

Julia Grini Hovdenak

## **Mediegrafi, kosmopolitisk identitet og globalisering:**

Hvordan opplever fire individer fra ulike generasjoner deres egen mediebruk sett i lys av kosmopolitisk identitet?

Bacheloroppgave i Medievitenskap

Veileder: Daniel Schofield

Mai 2023



Julia Grini Hovdenak

## **Mediegrafi, kosmopolitisk identitet og globalisering:**

Hvordan opplever fire individer fra ulike generasjoner deres egen mediebruk sett i lys av kosmopolitisk identitet?

Bacheloroppgave i Medievitenskap  
Veileder: Daniel Schofield  
Mai 2023

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet  
Det humanistiske fakultet  
Institutt for kunst- og medievitenskap



Kunnskap for en bedre verden



## Mediegrafi, kosmopolitisk identitet og globalisering:

Hvordan opplever fire individer fra ulike generasjoner deres egen mediebruk sett i lys av kosmopolitisk identitet?

MV2014 Bachelor i Medievitenskap

Vår 2023

## Innhold

Sammendrag .....	3
Abstract .....	3
1.1 Mediebruk og mediegrafi .....	3
1.2 Aktualisering .....	5
2. Teori.....	6
2.1 Teorier om globalisering og kosmopolitisk identitet .....	6
2.2 Teorier om mediebruk og mediehverdag.....	8
2.3 Teorier om media og identitet.....	10
2.4 Teorier om tid og rom i sammenheng med identitet.....	10
2.5 Teorier om scapes .....	11
3. Metode.....	12
3. 1 Forskningsetikk .....	14
4. Funn.....	15
4.1 Mediegrafi-tabell .....	17
4.2 Mediegrafiens informanter og diskusjon.....	18
Oldefar.....	18
Farfar .....	19
Far.....	20
Storebror.....	21
5. Konklusjon .....	22
Referanser.....	24
Vedlegg 1 .....	30
Vedlegg 2.....	33

## Sammendrag

Terhi Rantanen forsket på globalisering og brukte mediegrafi som en forskningsmetode for å bli kjent med globaliseringens påvirkninger på individer og vise versa. Soilikki Vettenranta mener at globalisering kan bidra til kosmopolitisk identitet. Forskningsspørsmålet i denne artikkelen er: *Hvordan opplever fire individer fra ulike generasjoner deres egen mediebruk sett i lys av kosmopolitisk identitet?* Denne artikkelen undersøker informantene i min mediegrafi sine opplevelser og tanker om identitet, globale mediehendelser og deres mediebruk. De viktigste temaene er hvordan min egen mediegrafi knyttes til globalisering og kosmopolitisk identitet. Et funn fra undersøkelsen er at den kosmopolitiske identitetsfølelsen nødvendigvis ikke blir sterkere jo yngre personen er. Rantanens mediegrafiske metode er aktuell i dag fordi individer lærer fellestrekk, skiller og ulikheter mellom generasjonene.

## Abstract

Terhi Rantanen researched globalization and used mediagraphy as a research method to get to know the globalization's effects on individuals and vice versa. Soilikki Vettenranta believes that globalization leads to cosmopolitan identity. The research question in this thesis is: *How do four individuals from different generations experience their own media use in the light of cosmopolitan identity?* This article examines the experiences and thoughts of the informants of mediagraphy about identity, global media events and their own media use. The most important themes are how my own mediagraphy is linked to globalization and cosmopolitan identity. One finding from the survey is that the cosmopolitan sense of identity does not necessarily become stronger the younger the person is. Rantanens mediagraphy method is relevant today because individuals learn the commonalities, and differences between generations.

## 1. Introduksjon

### 1.1 Mediebruk og mediegrafi

Ponte og Aroldi fant i sitt prosjekt inspirert av mediegrafi at deres masterstudenter ble oppmerksomme på generasjonsforskjeller og at mediegrafi som forskningsmetode stimulerte

sosiologisk fantasi og selvrefleksivitet (Schofield og Carvajal, 2022, s. 5). Schofield og Carvajal bekrefter at annen forskning viser at mediegrafi kan stimulere selvrefleksjon, selvforståelse og samtidig en bevissthet om verden og historisk innsikt (Schofield og Carvajal, 2022, s. 5).

Mediegrafi er en relativt ny forskningsmetode i mediefag, utviklet av finske Terhi Rantanen, professor i «Global Media and Communication» (Schofield, 2017, s. 2; Rantanen, 2005). Terhi Rantanen forsket på globalisering og brukte mediegrafi som en forskningsmetode for å bli kjent med globaliseringens påvirkninger på individer og vise versa (Schofield, 2017, s. 2; Rantanen, 2005). Rantanens mediegrafiske metode er aktuell i dag fordi individer lærer fellestrekk, skiller og ulikheter mellom generasjonene i forhold til kategoriene fra skjemaet til forskningsprosjektet (Vettenranta, 2010, s. 50). Skjemaet, eller en «mediegrafitabell», er en tabell med ulike globaliseringsfaktorer i individers liv, vanligvis fra fire ulike generasjoner.

Rantanens metode gikk ut på å forske på folk fra fire generasjoner i ulike familier rundt i verden. Rantanen oppdaget ny forståelse og forbindelseslinjer til abstrakte teorier som globalisering og hvordan dette har innflytelse på individuelle liv (Schofield, 2017, s. 2; Rantanen, 2005). Studentene i forskningsprosjektet til Rantanen brukte et skjema som var forhåndsdefinert med et utvalg av tematiske globaliseringsfaktorer. Hun brukte dette skjemaet i sin undersøkelse for datainnsamlingen av studentene. Basert på studentenes intervju med både foreldre og besteforeldre var oppdraget til studentene å lage en mediegrafi for hver av generasjonene (Vettenranta, 2010, s. 50; Rantanen, 2005).

Soilikki Vettenranta definerer mediegrafi som en oversikt over globaliseringsfaktorer. Eksempler på globaliseringsfaktorer hun nevner i sin definisjon er; ideologi, medier og livsstil (Vettenranta, 2010, s. 50). Vettenranta mener at både kulturelle, historiske og sosiale nøkkelfaktorer har en viktig rolle i mediegrafiske forskninger (Vettenranta, 2010, s. 50).

Soilikki Vettenranta etablerte mediegrafi som en læringsaktivitet i boken «Mediegrafi: En metode for å forske på og undervise i globalisering» fra 2010, og brukte Rantanens metodikk fra 2005 for å gjennomføre mediegrafi i praksis med sine masterstudenter (Vettenranta, 2010, s. 16 & 50; Schofield, 2014, s. 70). Vettenrantas mediegrafi inspirert av Rantanen beviser en følelse for å ha en global identitet blant hennes masterstudenter. Global identitet, kan defineres som en identitet der man både anser seg å høre til en global og lokal kultur (Vettenranta, 2010, s. 37-38; Schofield og Carvajal, 2022, s. 4).

Vettenranta mener at mediegrafien som metode bidrar til at betydningsfulle medierte begivenheter danner et bakteppe for de individuelle analysene (Vettenranta, 2010, s. 55). Det er



derfor viktig at forskeren prøver å forstå hvordan informantene erfarer sine liv, gjennom bestemte omstendigheter og hendelser i livet eller historiske, økonomiske og sosiale prosesser som har vært til stede for individene (Vettenranta, 2010, s. 55).

Media literacy handler om å lese og fortolke medier. Dette begrepet brukes ofte synonymt med begrepet mediekompetanse (Vettenranta & Frantzen, 2012, s. 14). Schofield fant ut at mediegrafi kan bidra til å utvikle kritisk mediekompetanse. Buckingham hevder at refleksjon ofte blir sett på som en forutsetning for mediekompetanse (Schofield og Carvajal, 2022, s. 6). Erstad mener, ifølge Schofield og Carvajal, at mediekompetanse består av to hovedkompetanser: analytisk refleksjon og kommunikativ kompetanse. Analytisk refleksjon handler om evnen til å reflektere både over uttrykk og medieinnhold, og egen mediebruk. På den andre siden handler kommunikativ kompetanse om å være kompetent til å uttrykke seg selv gjennom egen medieproduksjon og deltakelse (Schofield og Carvajal, 2022, s. 6). Basert på dette, fremhevet Buckingham viktigheten av et «metaspråk» (Schofield og Carvajal, 2022, s. 6). Schofield og Carvajal hevder at et metaspråk gjør individer i stand til å forstå og beskrive strukturene i ulike kommunikasjonssjangre, og kan gi en bred innsikt i økonomiske, institusjonelle og sosiale kontekster av kommunikasjon og hvordan menneskers erfaringer og praksiser påvirkes av dette (Schofield og Carvajal, 2022, s. 6).

## 1.2 Aktualisering

I sammenheng med egen mediegrafi som tar for seg hvordan fire individer fra ulike generasjoner opplever egen mediebruk sett i lys av kosmopolitisk identitet, aktualiserer jeg min forskning med NRKs sending fra Debatten 31. januar 2023. Temaet var mediebruk blant unge. Denne diskusjonen synes jeg er relevant fordi den yngste generasjonen har mye skjermtid (og stadig tilgang på ulike medier) (NRK Debatten, 2023, 00:00-39:19). Skjermtid utgjør en betydelig del av mange personers mediehverdag.

Deltagerne i debatten hadde ulike roller med forskjellige synspunkt. Det var både foreldre, forskere og elever som deltok i debatten.

