at dette filteret har skiftet karakter og at man kan snakke om et filter som lettere slipper igjennom anti-islamistiske nyheter, men han mener også at modellen kan være egnet til å forklare vestlige mediers nyhetsdekning generelt. I propagandamodellen fungerer altså annonsører, medieeiere og mektige kilder som viktige filter for hva som slipper til i mediene. Og modellen viser hvordan den ”rådende ideologien” i et samfunn eller landets styresmakter har makt via media. Denne makten får de ved å skape ved å ”disiplinere” massemediene gjennom organisert press og kritikk.

I pensum illustrerer Allern (1996) hvordan denne modellen kan forklare norske mediers dekning av henholdsvis USAs invasjon av Panama og president Nicolae Ceausescu fall i Romania julen 1989. Disse hendelsene hadde omtrent like mange omkomne men Ceausescu fall i Romania fikk en mer omfattende og en annen form for dekning enn USAs invasjon av Panama. Andre eksempler ble gitt på forelesning (men er ikke gjengitt i pensum). Dette dreier seg bl.a om en studie gjennomført av Galtung (2004), hvor han viser at medienes dekning av 11/9 2001 og ”krigen mot terror”. Videreformidler myndighetenes versjon av konflikten og et budskap om at ”de som ikke er med oss er mot oss” og at vestlige medier i svært liten grad så konflikten fra flere sider. På forelesning ble det også vist til Nohrstedt & Ottosen (2000) som viser at medienes dekning av den første Gulf krigen stort sett handlet om USA’s strategier, men at måten disse strategiene ble beskrevet på varierte imidlertid betraktelig mellom ulike kulturer. Disse variasjonene fulgte gjerne historiske bånd. I land som hadde tett samarbeid med USA ble den amerikanske budskapet satt inn i en lokal kontekst og forsterket – mens land uten slike føringer var mye mer skeptisk til den amerikanske krigføringen.

Analytiske selvstendige studenter vil også klare å diskutere modellen i forhold til når den først ble presentert. I Aa & E snakkes det om fire faser i den mediesosiologiske utviklingen. 3 fase i den mediesosiologiske utviklingen. Herman og Chomsky’s bok *Manufacturing Consent* kom ut helt mot slutten av den 3 fasen som der medieforskerne var spesielt opptatt av mediene som konfliktskapere og medienes makt. I så måte er propagandamodellen en tidstypisk bidrag til mediesosiologien.

## 5. Nye medier

Det er holdt en egen forelesning om dette emnet, og det er betydelig dekket i pensumlitteraturen. Både i ”grunnbøkene” S & Ø, Aa & E og McQuail samt i flere artikler i kompendiet. Kanskje først og fremst Rasmussen. Men tekstene til Brandtzæg & Stav (2004) samt Kaare (2004) kan også være relevante.

Hva nye medier er avhenger av tiden man stiller spørsmålet. Videre har tradisjonelle medier har en tendens til å smelte sammen når ny teknologi kommer og de ”gamle” mediene blir påvirket av de nye. F.eks ble fokus på bilder i fjernsyn medvirker til utvikling av mer tabloide aviser. I dag forbindes imidlertid nye medier med medier som kobler informasjonsteknologi sammen med ulike sosiale kontekster. De nye mediene kombinerer gjerne tre elementer: (1) Teknologiske produkter og konstruksjoner, (2) Aktivitet, metoder, og bruk (3) Sosiale arrangement og organisasjoner som former seg rundt de teknologiske produktene og metodene (McQuail 2005). Mye av den samme definisjonen kan imidlertid også brukes om gamle medier; men produktene, bruken og arrangementene vil være annerledes. Medier som gjerne betraktes som nye er: Internett, mobiltelefoner, kabel, satellitt, digitalt fjernsyn og radio. På forelesning har vi også brukt en mer hverdagslig definisjon: ”Nye medier er former for elektronisk kommunikasjon gjort tilgjengelig av ny datateknologi. Nye medier står i et motsetningsforhold til «gamle medier», som hovedsakelig er papirbaserte og/eller enveiskommunisierende. Det som skiller de nye mediene fra de tradisjonelle er de nye mediens muligheter for å tilføre interaktivitet og som gjør det mulig for publikum å delta i en dialog.” Studentene bør imidlertid klare å reflektere rundt det at grensene som trekkes mellom nye medier og «gamle medier» er uklare bl.a fordi de nye mediene også er digitaliserte variasjoner av tradisjonelle medier.

