

10. Mediebruk og påvirkning

(I)

*MEVIT 1310 Mediebruk, makt og
samfunn*

11. April 2005 Gunnar Sæbø

Mediebruk og påvirkning- bolken

- 11.4 Sentrale begreper. Publikums- og påvirkningsforskningens historie. Effektforskning og bruksforskning
- (litteratur: Waldahl)
- 18.4 “The Cultural Turn”: Kulturstudier og resepsjonsforskning. Sentrale faktorer i påvirkningsprosesser i dagens samfunn.
- (litteratur: Hagen + Waldahl)

Disposisjon 11.4

- Sentrale begreper: mediepåvirkning, meningsdannelse, publikum
- Tradisjoner for å studere mediepåvirkning - i et historisk perspektiv:
 - A. tidlig effektforskning
 - B. bruksforskning
 - C. senere effektforskning
- Oppsummering



VG Nett


Denne saken er hentet fra VG Nett.
URL: <http://www.vg.no/pub/vgart.hbs?artid=101742>

Her var det både lovlig og ulovlig å ha piggdekk

Inntil VG tok saken

ROSENHOLM JERNBANESTASJON, INNFARTSPARKERINGEN (VG) Grensen for piggdekksonen i Oslo går tvers over denne parkeringsplassen. Bare piggdekk-kjørerne som setter fra seg bilen på den hiterste delen av parkeringsplassen, står lovlig.

Av Hanne Hattrem



- Er det virkelig mulig å dele en parkeringsplass i to? spur Marie Dyrén. For

nesten tre uker siden fikk hun og flere andre togpendlere som sto parkert på Oslo-siden av parkeringsplassen, piggdekkgebyr på 500 kroner.

- Mange setter igjen bilen her nettopp for å slippe å betale piggdekkgebyret og for å kjøre miljøvennlig kollektivtrafikk til byen. Selvsagt tror man at innfartsparkeringen, av alle steder, er utenfor gebyrsonen, sier Dyrén.

Men slik tenkte ikke trafikketatens fotsoldater.

Her var det både lovlig og ulovlig å ha piggekk

http://www.vg.no/pub/skrivervennlig.hbs?artid=101742

Marie Dyren har nå kjøpt seg oblat til 1000 kroner.

- Jeg torde ikke annet. Piggekkene sitter fortsatt på bilen. Men dette var utrolig sure penger å betale nå like før jul, sier Dyren.

Trafikketaten i Oslo kommune bekrefter at det er ilagt fire gebyrer på parkeringsplassen, og at det er klaget på to av dem.

Siv Tronslien fra Tåmåsene er en av dem som har klaget.

- Det må være lov å bruke hodet, i første omgang av dem som satte opp skiltene. Men trafikkbetjentene burde også tenkt seg om, sier en arg Siv Tronslien.

- Flytter skiltene

- Hvorfor kan ikke trafikkbetjentene utvise skjønn?

- Det er ingen instruks om det. Vår instruks er å kontrollere biler som står stille innenfor Oslos grenser, og legge gebyr til bilførere som har biler med piggekk og ikke har betalt piggekkavgift, sier avdelingsdirektør for samfunnskontakt Anne Louise Haave hos trafikketaten i Oslo kommune.

Men Oslo kommune har utvist skjønn.

- Folk synes dette er urimelig, og det er vi enige i. Vi har derfor gitt de som har ansvar for plasseringen av skiltene, beskjed om å flytte skiltene. Det vil bli utført innen et par uker, sier prosjektansvarlig for piggekkordningen, Tone Ursin Holm i samferdselsetaten i Oslo.

Etaten ga etter

Og at kommuner kan være litt langsomme i saksbehandling gjelder i alle fall ikke i denne saken: **Bare fire dager etter at VG tok opp saken med samferdselsetaten, er skiltet flyttet.**

Etter at VG tok opp saken har også trafikketaten gitt etter:

- Vi har etter en helhetsvurdering valgt å tilbakebetale gebyrene som de fire ble ilagt på Rosenholm stasjon. Dette gjør at det blir enklere for alle å holde luften i Oslo ren, som jo er intensjonen med piggekkavgiften. Nå skal vi også sjekke om det finnes tilsvarende steder som Rosenholm, slik at vi får orden på dette, sier Anne Louise Haave.

VG 15.12.2004

Milliardsøksmål etter Grand Theft-drapp - Dagbladet.no

http://www.dagbladet.no/kultur/2003/10/23/381651.html

Milliardsøksmål etter Grand Theft-drapp

Sony saksøkes for nær to milliarder kroner etter at to gutter skjøt to tilfeldig forbi passerende.

LES OGSÅ:

- **Fredag forsida**

OLE-CHRISTIAN TRONSTAD
Torsdag 23.10.2003, 07:33
oppdatert 11:06

Brødrene William (16) og Joshua (14) hadde spilt det populære spillet Grand Theft Auto hele dagen. Det er ikke så uvanlig det, mange ungdommer (og voksne) gjør det. Men etter en hel dag med det voldelige bilspillet brøt de to brødrene seg inn i farens våpenskap hjemme i Knoxville USA. Bevæpnet med grovkalibre geværer klatret de opp i fjellet. Deretter skjøt de på biler som kjørte forbi på motorveien gjennom Smoky Mountains. En 45 år gammel sykepleier ble drept og ei 19 år gammel jente hardt skadd.