Debattantene diskuterte blant annet innholdet i media og om unge går glipp av kommunikasjon i primærsonen og muligheten for å skape nye vennskap, eller om det som Elizabeth Staksrud (professor, institutt for medier og kommunikasjon, UiO) sier gir muligheten til å leve et sunt liv

i sekundærsonen, for eksempel i multiplayer dataspill og e-sport med venner og individer fra andre land. Millie-Sofie Kvanni (avgangselev, Hetland Vgs, Stavanger) og Solveig Bagle Bjercknes (avgangselev, Nydalen Vgs, Oslo) hadde ulike perspektiver på skjermtid. Millie-Sofie mente høy skjermtid kan være positivt fordi vi lever i en digital verden, og man skaper minner via mediebruk som ung (eks. dokumentere bilder og videoer som skaper og bekrefter ens selvoppfatning og identitet). På den andre siden kan medier påvirke hvordan vi ser og oppfatter virkeligheten, både i vår sosiale krets og egen selvoppfatning. Solveig spør om sosiale medier er lykketyver som gjør at vi går glipp av barndommen.

Medietilsynet viser i statistikk fra barn og unges nyhetsbruk fra 2022 at nyhetstypene barn og unge mener er interessante er nyheter fra utlandet (57 prosent), deretter norske nyheter (51 prosent), og lokale nyheter (49 prosent) (Medietilsynet, 2022, s. 1). Medieformene som er mest brukt til å oppdatere seg på nyheter er enten TV eller sosiale medier for 9-18 åringer (Medietilsynet, 2022, s. 1).

Utdanningsnytt refererer til en Aftenposten-artikkel hvor Høyrepolitiker og stortingsrepresentant Nikolai Astrup har fortalt at han mener foreldre kjenner på avmakt over at skjermtiden øker. Han mener at barn ikke kan regulere egn skjermbruk. Han sier at yngre barn bruker sosiale medier, og de eksponeres for innhold som ikke er egnet for barn (NTB, 2023; Inge, 2023). Basert på dette ønsker Astrup å ha søkelys på temaet videre i valgkampen.

## 2. Teori

### 2.1 Teorier om globalisering og kosmopolitisk identitet

Rantanen definerer globalisering som en verdensomfattende prosess der politiske, økonomiske, sosiale og kulturelle relasjoner i økende grad medieres på tvers av tid og rom (Vettenranta, 2010, s. 22).

Global mediegrafi er en metode av Rantanen om hvordan familier fra ulike land påvirkes av og påvirker til globaliseringen. Global mediegrafi forsker på individers rolle i en mediert globaliseringsprosess (Vettenranta, 2010, s. 22-23).

Begrepet globalisering brukes av Robertson for å vise til unges mediebruk der både det lokale og globale virker gjensidig og samtidig (Vettenranta & Frantzen, 2012, s. 13). Larry Ray mener globalisering først og fremst handler om transnasjonale strømmer (av penger, varer, kulturer og mennesker osv.) på tvers av landegrensene (Ray, 2007, s. 7). Beck mener at globaliseringen er en ikke-lineær prosess der det globale og det lokale ikke fremstår som motpoler, men heller som gjensidig påvirkende faktorer (Vettenranta, 2008, s. 10).

Soilikki Vettenranta mener globaliseringen bidrar til *kosmopolitisme*, altså verdensborgerskap. Vettenranta mener kosmopolitter er verdensborgere som har en fornemmelse av å tilhøre en videre verden (Vettenranta, 2010, s. 39). Basert på denne informasjonen hever Vettenranta at kosmopolitter har en refleksiv bevissthet om at verden består av komplekse kulturelle verdier, og de har evne til å leve både lokalt og globalt samtidig (Vettenranta, 2010, s. 39). Hylland Eriksen hevder at kosmopolitiske samfunn ikke nødvendigvis skaper kosmopolitiske mennesker, samtidig skaper ikke globalisering globale mennesker, mener Eriksen (Vettenranta, 2010, s. 39).

Vettenranta hevder at Beck diskuterer *stedspolygami*, som defineres ved at man har tilgang til flere steder samtidig (Vettenranta, 2010, s. 39). Rantanen mener at både kosmopolitiske kvaliteter og kosmopolitisk identitet kan utvikles (Vettenranta, 2010, s. 39). Rantanen beskriver fem områder for hverdagens kosmopolitisme som kan bidra til økt bevissthet: 1) å bruke medier og kommunikasjon, 2) å lære et fremmed språk, 3) å bo eller arbeide utenlands, eller ha familiemedlemmer som gjør det, 4) bo sammen med en person fra en annen kultur, og 5) ha kontakt med utledninger i et lokalmiljø eller over landegrensen (Vettenranta, 2010, s. 39).

Sturken og Cartwright definerer kosmopolitisme slik: "Betingelsen for å være verdensborger og ha en identitet som er bredere definert enn en enkelt provinsiell eller nasjonal kontekst. Kosmopolitisme har en lang historie som begrep og brukes i dag oftest i forhold til globaliseringsteorier." (Sturken & Cartwright, 2018, s. 430-431).

Vettenranta mener at verdensborgerskap eller kosmopolitisme kan betraktes som en holdning eller bevissthet, altså en sinnets tilstand (Vettenranta, 2008, s. 13). Kosmopolitter, ifølge Tomlinson, hevder at kosmopolitisk erfaring er en aktiv forfremmelse av å høre til en videre verden – å være i stand til å oppleve «identitet på avstand» (Vettenranta, 2008, s. 13). Vettenrantas definisjon på å oppleve «identitet på avstand», handler om en refleksiv bevissthet om at verden består av mange andre kulturelle verdener - og evnen til å samtidig både leve globalt og lokalt (Vettenranta, 2008, s. 13-14). Å ha denne egenskapen, ifølge Vettenranta, kan

være konsekvensen av hjelpen medier og kommunikasjon gir tilgang til og kontakt med steder som ligger på den andre siden av kloden (Vettenranta, 2008, s. 14).

Vettenranta hevder at globaliseringsprosesser bidrar til at identiteter er under kontinuerlig endring. Et eksempel på dette er under kriger og konflikter (Vettenranta, 2008, s. 13). Ifølge Vettenranta, har mediene, spesielt den nye kommunikasjonsteknologien, spilt en avgjørende rolle i konstruksjon av identitet (Vettenranta, 2008, s. 17). Sverre Bauck mener både globalisering og digitalisering bidrar til både grunnlag for økt internasjonalt samarbeid og til nytte og glede for turister og næringsliv (Bauck, 2018). Bauck hevder at dette er med på å fremkalle motstand fra mennesker med strek tilknytning til individers nasjonalstat og deres nasjon/bosted (Bauck, 2018).

Vettenranta beskriver hvordan globaliseringen kan ha ulike utfall med hensyn til identitet og nasjonalitet. Vettenranta mener at lokale eller nasjonale identiteter kan styrkes som resultat av motstand mot globalisering. På den andre siden kan nasjonale identiteter gå i oppløsning når individer lever under en global politisk enhet (Vettenranta, 2010, s. 28-29). Nasjonalstaten kan både oppleves og fungere som en ekskluderingsmekanisme, ikke bare en inkluderingsmekanisme (Vettenranta, 2010, s. 28).

Globalisering har skapt nye hybride identiteter. Dette betyr at grupper og individer har flere tilknytninger som krysser nasjonalstatens grenser (Vettenranta, 2010, s. 28). Vettenranta påstår at det ikke lenger finnes et likhetstegn mellom ett språk, én kultur, én identitet eller ett territorium. Hun mener at sosiale relasjoner er i en økende grad globalt mediert. Rantanen og Vettenranta mener at individene i forskjellige lokaliteter innenfor nasjoner og stater er bundet sammen gjennom medier, kommunikasjon og gjennom nettverkene (Vettenranta, 2010, s. 28).

## 2.2 Teorier om mediebruk og mediehverdag

Medier er allestedsnærværende i hverdagen der digitale teknologier er nødvendige for å arbeide med både skole, jobb og fritid (Syvertsen, Karlsen & Bolling, 2019, s. 2; Lunders & Sundet, 2022, s. 4).

Marshall McLuhan mener at vi, i en kultur og med tradisjon får å dele inn alle ting inn i små enheter for å få dem under kontroll, må innse at både i teori og praksis er mediet lik budskapet. Han uttrykker at alle medier har både sosiale og personlige konsekvenser for oss, i form av en forlengelse av vårt nervesystem/sanseapparat/kropp (McLuhan, 1997, s. 9). McLuhan sier at

innholdet til et medium er irrelevant, men hvordan en bruker et medium definerer om budskapet er positivt eller negativt. Hans teorier bør leses og tolkes fra en historisk kontekst. Jeg mener at med den eksplosjonsartede utviklingen innen media (på godt og vondt) siden McLuhan skrev om dette i 1964 fra boken «Mennesket og media» setter helt nye krav til oss som forbrukere av de ulike medier når det gjelder varsomhet og tolkning av den enorme informasjons mengden vi mottar og tar del av på en daglig basis. McLuhans teorier er for det meste basert på svært tidligere antagelser om media.

McLuhans Global Village er opprinnelig fra 1960-tallet og handler om måter elektronisk media kan samle og skape relasjoner over hele verden til geografisk spredte samfunn, som gir den kollektive følelsen av en landsby til mennesker som er geografisk adskilt (Sturken & Cartwright, 2018, s. 436; Bollmer, 2019, s. 92-94; Vettenranta, 2010, s. 18).