Det som er ”nytt” med de nye mediene er imidlertid: Digitalisering, Konvergens (organisering, distribusjon, resepsjon og regulering), Endring og tilpasning av publiseringsrollen, Publikums rolle – fra resepsjon til søking, konsultering og mer personlig interaksjon, Fragmentering og utyeliggjøring av medieinstitusjoner, Redusert sosial kontroll og at internett (som det mest typiske eksempelet på et nytt medium) skiller seg fra annen massekommunikasjon. Internett skiller seg først og fremst fra andre massemedier ved at de er like opptatt av prosessering, utveksling og lagring som av produksjon og distribusjon av symbolsk innhold. Like mye privat som offentlig institusjon og er regulert/ikke regulert deretter. Ikke nødvendigvis byråkratisk og profesjonell i organiseringsform. Internett overskrider også grensene mellom trykte medier - og kringkastingsmedier gjennom muliggjøring av: mange-til-mange kommunikasjon, simultan mottagelse, endring og re-distribuering av kulturelle objekter, kommunikasjon uavhengig av lokalitet, umiddelbar global kontakt.

Et sentralt spørsmål både i pensum og på forelesningene er hvorvidt hvilke konsekvenser de nye mediene har for samfunnet, og om vi trenger nye teorier til å forstå de nye mediens rolle i samfunnet. Rogers (1986 – kun sittert i annen pensumlitteratur) mener at de nye mediene har endret kommunikasjonsformene i retning av interaktivitet, demassifisering og asynkronisering. Rasmussen (2002) – hevder at journalistikken har endret seg ved at nye medier påvirker journalisters forhold til deadline og ved å skape nye arbeids- og presentasjonsformer. Dette diskuteres i forhold til nettjournalistikk som ideologi og hva som kjennetegner den nye onlinejournalistikken. Rasmussen diskuterer dette i forhold til portvaktjournalistikk, turbojournalistikk, markedsjournalistikk, kopijournalistikk og moduljournalistikk. Hans konklusjon er at nettjournalistikken ikke innebærer noen radikal endring, men representerer en radikalisering av eksisterende trender. McQuail mener at vi i stor grad kan bruke de samme teoriene til å forstå de nye mediens rolle i samfunnet. På samme måte hevder Aalberg & Elvestad at mange av de tradisjonelle sosiologiske spørsmålene og teoretiske innfallsvinklene blir brukt til å forstå nye medier. Dvs at vi studier

nye medier i forhold til makt, ulikhet, sosial integrasjon, identitet, sosial endring og utvikling og mediernes forhold til tid og rom. Både på forelesning og i pensumlitteraturen har det også positive og negative konsekvenser ved de nye mediene blitt diskutert. Mens optimistene har hevdet at den de nye mediene har potensial til å redusere sosial ulikhet, øke fellesskapsfølelse, og stimulere til politisk deltagelse, har pessimistene ment at ny medieteknologi vil kunne skape større ulikheter og mer isolasjon, svekke representativiteten i samfunnet ved at kommersielle interesser får dominere og gi mer makt til multinasjonale selskaper heller enn til individer. En svært grov oppsummering av forskningen viser at eksisterende tendenser og mekanismer stort sett blir videreført med de nye mediene.

Trondheim 11 mai 2007

Toril Aalberg  
Emneansvarlig