

Innhold

Forord	9
1. Hvordan forske på mangfold etter digitaliseringen? En innledning	11
<i>Anne-Britt Gran og Eivind Røssaak</i>	
Et tverrfaglig forskningsprosjekt	11
Perspektiver på digitalisering	13
Mangfoldets verdi og dimensjoner	14
Metode	19
Mangfold og teknologi	20
Referanser	23
2. Infrastruktur for diversitet? Kulturarv og dannelse etter digitaliseringen	24
<i>Eivind Røssaak</i>	
Teknokultur og noodiversitet	27
Digitalisering i snever eller utvidet forstand?	30
Aktive agenter i en digital fil	33
Motkulturelle rom etter digitaliseringen	36
Referanser	41
3. Digitalisering, kulturforbruk og mangfold – implikasjoner for kultursektoren og kulturpolitikken	44
<i>Anne-Britt Gran</i>	
Ulike former for mangfold	45
Perspektiver på digitalisering og dedifferensiering	47
Teknokulturelt mangfold	49
Mangfold av kulturuttrykk online	53
Distribusjonsmangfold og substitueringsutfordringer	54
Supplement, teaser eller substitutt	56
Bruksmangfold	60
Demografisk mangfold	62
Sorti: Diversitet og dedifferensiering	63
Referanser	66
4. Opphavsrett, håndheving og mangfold	69
<i>Terje Gaustad og Irina Eidsvold-Tøien</i>	
Opphavsrettens mangfoldsfunksjon	71
Økonomisk analyse av opphavsretten	72
Komparativ skandinavisk analyse	74
Gjennomføringen av Infosoc-direktivet i de skandinaviske land	75
Diskusjon og avsluttende analyse	80
Referanser	81

5. Kjennskap til algoritmer – en ny digital metaferdighet	83
<i>Anne-Britt Gran, Peter Booth og Taina Bucher</i>	
Mangfold og algoritmer	84
Teoretisk bakteppe	86
Kort om metode	88
Kjennskap til algoritmer i 2016 og 2018	89
Hvem har kjennskap til algoritmer – demografi i 2016 og 2018	90
Holdninger til algoritmefunksjoner	92
En typologi over algoritmekjennskap, holdninger til algoritmefunksjoner og demografi	93
Algoritmekjennskap som metaferdighet	96
Referanser	97
6. Digitalt Museum – en plattform for datamangfold	100
<i>Nina Lager Vestberg</i>	
Innledning	100
Data, mangfold og digitalisering	102
Dataproduksjon og Digitalt Museum	107
Fotografiske gjenstander	108
Fotografiske data	115
Digitalisering i praksis	118
Infrastruktur for mangfold	120
Referanser	122
7. Plattformiseringen av et kunstmøte	124
<i>Anne Ogundipe</i>	
Deltakelsesdiversitet gjennom digitale verksmedieringer	126
Digitale verksmedieringers annerledeshet	129
Kritiske plattformbesøk fra et posthumanistisk orientert perspektiv	131
Et møte med tradisjonelle sosiale museumsnormer	133
Museumsappen som portvokter	135
Noe er nytt under solen. Om plattformisering og digital delingskultur ...	137
Søtt, blått og instagramvennlig	141
Merknader	148
Referanser	149
8. Nasjonalbibliotekets massedigitalisering: En ny tilgang på fortid blir til .	152
<i>Eivind Røssaak</i>	
Fra industriell til postindustriell distriktpolitikk	154
Spesialavfall eller kulturarv?	156
Den tekniske og administrative elite seirer	158
Norge digitaliserer «alt»: Google og Nasjonalbiblioteket	160
Bokhylla-avtalen	163
Datautvinning	166
Epilog	169
Referanser	170

9. Kan ikke leses i badekaret eller på den appen – bokens mangfoldige utvikling for bransje og forbruker	173
<i>Linn-Birgit Kampen Kristensen</i>	
Digitale tjenesters forventede trussel	175
Modell for bokbransjens mange fasetter	176
Digitalisering	178
Mangfoldig bruk – bruksdiversitet	179
Strømming inntar bokbransjen – diffusjon av strømmede lydbøker	182
Hvem skal være på hvilken tjeneste?	183
Konklusjon	185
Referanser	186
10. Brukerbetaling i lokalaviser – en trussel for bruksmangfold og lokaldemokrati?	190
<i>Ragnhild Kr. Olsen</i>	
En mangfoldig lokalavisstruktur med statlig støtte	192
Lokalavisenes strategi for brukerbetaling og verdiforslag til publikum	195
Publikums respons på brukerbetaling og lokalavisenes verdiforslag	197
Konsekvenser for mediepolitiske virkemidler	204
Referanser	207
11. Innholdsmarkedsføring – historikk og holdninger i dag	211
<i>Tor Bang</i>	
Innledning	212
Kapitlets formål og problemstillinger	213
Teoretisk tilnærming og litteraturstudier	213
Brukernes mulighet for å kunne identifisere innholdsmarkedsføring	215
Innholdsmarkedsføringens røtter	216
«Bølgen»: Assosiasjonsrekker i filmbransjen	218
<i>Sider frå Hardanger</i> : Næringspolitikk og matkultur	221
Lansering <i>qua</i> kulturjournalistikk	222
Et utvannet skille mellom journalister og markedsførere?	223
Hva sier lesere?	224
Påstand 1: Det skal være lett å skille reklame og journalistikk fra hverandre i nettavisa	225
Påstand 2: Innholdsmarkedsføring er bedre enn annen type reklame	226
Påstand 3: Innholdsmarkedsføring i nettavisene er forstyrrende	227
Påstand 4: Innholdsmarkedsføring gir nyttig informasjon	228
Har du brukt innholdsmarkedsføring for å få informasjon om produkter og tjenester?	229
Refleksjon over undersøkelsens validitet og reliabilitet	229
Referanser	230

12. Den digitale filmformidlingens mangfold	234
<i>Terje Gaustad og Anne-Britt Gran</i>	
Mangfoldstyper	235
Teknokulturelt mangfold	235
Distribusjonsmangfold	238
Estetisk-ekspressivt repertoarmangfold	241
Mangfoldige bruksmåter	243
Demografisk mangfold	246
Mangfoldsgevinster og utfordringer – en digital ambivalens	247
Referanser	249
Forfatteromtaler	250