Nåtidige teoretikere som Rantanen, Giddens og Beck diskuterer globalisering og kosmopolitisk identitet. Anthony Giddens forteller i et intervju med Terhi Rantanen at McLuhan var både en kulturell og akademisk figur. Han var et tidlig eksempel på globalisering, fordi han ble en global figur, mener Giddens (Rantanen, 2005, s. 66). Giddens mener McLuhans globale landskap/global village er et bilde av verden fra radikale splittelser, der anti-globaliseringsdemonstranter blir verre gjennom McLuhans tidlige globaliseringsteori. Giddens har ikke dette verdensbildet som McLuhan så ut til å ha. Han forteller til Rantanen at verden er i det minste en særegen type landsby (Rantanen, 2005, s. 67). Giddens mener at den enkleste definisjonen av globalisering er gjensidig avhengighet. Han forteller at vi er i både rask og konstant kommunikasjon over hele verden (Rantanen, 2005, s. 73). Han mener også at globalisering på mange måter produserer en mer splittet verden (Rantanen, 2005, s. 73).

Ulrich Beck forteller i et intervju med Terhi Rantanen at å identifisere seg som kosmopolitisk betyr å ha spesifikke, så vel som flere identiteter (Rantanen, 2005, s. 257). Beck forteller til Rantanen at kosmopolitisme handler om globalisering av følelser, men at de fleste ikke forstår det på denne måten (Rantanen, 2005, s. 260). Beck hevder at det er vanskelig å finne disse konfliktene i bestemte områder lenger fordi vi har blandede identiteter i alle rom og siden disse områdene blir kommunisert av tv-nettverk osv. Han mener at de spilles om på forskjellige land og felt (Rantanen, 2005, s. 260).

Jeg skal undersøke forandringen medier har over tid knyttet til globalisering og den kosmopolitiske identitetsfølelsen. Informasjonsdeling og -utvikling går så raskt i moderne tid

mye takket være internett og den teknologiske utviklingen. Det er derfor spennende for meg å undersøke andre generasjoner om medieopplevelser fra deres sted, tid og rom.

### 2.3 Teorier om media og identitet

Identitet deles inn i tre dimensjoner: personlig, sosial og kulturell identitet. Disse tre identitetsdimensjonene står i et gjensidig forhold til hverandre (Frantzen, 2012, s. 190; Klomsten, 2018, s. 287). Frantzen hevder at identitet dannes gjennom bekreftelser av andre i de omgivelser vi tilhører. Dette kalles personlig identitet, og vi ser dette i hverdagen når vi vil ha våre personlige karakterer bekreftet i de sosiale miljøene vi inngår i. Personlig identitet handler om personens syn på hvem en er, altså den oppfatningen man har av seg selv i refleksjon av andre, og hvordan andre personer ser på en selv (Frantzen, 2012, s. 191; Klomsten, 2018, s. 287). Sosial identitet handler om den oppfatningen en person har av seg selv i relasjon til andre og hvordan andre personer ser en selv (Frantzen, 2012, s. 191). Sosial identitet handler om tilhørighetsdimensjon, som er grunnleggende for mennesker (Klomsten, 2018, s. 287). Den siste dimensjonen er kulturell identitet som har likhetstrekk med sosial identitet, men har en mer abstrakt og generell dimensjon. Kulturell identitet handler om en abstrakt fellesskapsfølelse, basert på holdninger, verdier, erfaringer eller interesser man opplever og har til felles med andre individer (Klomsten, 2018, s. 287). Kulturell identitet innebærer en fellesskapsfølelse de fleste unge folk kan ha med jevnaldere de ikke kjenner fra før, som blant annet kan inneholde forventninger til utseende og kropp (Klomsten, 2018, s. 287).

Spesielt unge, men også voksne, bruker sosial mediekontekst for å forstå sine identitetsprosesser. Ved å delta på sosiale medier er brukere av slike sosiale mediekontekster både mottakere og aktører (Klomsten, 2018, s. 287). Gjennom sosiale medier finner først og fremst ungdom ulike måter å presentere seg overfor andre. Eksempler på dette er gjennom deres identitetsarbeid gjennom symboler, slik som utseende/mote og livsstil (Klomsten, 2018, s. 287).

### 2.4 Teorier om tid og rom i sammenheng med identitet

Teori om media og identitet er relevant å diskutere i sammenheng med tid og rom fordi både mediebruk og globalisering er faktorer som kan forme og influere individers identitet.

Både tid og rom er helt grunnleggende i vårt verdensbilde og vår fortellingsevne. Giddens betrakter tid og rom som sosiale konstruksjoner (Schofield & Carvajal, 2022, s. 7; Giddens, 1990, s. 17-21; Jemberie & Kumar, 2019, s. 112-114). Schofield og Carvajal hevder at i det medierike samfunnet vi lever i idag, har individer blitt vant til å oppleve hverdagen på en annerledes måte og tilbringe tiden i virtuelle rom som formidlers gjennom ulike medietekster/teknologiske artefakter (Schofield & Carvajal, 2022, s. 7).

Ifølge Luckermann og Schutz er både de primære og sekundære operasjonssonene grunnleggende romlige dimensjoner av vår livsverden (Schofield & Carvajal, 2022, s. 7). Primærsonen beskriver «verden innen rekkevidde», altså sonen man kan finne seg selv i. Kort sagt er dette en verden som kan nås ved kommunikasjon med andre individer ansikt-til-ansikt (Schofield & Carvajal, 2022, s. 7). På den andre siden handler sekundærsonen om en verden som kan nås gjennom kommunikasjon med andre individer med teknologiske artefakter og sosiale medier (Schofield & Carvajal, 2022, s. 7). Moderne liv lar oss operere samtidig i begge dimensjonene. Man kan for eksempel delta i en samtale med kollegaer/studenter på arbeidsplassen/campus (primærsonen) og delta i en virtuell samtale på sosiale medier (sekundærsonen) samtidig (Schofield & Carvajal, 2022, s. 7).

## 2.5 Teorier om scapes

Rantanens scapes baseres på «Theory of scapes» av Appadurais fra 2003, der han presenterer fem forskjellige dimensjoner i den globale flyten – ethnoscape, technoscape, mediascape, financescape, og ideoscape (Vettenranta, 2010, s. 23).

*Mediascape* (medielandskap), overlapper med technoscape. Vettenranta argumenterer at mediascape handler om tilgjengelighet, hvordan vi skaffer, og hvordan vi bruker ulike medier. Mediascape viser til produksjon, distribusjon og videreformidling av forestillinger og informasjon som er skapt av de elektroniske mediene (Vettenranta, 2010, s. 23). Kort sagt handler mediascape, ifølge Vettenranta, om adgang til medier, til å skaffe seg medier og mediebruk generelt (Vettenranta, 2010, s. 23).

*Technoscape* (teknologisk landskap) handler om informasjonsteknologi som skaper rammen av teknologioverføringer, som samtidig beveger seg raskt over tidligere lukkede grenser (Vettenranta, 2010, s. 23). Kort sagt, bringer technoscape med seg tekniske nyvinninger som for eksempel internett (Vettenranta, 2010, s. 23).

*Ethnoscape* (landskap av personer) handler om opplevelse av hjemlandet, lokalisering og emigrasjon. Ethnoscape er et relevant perspektiv dersom man studerer mennesker som flytter på seg: turister, flyktninger, immigranter, asylsøkere eller gjestearbeidere. Disse gruppens bevegelser bidrar til å forandre politikken mellom nasjonene (Vettenranta, 2010, s. 23).

*Financescape* (finanslandskap) handler om yrke, økonomi, livsstil og samfunnsklasse. Financescape handler også om utdanning og familiestørrelse. Financescape er knyttet til pengemarkeder, der flyt av børsindeks, kapital, produksjonssystemer og valutatransaksjoner beveger seg raskt over landegrensene (Vettenranta, 2010, s. 23-24). Menneskelig kapital er vel så viktig som penger (Vettenranta, 2010, s. 23-24).

*Ideoscape* (tankelandskap) handler om politiske ideer som beveger seg over nasjonale grenser. Medier og kommunikasjon har en medierende rolle ifølge Rantanen (Vettenranta, 2010, s. 24).

Rantanen har tilføyd to tilleggs-kategorier: *languagescape* og *timescape*, fordi både tiden og språket har en grunnleggende betydning i globaliseringsprosessen (Vettenranta, 2010, s. 24).

*Languagescape* handler om hvordan språket og utdanning kan både forene og skille personer. Selv om engelsk er et verdensspråk, er det store deler av verdens befolkning som ikke forstår dette språket (Vettenranta, 2010, s. 24). Appadurai mener, ifølge Vettenranta, at tidsdimensjonen mangler og dermed et tilbakeblikk på tidligere generasjoners tidsgrep (Vettenranta, 2010, s. 24). *Timescape* handler om konstruksjon av tid, både kunstig skapte tidssoner og kalendertid, men også personlig fornemmelse av tid, av opplevd tid (Vettenranta, 2010, s. 24). Dette kan eksemplifiseres med generasjonstid som gjenspeiler betydningsfulle politiske omveltninger (Vietnamkrigen, Sovjetunionens fall og rivningen av Berlinmuren) som har preget ulike generasjoner innenfor familien (Vettenranta, 2010, s. 24). Medietiden, der mennesker over kloden kan dele medieopplevelser i realtid, er et aspekt av dette (Vettenranta, 2010, s. 24; Seeck & Rantanen, 2015, s. 174-175).

### 3. Metode

Mediegrafi er en forskningsmetode som bidrar til en refleksiv mediekompetanse for individer som gjennomfører det (Schofield, 2017, s. 21). Denne metoden er en aktuell forskningsmetode fordi den er knyttet til individers identiteter og verdensbilde. Mediegrafi anerkjenner kunnskap som noe sosialt, og inkluderer multimodal refleksjon. Mediegrafi innebærer en «dobbel åpning» som både støtter og krever kritisk refleksjon (Schofield, 2017, s. 21).



Jeg valgte å lage en egen mediegrafi for å svare på forskningsspørsmålet mitt fordi denne forskningsmetoden fokuserer på dybdekunnskap. Forskningsspørsmålet mitt er: *Hvordan opplever fire individer fra ulike generasjoner deres egen mediebruk sett i lys av kosmopolitisk identitet?*

Basert på dette skal jeg undersøke mediebruk knyttet til den kosmopolitiske identitetsfølelsen og den pågående globaliseringen.

Jeg skal utføre en mediegrafi med *kvalitativ* datasamling gjennom spørreundersøkelse og intervju. På denne måten samler jeg inn fortellinger fra personer i min familie over fire generasjoner om medieopplevelser i sammenheng med deres meninger og tanker blant annet rundt kosmopolitisk identitet og globalisering. Spørreundersøkelsen jeg sendte til intervjuobjektene vises i *vedlegg 1*. I selve undersøkelsen inkluderer jeg Rantanens fem områder for hverdagens kosmopolitisme som kan bidra til økt bevissthet slik at individene forstår at kosmopolitisme har ulike påvirkningsfaktorer. De fem områdene er: 1) å bruke medier og kommunikasjon, 2) å lære et fremmed språk, 3) å bo eller arbeide utenlands, eller ha familiemedlemmer som gjør det, 4) bo sammen med en person fra en annen kultur, og 5) ha kontakt med utledninger i et lokalmiljø eller over landegrensen (Vettenranta, 2010, s. 39). Jeg er interessert å undersøke mediets forandring over tid og hvordan dette kan virke inn på medievaner og den kosmopolitiske følelsen med verden utenfor egne landegrenser.

For å forstå forskningsspørsmålet mitt: *Hvordan opplever fire individer fra ulike generasjoner deres egen mediebruk sett i lys av kosmopolitisk identitet?* Vi kan derfor betrakte min mediegrafi i en fenomenologisk-transparens hermeneutisk fortolkning. Min metode er en hermeneutisk fortolkning fordi jeg skal fortolke narrativer informantene deler fra deres erfaringer. Jeg lærer derfor med informantene om deres tanker og meninger om globaliseringsfaktorene: Medier og kommunikasjon, identitet og globale mediehendelser. Jeg samlet inn dataen til forskningsprosjektet mitt med en spørreundersøkelse som mediegrafien er basert på (*vedlegg 1*). Som oppfølging hadde jeg deretter telefonsamtaler med informantene fordi dette ga dem muligheten til å forklare og argumentere deres svar på spørreundersøkelsen. Jeg fortolket deres narrativer. I tillegg utviklet jeg og informantene kunnskap i prosessen om deres tanker om utvalgte globaliseringsfaktorer i lys av kosmopolitisk identitet og globalisering. Metoden min for å utføre egen mediegrafi er *transparens* fordi informantene kunne velge å svare på de spørsmålene i spørreundersøkelsen de ville. Det var altså ikke obligatorisk for informantene å svare på det de måtte synes var upassende fra deres perspektiv.

Vettenranta mener *fenomenologien* tar utgangspunkt i enkeltpersoners erfaringer, der den ytre verden er i bakgrunnen (Vettenranta, 2010, s. 47). I mediegrafien, ifølge Vettenranta, vil individet ses i lys av en større samfunnsmessig konstruksjon (Vettenranta, 2010, s. 47). Den ytre verden, samfunnets makronivå, danner rammer der informantens opplevelser og erfaringer studeres og fokuseres på individnivå, også kalt mikronivå (Vettenranta, 2010, s. 47). Vettenranta mener at et fenomenologisk vitenskapssyn søker å oppnå forståelse av den underliggende meningen i informanters erfaringer i daglige aktiviteter (Vettenranta, 2010, s. 47). Jeg brukte Vettenrantas utgangspunkt i *fenomenologien* fordi informanters subjektive meninger og erfaringer svarer på forskningsspørsmålet mitt.

Min mediegrafi er basert på Rantanens og Vettenrantas «mediegrafi-tabeller» (Rantanen, 2005; Vettenranta, 2010). Den originale oppskriften til Rantanen, Vettenranta og Schofield for å lage en mediegrafi består av eleven/studenten og tre andre generasjoner. Jeg velger å utfordre denne naturlige metoden og ekskludere meg selv, men har med min egen bror for å representere min generasjon. Jeg skal sette søkelys på globaliseringsfaktorene: Medier og kommunikasjon, identitet og globale mediehendelser basert på intervjuobjektens svar i mediegrafi-tabellen og intervju.

Jeg skal undersøke mediebruk sett i sammenheng med vår kosmopolitiske identitetsfølelse og den pågående globaliseringen, og mediebruk grunnet den teknologiske utviklingen.

### 3. 1 Forskningsetikk

Mediegrafiens informanter er i mitt tilfelle min storebror, min far, min farfar og min oldefar. Mediegrafi som en forskningsmetode aktualiseres med meg selv som eksempel (narrativ forskningsmetode), og inkluderer altså egen slekt. Basert på denne informasjonen er intervjuobjektene ikke anonyme for meg. På den andre siden anonymiserer jeg navnene deres fortløpende i teksten av hensyn til personvern. Jeg brukte meldeskjemaet til Sikt.no om personopplysninger som en sjekklister for hva som skulle *ekskluderes* i egen mediegrafi og bachelorbesvarelsen min. Jeg har fått bekreftelse av Sikt.no sitt meldeskjema om mitt forskningsprosjekt. Bekreftelse av Sikt.no vises i *vedlegg 2*. Intervjuobjektene har godkjent skriftlig og kan trekke seg når de vil fra forskningen.

Oldefar er en primærkilde som er avdød, derfor brukte jeg farfar som sekundærkilde gjennom både spørreundersøkelsen og intervju til egen mediegrafi (Schofield, 2017, s. 4; Vettenranta, 2010, s. 53).

#### 4. Funn

I denne delen av oppgaven viser jeg til mine funn fra egen mediegrafi basert på forskningsspørsmålet: *Hvordan opplever fire individer fra ulike generasjoner deres egen mediebruk sett i lys av kosmopolitisk identitet?* Slik jeg viser i metode-delen fokuserer jeg på globaliseringsfaktorene medier og kommunikasjon, globale mediehendelser og identitet.

Som blant annet Soilikki Vettenranta og Theri Rantanen gjør når de aktualiserer mediegrafi som en forskningsmetode velger jeg å introdusere mine egne erfaringer som et hermeneutisk utgangspunkt – en forståelseshorisont, altså en narrativ forskningsmetode om egen mediebruk (Vettenranta, 2010, s. 7; Rantanen, 2005). Jeg vokste selv opp med en noe begrenset tilgang til sosiale medier/«tillatt» skjermtid. Når jeg ser hvordan utviklingen i samfunnet er og hvordan selv små barn bruker mobiltelefonen og nettbrett, tenker jeg noen ganger at det ville vært spennende å leve i en tid hvor man ikke hadde tilgang på slike digitale medieplattformer. En tid da «alle» så de samme programmene på TV på samme dag, og nyhetene kom gjennom radio, TV og papiravis. Det er mulig jeg romantiserer denne tiden noe, men det har i alle fall skapt en interesse hos meg når det gjelder utviklingen i mediesamfunnet og hvordan den er knyttet til hverdagen vår.

Oldefar hadde ikke tilgang til mobiltelefon da han levde. Derfor har han ingen skjermtid i motsetning til de andre generasjonene. Farfar er pensjonist og har langt mindre skjermtid og mediebruk enn de fleste. For faglig aktivitet bruker han tid på sine interesser og på nyheter, kulturlivet og klassisk musikk. Telefon brukes i praksis for samtale, SMS osv. Farfar anslår at hans en totaltid på medier er 2-4 timer per døgn. Pappa prøver å være minst mulig på telefonen – men bruker cirka et par timer hver dag. Han bruker mest tid på SMS, Snapchat, internett/GoogleChrome. Han mener at han bruker minst tid på sosiale medier som Instagram. Storebror bruker en til en og en halv time på mobilen per dag. Dette fordeler seg på sosiale medier som Twitter, telefonsamtaler/melding, DuoLingo, musikk, samt fotball på TV + TV-serier/film.

Farfar mener at et globalt nettverk burde være et godt verktøy for fred i verden. Situasjonen i dag innbyr hverken til optimisme eller svartsyn sier han. 83-åringen mener at håp kan redde verden. Ny teknologi kan være viktig, men han mener det er viktigere å ha målrettet bruk, og forståelse er viktigst.

Det er usikkert å vite oldefars tanker om kosmopolitisk identitet, sammenlignet med hans opplevelser av globale mediehendelser og tilgjengeligheten til medier (mediascape og timescape). Farfar identifiserer seg som en kosmopolitt på grunn av hans mediebruk. Pappa identifiserer seg ikke som en kosmopolitt fordi han mener han mangler flere reiser «til verden utenfor» for å oppnå dette. Storebror identifiserer seg til en viss grad som kosmopolitt basert på hans mediebruk, reiser, bofellesskap med andre personer fra andre land og kulturer, og utdanning ved et internasjonalt universitet.

## 4.1 Mediografi-tabell

	Oldefar (1908-1983)	Farfar (1940-)	Pappa (1966-)	Storebror (1997-)
Høyeste utdanning & yrke	Møbeltapetserer, treskjærer	Lege Dr. i medisin. Pensjonert overlege.	Sivilingeniør. «Geoscientist».	Bachelor i bank og finans. Jobber i bank.
Interesser	Familieliv, sang og musikk, litteratur & historie.	Familieliv, klassisk-musikk, litteratur & historie.	Natur, geografi, musikk, film, ski & fotball.	Sport, finans, sjakk, lese bøker, film/tv, gitar, musikk & konserter.
Medier & kommunikasjon	Fast-telefon, radio, papiravis, TV	Mobil, PC, TV, radio, papiravis & faglitteratur.	Mobil, PC, TV, radio, avis, nettavis og magasin.	Mobil, PC, TV, radio, nettavis, DS.
Globale mediehendelser	1 & 2 verdenskrig, Cuba-krisen, månelandingen, drapet på J.F.K.	Månelandingen, Cuba-krisen, drapet på J.F.K., korona-pandemien.	Korona-pandemien, jordskjelv, krigen mellom Ukraina & Russland.	Korona-pandemien, «Bankuroen»/«Bank-krisen 2023».
Reiser	1965 til Danmark, 1978 til London.	Under yrket og privat.	Under utdannelsen, jobb og fritid.	Feire og utdanning.
Første utenlandstur	Island.	Tyskland.	Danmark.	Egypt.
Identitet	Usikkert.	Kosmopolitt pga mediebruk.	Trenger å reise mer for å identifisere seg som kosmopolitt.	Til en viss grad kosmopolittisk.
Ideologi/politisk retning	Sosial demokrat.	Sosial demokrat.	Sosial demokrat & konservativ.	Konservativ.
Språkkunnskaper	Norsk (nynorsk/bokmål).	Norsk (nynorsk/bokmål), engelsk, tysk, dansk, fransk.	Norsk (nynorsk/bokmål), engelsk, spansk, dansk & svensk.	Norsk (bokmål/nynorsk), engelsk, spansk, svensk & dansk.

*Utdrag av mediografi-tabellen ovenfor er inspirert av Rantanen (2005), Vettenranta (2010) og Schofield (2017).*

## 4.2 Mediegrafiens informanter og diskusjon

Informantene fra mediegrafi-tabellen er personer fra fire generasjoner fra slekten min, med ulike erfaringer og oppfatninger om å leve med medier i forskjellig tid og rom. Jeg vil diskutere funnene mine i lys av Rantanens og Appadurais «scapes» og globaliseringsfaktorene: Medier og kommunikasjon, identitet og globale mediehendelser i sammenheng med intervjuobjektene bidrag til besvarelser. Med bakgrunn i forskningsspørsmålet: *Hvordan opplever fire individer fra ulike generasjoner deres egen mediebruk sett i lys av kosmopolitisk identitet?*

Vi lever i den postmoderne alderen der medier er allestedsnærværende (Syvertsen, Karlsen & Bolling, 2019, s. 2; Lunders & Sundet, 2022, s. 4). Ifølge min Iphone bruker jeg cirka 3 timer på mobilen i snitt per dag. Jeg bruker mest tid på Instagram, Tik Tok, Youtube og Spotify. Jeg får en stor del av mine nyheter gjennom sosiale medier og nettaviser. I tillegg liker jeg for eksempel Debatten på NRK. Min personlige verdensoppfatning, opplevelser og tanker rundt kosmopolitisk identitet/verdensborgerskap, mener jeg er både farget og influert av innholdet jeg får av forskjellige globale medieplattformer.

Jeg er født i England og har dermed en emosjonell tilknytning og tilhørighet til denne nasjonen. Jeg liker å følge med på britisk underholdning og nyheter. Med dette som en grunnbase for min personlige verdensoppfatning mener jeg at medier og reising har gitt meg en følelse av en global identitet basert på mine opplevelser.

Jeg tror folk tidligere levde i en helt annen tid, med andre medievaner og mediehverdag og et annet forhold til globalisering og den kosmopolitiske identitetsfølelsen folk kan ha i dag.

Jeg ønsker å se nærmere på mediebruk knyttet til den kosmopolitiske identitetsfølelsen og den pågående globaliseringen knyttet til mediebruk grunnet den teknologiske utviklingen.

### Oldefar

Den første generasjonen representeres av oldefar som hadde sitt livsløp i perioden 1908-1983. Mediene oldefar tok i bruk i løpet av sitt liv var fast-telefon, radio, papiravis og TV. Han opplevde en rekke globale mediehendelser gjennom mediene som er nevnt. Sekundærkilden, eller farfar, mente at det er vanskelig å vite identiteten til oldefar angående verdensborgerskap, eller kosmopolitisk identitet, fordi han levde i en annen tid. Oldefar levde under første og andre verdenskrig. Farfar forklarte at det var begrenset tilgang og bruk av medier under krigen.

Oldefar hadde verken tilgang til radio eller telefon fordi det var forbudt å bruke etter tyskernes invasjon av Norge. Oldefar opplevde både sensurering og tysk propaganda i papiravismediet. Under første verdenskrig var han et barn og fikk med seg den krigen gjennom kommunikasjon mellom familie og hendelser han observerte i nasjonen. Ifølge farfar hadde ikke oldefar TV i 1962, så det er usikkert hvilke medier oldefar brukte for å få med seg Cubakrisen. Det er også usikkert, ifølge farfar, hvilket medium oldefar hadde for å få med seg skuddet på J. F. K. Ifølge farfar fikk oldefar med seg månelandingen, men det er usikkert gjennom hvilke medier han opplevde denne globale mediehendelsen.

Det er usikkert å vite oldefars tanker om kosmopolitisk identitet, sammenlignet med hans opplevelser av globale mediehendelser og tilgjengeligheten til medier (mediascape og timescape). Jeg tolker oldefars opplevelser av krigene i praksis i lys av ethnoscape (Vettenranta, 2010, s. 23; Vettenranta, 2008, s. 13). Jeg tolker hans narrativ som en erfaring med å flytte på seg under krig og konflikter – altså første og andre verdenskrig. Oldefar fikk med seg globale mediehendelser i lys av både mediascape og timescape (Vettenranta, 2010, s. 23-24; Seeck & Rantanen, 2015, s. 174-175). Jeg tolker at oldefar ekskluderes i languagescape fordi han er den eneste mediegrafiinformanten som kun brukte det norske språket (Vettenranta, 2010, s. 24).

## Farfar

Den andre generasjonen representeres av farfar, født i 1940. Mediene farfar har brukt og bruker er mobil, PC, TV, radio, papiravis, og faglitteratur. Han opplevde flere av de samme globale mediehendelsene gjennom de samme tilgjengelige medier som den første generasjonen. Farfar fikk med seg Cubakrisen gjennom radioen. Farfar fikk med seg skuddet på J. F. K. gjennom TV-mediumet. Til slutt fortalte farfar meg atmosfæren i rommet med både jubel og glede når han fikk med seg månelandingen i Danmark, gjennom både TV og radio. Under koronapandemien fulgte han med på digitale medieteknologier nevnt ovenfor. Farfar fortalte at han identifiserer seg som kosmopolitt på grunn av mediebruken hans. Det eneste sosiale mediumet farfar bruker er Facebook, men han mener det er fristende å slette appen og profilen fordi han mener medieopplevelsen både er unyttig, kjedelig og en tidstyv i hans mediehverdag. 83-åringen foretrekker å leve et rolig familieliv, og foretrekker å spille klassisk musikk gjennom TV, PC og CD-er. For han, er musikk en form for kommunikasjon. Han mener det er mer verdifullt for han i livet å møte folk og spille musikk i små grupper/orkester, istedenfor å bruke

tid på sosiale medier. Dersom han vil lese nyheter foretrekker han papiravis fordi han liker at det er en avslappende medieopplevelse som er både interaktivt og billig.

Farfar identifiserer seg som en kosmopolitt på grunn av sin mediebruk. Jeg tolker at han deltar i mediascape som er med på å forsterke hans identitet som kosmopolitt (Vettenranta, 2010, s. 23). Farfars opplevde tid av globale mediehendelser mener jeg vi kan forstå i sammenheng med både mediascape og timescape (Vettenranta, 2010, s. 23-24; Seeck & Rantanen, 2015, s. 174-175). Farfar har mange språkkunnskaper spredt over mange nasjoner. Derfor tolker jeg at han også kan plasseres under languagescape (Vettenranta, 2010, s. 24).

## Far

Den tredje generasjonen representeres av min far, født i 1966. Mediene pappa bruker og har brukt gjennom sitt liv hittil er mobil, PC, TV, radio, avis, nettavis og magasiner. Han har opplevd globale mediehendelser gjennom mediene som er nevnt ovenfor. I løpet av de siste årene har mediedekningen av koronapandemien bidratt til mer bevissthet om helse og sikkerhet på et globalt nivå mener han. Krigen mellom Russland og Ukraina er en viktig konflikt for pappa fordi krigen mellom nasjonene kan ha store konsekvenser for alle individer på jorda. Basert på yrket til pappa, følger han med på globale mediehendelser om jordskjelv. Pappa bruker sosiale medier for å få med seg nyheter, sportsnyheter, dele fine bilder av fjellturer og reiser og andre interesser. Pappa fortalte at sosiale medier er et verktøy til å både se og oppleve nye kulturer, nasjoner og mennesker gjennom bruk av globale medieplattformer. Han ønsker også at fremmede fra andre nasjoner blir inspirert av hans Instagramprofil til å reise til Norge. 56-åringen fortalte at før var han mer opptatt av «likes» på Instagram, men nylig er hans medieopplevelse av appen brukt til å se på bilder av verden «utenfor» Norge og Danmark. Pappa mener at desto mer digitale medier/globalt medieplattformer vi bruker, desto mer bidrar vi til globaliseringen. Han fortalte at dette er en måte å inkludere mangfold av ulike kulturer og meninger på et globalt nivå på.

Pappa fortalte at han ikke har sett nok av «verden utenfor» for å kalle seg en verdensborger/kosmopolitt. Basert på dette tolker jeg at pappa kan kobles til ethnoscape fordi han liker å reise og flytte seg over landegrensene, og vil se mer av verden før han identifiserer seg som en «ekte kosmopolitt» (Vettenranta, 2010, s. 23). Pappas opplevde tid av globale mediehendelser mener jeg vi kan forstås i sammenheng med både mediascape og timescape



(Vettenranta, 2010, s. 23-24; Seeck & Rantanen, 2015, s. 174-175). Pappas brede språkkunnskaper mener jeg knytter han til languagescape, på samme måte som farfar (Vettenranta, 2010, s. 24).

## Storebror

Den fjerde og siste generasjonen av mediegrafien representeres av min storebror, født i 1997. Mediene han bruker og har brukt hittil er mobil, PC, TV (Playstation), radio, nettavis og Nintendo DS. Basert på yrket og høyere utdanning i bank og finans, følger han med på finansnyheter gjennom nettavisene: E24, Wallstreet Journals og Financial times. På den andre siden følger 26-åringen nyheter, sport og internasjonale konflikter gjennom nettavisene E24, VG, BBC, Wallstreet Journals og TV2 Sport. Storebror bruker sosiale medier (Twitter og Facebook) på en disiplinert måte. Storebrors mediebruk og mediehverdag har endret seg over tid. Da han var yngre spilte han Playstation som var tilgjengelig på TV. Han likte dette fordi Playstation er både interaktivt og sosialt med medspillere man er sammen med. Favorittspillene hans med TV som spillmedium er SSX Tricky, Guitar Hero, FIFA, og Wii. Storebror ble også introdusert til Nintendo DS på starten av 2000-tallet. Med Nintendo DS likte han best å spille Super Mario 64 DS. Storebrors spillvaner har endret seg over tid, men han er konsekvent på å bruke PC for å utføre spillene. Han forklarer at når man gamer kan man møte venner og folk på et globalt nivå, og bygge samhold og «koble av» fra den virkelige verden. Når man gamer lærer man ulike strategier samtidig som man er sosial. Storebror fikk mange globale venner og bekjente med utgangspunkt i PC-spillet Minecraft. I løpet av årene mistet storebror interesse i slike overlevels- og utforskningsspill fordi interessene hans endret seg over tid, og dermed endret mediehverdagen hans seg. I tillegg til å holde seg oppdatert på finans- og banknyheter, spiller han både Football Manager og sjakk på PC. På denne måten blir han enda flinkere på strategi og lederroller, i tillegg til at han alltid lærer seg noe nytt istedenfor å se på TV eller film. Han forteller at han var mer opptatt av måten han presenterte seg på Instagram før. Han prioriterer å leve i nuet gjennom musikk og sport. Globale mediehendelser som har gjort inntrykk på storebror er koronapandemien og bankkrisen 2023. Nyhetene om hendelsene fikk han gjennom nettaviser. Bankkrisen handler om hvordan tre banker i USA bidro til finans- og bankkrisen, som spredde seg til Europa, forklarer han.

Storebror kaller seg for kosmopolitt til en viss grad fordi han har respekt for alle kulturer, og fordi han ikke legger stereotyper og antagelser om individer fra andre nasjoner basert på én interaksjon med én fra en annen kultur. Storebror mener at det ikke har noe å si hvor folk er fra, så lenge man kommer overens. Gjennom utdanningsløpet opplevde han et svært internasjonalt universitet. Han bodde også sammen med folk fra ulike nasjoner og kulturell bakgrunn. Selv om storebror ikke kaller seg for en kosmopolitt spiller Rantanens og Appadurais scapes en faktor – fordi man kan velge å ikke identifisere seg som kosmopolitt, men fortsatt delta i den globale flyten bevisst eller ubevisst. Storebrors utdanning og jobb er innenfor bank og finans - han deltar derfor i finanscape (Vettenranta, 2010, s. 23-24). Storebrors opplevde tid av globale mediehendelser mener jeg vi kan forstå i sammenheng med både mediascape og timescape (Vettenranta, 2010, s. 23-24; Seeck & Rantanen, 2015, s. 174-175). Storebrors brede språkkunnskaper, mener jeg knytter han til languagescape, på samme som pappa og farfar (Vettenranta, 2010, s. 24).

## 5. Konklusjon

I denne undersøkelsen har jeg diskutert mediebruk knyttet til den kosmopolitiske identitetsfølelsen og den pågående globaliseringen, samt mediebruk grunnet den teknologiske utviklingen. Alt basert på mitt forskningsspørsmål: *Hvordan opplever fire individer fra ulike generasjoner deres egen mediebruk sett i lys av kosmopolitisk identitet?*

Basert på egen mediegrafi fortolker jeg at informantene kan ha utviklet sin kritiske mediekompetanse. Min undersøkelse ved å bruke mediegrafi som forskningsmetode, mener jeg bekrefter Daniel Schofields funn om at mediegrafi kan bidra til å utvikle kritisk mediekompetanse. På denne måten kan mediegrafi som forskningsmetode utvikle kunnskapen til informantene med å både lese og fortolke medier.

Jeg mener at min farfar, min far og min storebror fra egen mediegrafi, i relasjon til Rantanens fem områder for hverdagens kosmopolitisme kan bidra til en økt bevissthet som kan kvalifisere til å kunne utvikle en kosmopolitisk identitetsfølelse og kosmopolitiske kvaliteter. Det viser seg imidlertid at nevnte identitetsfølelse varierer mellom de ulike intervjuobjektene. Et funn som overrasker meg, er at den kosmopolitiske identitetsfølelsen ikke oppleves sterkere jo yngre personen er, når bakgrunnen ellers ikke er helt ulik når det gjelder områder som

utdannelsesnivå, mediebruk, språkkunnskaper, reising, i tillegg til interaksjon med og åpenhet for andre kulturer.

Resultatet fra min lille undersøkelse er jo kun basert på en kvalitativ forskningsmetode og har selvsagt ingen statistisk validitet, men jeg synes allikevel resultatene er spennende. I tillegg har samtlige intervjuobjekter tatt undersøkelsen svært seriøst.

Det har vært interessant å få et innblikk i tidligere generasjoners forhold til medier og hvordan tilgang til medier på et globalt nivå har endret seg. Spesielt synes jeg det er fascinerende å tenke på hvordan min avdøde oldefar og hans generasjon hadde en begrenset tilgang på nyheter og informasjon fra resten av verden – og da spesielt under andre verdenskrig hvor selv bruk av radio og telefon var forbudt og dermed nærmest umulig å benytte seg av. Avstanden fra den tidens medie verden til dagens medie verden er nesten uvirkelig.

Jeg vil avslutte med farfars tanker for framtiden igjen:

«Det har de siste tiårene vært vanskelig å følge med i den tele-teknologiske utviklingen og enda vanskeligere å kartlegge konsekvensene. Det er imidlertid umulig å ønske seg tilbake i tid. Historien er ennå ikke analysert. Globalt nettverk burde være et godt verktøy for fred i verden. Situasjonen i dag innbyr hverken til optimisme eller svartsyn. Håp kan redde verden. Ny teknologi kan være viktig, viktigere er målrettet bruk og forståelse er viktigst.».

## Referanser

Aaberge, Albertine. (2019). Mediegrafi. *Ndla.no*. <https://ndla.no/nb/subject:1:058bdbdb-aa5a-4a29-88fb-45e664999417/topic:1:002dbe01-f81e-4027-a7fb-b75f4f058bb4/topic:1:01183d97-f5fc-4a27-9306-68ceacda7952/resource:f8cf546c-e0a1-4df4-8898-4ac0f4b789a7>

Abidin, Crystal. (2015). Communicative intimacies: Influencers and perceived interconnectedness. *Ada New Media*. S. 1-16. <https://scholarsbank.uoregon.edu/xmlui/bitstream/handle/1794/26365/ada08-commu-abi-2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Bauck, Sverre. (2018). Debatt: Digitalisering og globalisering går hånd i hånd. Digitalisering har åpnet for enklere internasjonale tjenester for alle, men ikke uten utfordringer, skriver Sverre Bauck. *Digi.no*. <https://www.digi.no/artikler/kommentar-digitalisering-og-globalisering-gar-hand-i-hand/440839>

Buckingham, David. (2019). *The media education manifesto*. Polity Press.

Bollmer, Grant. (2019). *Materialist media theory an introduction*. Bloomsbury.

Certeau, Michel de. (1984). *The practice of everyday life*. University of California Press. [https://monoskop.org/images/2/2a/De\\_Certeau\\_Michel\\_The\\_Practice\\_of\\_Everyday\\_Life.pdf](https://monoskop.org/images/2/2a/De_Certeau_Michel_The_Practice_of_Everyday_Life.pdf)

Erstad, Ola. (2004). Mediekompetanse i det sosiokulturelle felt. *Norsk medietidsskrift*. S. 215-236. <https://www.idunn.no/doi/10.18261/ISSN0805-9535-2004-03-02#sec-8>

Frantzen, Vegard. (2012). Kapittel 8: Ungdom, identitet og medier. I Vettenranta, Soilikki og Frantzen, Vegard (Red.), *Mediepedagogikk: Refleksjoner om teori og praksis* (1. utgave., s. 189-212). Fagbokforlaget.

Giddens, Anthony. (1990). *The consequences of modernity*. Polity Press. [https://www.academia.edu/23125640/Giddens\\_The\\_Consequences\\_of\\_Modernity](https://www.academia.edu/23125640/Giddens_The_Consequences_of_Modernity)

Halavais, Alexander. (2000). New media & society. National borders on the world wide web. Vol 2. S. 7-28. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/14614440022225689>

Hjarvard, Stig. (2017). The Mediation of society. *Nordicom review Est 1980*. Volume 29 (2008): Issue 2 (November 2008). S. 105-134. <https://sciendo.com/article/10.1515/nor-2017-0181>

Inge Aas, Odd. (2023). Høyre-profiler vil stramme kraftig inn i unges mobilbruk. *Aftenposten.no*. <https://www.aftenposten.no/norge/politikk/i/rVPga/hoeyre-profiler-vil-stramme-kraftig-inn-i-unges-mobilbruk>

Jeffers, Leo W, Atkin, David J., Bracken, Cheryl Campanella og Neuendorf, Kimberly A. (2017). Cosmopolitaness in the internet age. *Journal of computer-mediated communication*, Volume 10, Issue 1, 1 November 2004. <https://academic.oup.com/jcmc/article/10/1/JCMC1015/4614442>

Jembreie, Abraham Tsehay og Kumar Parseep. (2019). The concept of modernity: a brief review. Volume 6, Issue 1. S. 111-114. [https://www.researchgate.net/publication/349946076\\_THE\\_CONCEPT\\_OF\\_MODERNITY\\_A\\_BRIEF\\_REVIEW](https://www.researchgate.net/publication/349946076_THE_CONCEPT_OF_MODERNITY_A_BRIEF_REVIEW)

Klomsten, Anne Torhild. (2018). Kapittel 13 – Mediebruk, kropp og livsmestring i skolen. I Frantzen, Vegard og Schofield, Daniel (Red.), *Mediepedagogikk og mediekompetanse: Danning og læring i en ny mediekultur* (1. utgave., s. 283-301). Fagbokforlaget.

Livingstone, S. M., Mascheroni, G., Ólafsson, K., & Haddon, L. (2014). Children's online risks and opportunities: Comparative findings from eu kids online and net children go mobile. S. 1-40. <https://pdfs.semanticscholar.org/6274/bb0ec8ddcaff96dcab29429838c6e65d3ccd.pdf>

Levy, O., Peiperl, M. A. og Johnsen, K. (2016). "cosmopolitanism in a Globalized World: An Interdisciplinary Perspective", *Advances in Global Leadership (Advances in Global Leadership, Vol. 9)*, Emerlad Group Limited, Bingley, pp. 281-323. <https://doi.org/10.1108/S1535-12032016000009009>

Lunders, Marika og Sundet, Vilde Schanke. (2022). Globalt innfødte som en tapt generasjon? En konseptualisering av unge som en mediegenerasjon. *Norsk medietidsskrift*. Volume 30, Issue 1. Norsk tidsskrift. S. 1-12. <https://www.idunn.no/doi/epdf/10.18261/nmt.30.1.1>

Lyngstad, Anne Berit og Samoilow, Tatjana Kjelland. (2022). Det kosmopolitiske mulighetsrommet: Jakob Wegeliu's Mordarens apa (2014). Vol. 40, Utg. 2-3. Norsk tidsskrift. s. 91-113. <https://www.idunn.no/doi/10.18261/agora.40.2-3.6#sec-2>

McLuhan, Marshall. (1997) Mediet er budskapet. I: Mennesket og media, 9-22. Overs. Olav Angell. Oslo: Pax. [https://www.nb.no/items/URN:NBN:no-nb\\_digibok\\_2009011904066?page=9](https://www.nb.no/items/URN:NBN:no-nb_digibok_2009011904066?page=9)

Medietilsynet. (2023). Digitale dilemmaer. *En undersøkelse om barns debut på mobil og sosiale medier*. S. 1-75. [https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/barn-og-medier-undersokelser/2022/230206\\_digitale-dilemmaer.pdf](https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/barn-og-medier-undersokelser/2022/230206_digitale-dilemmaer.pdf)

Medietilsynet. (2022). Barn og medier 2022. *Nyhetsbruk*. S. 1-17. [https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/barn-og-medier-undersokelser/2022/resultatdokument\\_nyheter\\_barn\\_og\\_medier\\_oktober\\_2022.pdf](https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/barn-og-medier-undersokelser/2022/resultatdokument_nyheter_barn_og_medier_oktober_2022.pdf)

NRK Debatten. (2023). *31 januar – unge bruker en hel arbeidsdag på mobilen*. 00:00-39:19. <https://tv.nrk.no/serie/debatten/202301/NNFA51013123/avspiller>

NTB. (2023). Høyre-profiler vil stramme inn på unges mobilbruk. *Utdanningsnytt.no*. <https://www.utdanningsnytt.no/hoyre-mobil-i-skolen-nikolai-astrup/hoyre-profiler-vil-stramme-inn-pa-unges-mobilbruk/354211>

Oullette, Laurie og Gray, Jonathan. (2017). *Keywords for media studies*. New York University Press.

Ray, Larry. (2007). *Globalization and everyday life*. London. Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9780203463345/globalization-everyday-life-larry-ray>

Rantanen, Terhi. (2005). *The media and globalization*. Global communication. <https://us.sagepub.com/en-us/nam/the-media-and-globalization/book217632#preview>

Rantanen, Terhi. (2005). *Cosmopolitization – now! An interview with Ulrich Beck*. *Global Media and Communication* [1742-7665(2005)1:3] Volume 1(3): 247–263. SAGE Publications (London, Thousand Oaks, CA, New Delhi: <http://gmc.sagepub.com/10.1177/1742766505058122>

Rantanen, Terhi. (2005). *Giddens and the 'G'-word an interview with Anthony Giddens*. *Global Media and Communication* [1742-7665(2005)1:1] Volume 1(1): 63–77. SAGE Publications (London, Thousand Oaks, CA, New Delhi: [www.sagepublications.com/10.1177/1742766505050173](http://www.sagepublications.com/10.1177/1742766505050173)

Rantanen, Theri. (2006). A man behind scapes an interview with Arjun Appadurai. *Global Media and Communication* [1742-7665(2006)2:1] Volume 2(1): 7–19. SAGE Publications (London, Thousand Oaks, CA, New Delhi: <http://gmc.sagepub.com/10.1177/1742766506061814>

Rantanen, Theri. (2005). The message is the medium an interview with Manuel Castells. *Global Media and Communication* [1742-7665(2005)1:2] Volume 1(2): 135–147. SAGE Publications (London, Thousand Oaks, CA, New Delhi: [www.sagepublications.com/10.1177/1742766505054629](http://www.sagepublications.com/10.1177/1742766505054629)

Regjeringen. (2023). Proposisjon til Stortinget (forslag til stortingsvedtak) for budsjettåret 2023. *Mediepolitisk styringssignal 2023-2026 og kommersiell allmennkringkasting*. S. 187-225. <https://www.regjeringen.no/contentassets/7e4a1f35e6e1477b9d6a2fa18ef05fc7/no/pdfs/prp202220230001kuddpdfs.pdf>

Schofield, Daniel. (2017). Mediegrafi – et verktøy for dybdeløring og refleksjonskompetanse i mediefag. *Mediepedagogene.no*. S. 1-11. [http://www.mediepedagogene.no/documents/Mediegrafi\\_Mediepedagogene.pdf](http://www.mediepedagogene.no/documents/Mediegrafi_Mediepedagogene.pdf)

Schofield, Daniel. (2014a). Reflexivity and Global Citizenship in High School Students' Mediagraphies. I S. H. Culver & P. Kerr (Eds.), *Global Citizenship in a Digital World*. MILID Yearbook. S. 69-80. [https://www.researchgate.net/profile/Usha-Harris/publication/272943840\\_Virtual\\_Partnerships\\_Implications\\_for\\_mediated\\_intercultural\\_dialogue\\_in\\_a\\_student-led\\_online\\_project/links/54f3c3ec0cf299c8d9e5560b/Virtual-Partnerships-Implications-for-mediated-intercultural-dialogue-in-a-student-led-online-project.pdf#page=71](https://www.researchgate.net/profile/Usha-Harris/publication/272943840_Virtual_Partnerships_Implications_for_mediated_intercultural_dialogue_in_a_student-led_online_project/links/54f3c3ec0cf299c8d9e5560b/Virtual-Partnerships-Implications-for-mediated-intercultural-dialogue-in-a-student-led-online-project.pdf#page=71)

Schofield, Daniel. (2017). Mediegrafi – et verktøy for dybdeløring og refleksjonskompetanse i mediefag. *Nkul.no*. Power Point. S. 1-22 <https://www.nkul.no/wp-content/uploads/2017/presentasjoner/s3e-mediografi.pdf>

Schofield, Daniel og Carvajal Paulina. (2022). The media and Global imagination: Mediagraphy as a Multimodal Learning Activity in Higher Education. *Visuality design in and for education*. S. 1-20. [https://brill.com/view/journals/vjep/7/1/article-p1\\_006.xml?ebody=pdf-63199](https://brill.com/view/journals/vjep/7/1/article-p1_006.xml?ebody=pdf-63199)

Schofield, Daniel. (2014). Young people exploring their media experiences – mediagraphy as a reflection tool in upper secondary school. Vol. 9, Utg.2. Norsk medietidsskrift. S. 112-127. <https://www.idunn.no/doi/10.18261/ISSN1891-943X-2014-02-03>

Seeck, Hannele og Rantanen, Terhi. (2014). Media events, spectacles and risky globalization: a critical review and possible avenues for future research. Media, Culture & Society Vol. 37(2). S. 163–179. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0163443714553493>

Sturken, Marita og Cartwright, Lisa. (2018). Practices of looking an introduction to visual culture. 3 utgave. Oxford University Press.

Syversen, Trine., Karlsen, Faltin & Bolling, Jørgen. (2019). Digital Detox på norsk. Digital Detox in Norway. Volume 26, Issue 2. Norsk medietidsskrift. s. 1-18. <https://www.idunn.no/doi/epdf/10.18261/ISSN.0805-9535-2019-02-02>

Turken, Salman og Rudmin, Floyd W. (2013). On psychological effects of globalization: Development of scale of a global identity. Psychology & Society, 2013, Vol. 5 (2), 63 – 89. [https://www.researchgate.net/profile/Salman-Tuerken-2/publication/271835484\\_On\\_Psychological\\_Effects\\_of\\_Globalization\\_Development\\_of\\_a\\_Scale\\_of\\_Global\\_Identity/links/54d358ab0cf250179181fdaa/On-Psychological-Effects-of-Globalization-Development-of-a-Scale-of-Global-Identity.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Salman-Tuerken-2/publication/271835484_On_Psychological_Effects_of_Globalization_Development_of_a_Scale_of_Global_Identity/links/54d358ab0cf250179181fdaa/On-Psychological-Effects-of-Globalization-Development-of-a-Scale-of-Global-Identity.pdf)

Thalberg, Silje. (2023). Mener nettbrett i skriveopplæringen ikke fungerer – har innført skrivetrening på papir hjemme. NRK.no. <https://www.nrk.no/mr/rebecca-dybvik-aamas-mener-nettbrettet-gjor-at-barna-ikke-laerer-a-skrive-1.16261190>

Thalberg, Silje & Otneim, Jonas. (2023). Ber foreldre ikkje bekymre seg: - Barna lærer like godt å skrive når dei brukar nettbrett. NRK.no. [https://www.nrk.no/mr/forsking-viser-at-elevane-laerer-like-godt-a-skrive-nar-dei-brukar-nettbrett-som-for-hand-1.16287340?fbclid=IwAR1Ywke\\_TTndaFGT7NRaYfv\\_VlyvH5eJLh7Jf5y89HwxIRvs2dk3A5aaIwx](https://www.nrk.no/mr/forsking-viser-at-elevane-laerer-like-godt-a-skrive-nar-dei-brukar-nettbrett-som-for-hand-1.16287340?fbclid=IwAR1Ywke_TTndaFGT7NRaYfv_VlyvH5eJLh7Jf5y89HwxIRvs2dk3A5aaIwx)

Vettenranta, Soilikki. (2010). Mediografi. En metode for å forske på og å undervise i globalisering. Gyldendal Akademisk.

Vettenranta, Soilikki. (2008). Global mediografi – en aktuell metode i mediepedagogikk. Vol.15, Utg. 1. Norsk tidsskrift. S. 4-21. <https://www.idunn.no/doi/10.18261/ISSN0805-9535-2008-01-02>



MV2014 Bachelor i Medievitenskap V23  
Kandidatnummer: 10022

Vettenranta, Soilikki. (2011). From Feather Quill to Digital Desk: Teaching Globalization through Meidagraphy. Vol.6, Utg. Special issue. Norsk tidsskrift. S. 369-382.  
[https://www.idunn.no/doi/10.18261/ISSN1891-943X-2011-special\\_issue-08](https://www.idunn.no/doi/10.18261/ISSN1891-943X-2011-special_issue-08)

## Vedlegg 1

**Mediebruk sett i sammenheng med vår voksende kosmopolitiske identitetsfølelse og den pågående globaliseringen, samt økt mediebruk grunnet den teknologiske utviklingen.**

**Hvordan opplever fire individer fra ulike generasjoner deres egen mediebruk sett i lys av kosmopolitisk identitet?**

### **Litt informasjon før spørreundersøkelsen:**

Kosmopolitisk identitet/hverdagskosmopolitisme og kjennetegn/kosmopolitiske kvaliteter (Vettenranta, 2010, s. 39):

1. Å bruke medier og kommunikasjon
2. Å lære et fremmed språk
3. Å bo eller arbeide utenlands, eller ha familiemedlemmer som gjør det
4. Å bo sammen med en person fra en annen kultur
5. Å ha kontakt med utledinger i et lokalmiljø eller over landegrensen

*Mediebruk sett i sammenheng med vår voksende kosmopolitiske identitetsfølelse og den pågående globaliseringen, samt økt mediebruk grunnet den teknologiske utviklingen.*

### **Informasjon og spørsmål:**

Født (år)

Familie

Bosted

Hjemland

Høyeste utdanning

Yrke



- Reiser. Har du reist mye? Har det i så fall vært i sammenheng med fritid/ferie, utdanning eller jobb?
- Hva var din første utenlandstur og hvor gammel var du?
- Språkkunnskaper. Hvilke språk behersker du
- Hvilke medier benytter du deg av?
- Hvor mye tid bruker du på ulike medier? (Sjekk gjerne telefonen din for å se hvor mye tid du har brukt i snitt de siste 10 dagene og spesifiser type bruk her. For eksempel telefonsamtaler, SMS, Instagram, spill osv.)
- Hvordan vil du si tidsbruken når det gjelder de ulike medier har endret seg i løpet av livet ditt og hvorfor tror du det har endret seg? (Endrede interesse? Utdannings- eller yrkessituasjon? Tilgang på nye medier/teknologisk utvikling? Annet?)
- Finnes det globale hendelser vist i media som har gjort spesielt inntrykk på deg og påvirket din mediebruk og/eller ditt syn på «store spørsmål»/livet?
- Synes du medier påvirker din ideologi og ditt livssyn i stor grad? I så fall på hvilken måte?
- Hva er dine interesser?
- Bruker du medier i forbindelse med dyrking av disse interessene? I så fall - på hvilken måte?
- Opplever du deg selv som en kosmopolitt eller en verdensborger mer eller like mye som nordmann/skandinav? Hvilke hendelser eller deler av livet ditt vil du i så fall si har påvirket deg i retning av kosmopolitisk identetsoppfatning? Jobb? Utdanning? Interesser? Reiser? Egen mediebruk? Livsstil? Spesielle hendelser i livet?
- Hvordan vil du si din bruk av medier påvirker din følelse av tilknytning til resten av verden?
- Hvordan påvirker din følelse av tilknytning til resten av verden dine valg av medier og bruk av disse?
- Hvordan påvirker den stadige globalisering i samfunnet din bruk av medier?
- Hvordan tror du menneskers mediebruk påvirker globaliseringen?
- Hvordan vil du si/tror du den stadige teknologiutviklingen med radio, telefon, TV, og etter hvert omfattende bruk av internett påvirker vårt syn på oss selv (som kosmopolitter og en del av globaliseringen)?
- Hva synes du utviklingen i vår mediehverdag generelt og i din mediehverdag spesielt har ført til av positive og/eller negative endringer? Både med tanke på privatliv, studier og jobb.

- Når du ser tilbake på utviklingen i medier så langt i ditt liv; Skulle du ønske deg tilbake til en annen tid fra du var yngre eller kanskje fra før du var født sett i perspektiv av mediebruk, teknologisk utvikling og globalisering? Eller ser du rett og slett frem imot ny/videre teknologisk utvikling?

## Vedlegg 2

[Meldeskjema](#) / [mediegrafi](#) / [Vurdering](#)

### Vurdering av behandling av personopplysninger

**Referansenummer**  
254321

**Vurderingstype**  
Automatisk 

**Dato**  
18.03.2023

**Prosjekttittel**  
mediegrafi

**Behandlingsansvarlig institusjon**  
Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet / Det humanistiske fakultet / Institutt for kunst- og medievitenskap

**Prosjektansvarlig**  
Daniel Schofield

**Student**  


**Prosjektperiode**  
17.03.2023 - 15.05.2023

**Kategorier personopplysninger**  
Alminnelige

**Lovlig grunnlag**  
Samtykke (Personvernforordningen art. 6 nr. 1 bokstav a)

Behandlingen av personopplysningene er lovlig så fremt den gjennomføres som oppgitt i meldeskjemaet. Det lovlige grunnlaget gjelder til 15.05.2023.

[Meldeskjema](#) 