Millionsøksmål

Guttene ble pågrepet kort tid etter skytingen. De forklarte at de bare hadde gjort som i bilspillet Grand Theft Auto III, skutt på forbi passerende biler.

Det har falt ofrenes pårørende tungt for brystet. De krever 246 millioner dollar (nær to milliarder kroner) i erstatning fra spillgiganten Sony. De pårørende hevder at Sony, spilldesigner Take-Two Interactive og Rockstar Games og forhandleren Wal-Mart er ansvarlige for drap og drapsforsøk.

Grand Theft Auto III er en av verdens største spillsuksesser, og et av de mest populære Playstation-spillene. De to brødrene er dømt til ikke

INSPIRASJON: De to brødrene hevdet at de bare gjorde som i bilspillet Grand Theft Auto III.

5-DAGERS FERTILYKHELDING.

MEST LEST

- Mari klar for eget band
- Sjokkert over påstandene
- Årets beste lokalavis
- Trist - men Mari skal lage plåte
- 40 liveplater - på ett år
- Muuuunch!
- De norske SS-soldatene
- Beklager, rocken har passert 50
- Kvinnesynt i eDa Vinci-kodene
- Det språkklause partia
- Slik blir du flinkere til å skrive
- Pommes frites inn i skolen!
- Farvel, Mari
- Nektet kakemonsteret kaker

Hvem var det du var så forelska i på ungdomskolen, men aldri torde ringe?

TELEFON KATALOGEN GULE SIDER

SISTE 2 DØGN

- Årets beste lokalavis 14:41
- 40 liveplater - på ett år 12:02
- Mari klar for eget band 11:52
- Pommes frites inn i skolen! 05:40
- Forsvarspolitik som utenrikspolitikk 05:40
- Internasjonal særklause 05:40
- Det språkklause partia 05:40
- Beklager, rocken har passert 50 05:40

Grab Arkiv Rediger Ta bilde Vindu Hjelp sø 21.24

kultivasjon.doc

TABELL: Antakelse om "andelen menn i arbeidsstokken som jobber med lovhåndheving", etter omfang av tv-seing. Prosentfordeling. (Data fra USA).

Omfang av tv-seeing:

	småseere (2 timer el. mindre pr dag)	storseere (4 timer el. mer pr.dag)
<hr/>		
Andelen ansatte menn er:		
1 % ("virkelig")	50	41
5 % ("tv-svar")	50	59
<hr/>		
Prosent i alt	100	100

Mediepåvirkning: hva er det?

- Mediepåvirkning har funnet sted når det som et resultat av kommunikasjons-prosessen er *noe (ikke er noe)* i mediets omgivelser, som *ikke ville vært (ville vært)* der uten kommunikasjonsprosessen (Waldahl s. 46)
- Hvordan mediene innvirker eller influerer på våre følelser, kunnskaper, meninger, verdensbilder - og handlinger (Hagen)
- Resultat av både planlagte og ikke-planlagte prosesser

Stimulus-respons teori

- Cirka 1900-40 - *særlig* 1930-tallet
- Mediene virker direkte - ”injeksjon”
- Publikum er en isolert masse: ingen sosiale bånd
- Mediene virker likt på alle publikummere, slik at virkningene kan avleses av innholdet
- behaviorisme: mennesket et reagerende vesen med liten selvstendig innflytelse på reaksjonene sine ovenfor omverdenen
- Propaganda: medier i hovedrollen (eks nazistenes bruk av radio og film)

Eks på nazi-propaganda

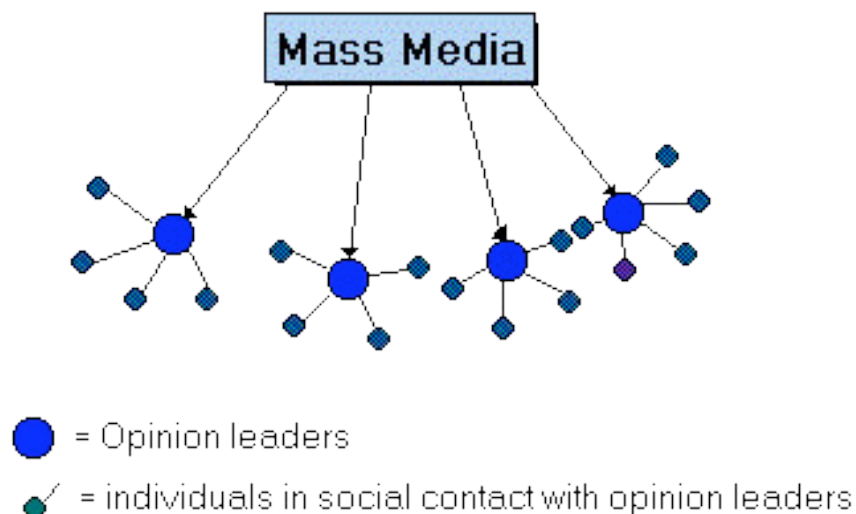
(fra Riefenstahls “Triumph des Willens”)



Fra S-R til to- stegshypotesen...

- Cirka 1940-60. Studie av valgkamper i USA
- Formildende faktorer; individuelle faktorer, sosiale kategorier og sosiale relasjoner
- Mediene virker ikke direkte, men via mellomledd: **opinionsledere**
- Opinionslederne er relativt sett større mediebrukere, omtrent samme sosiale status, saksspesifikke
- Personlig kommunikasjon og påvirkning viktigere enn massemediene

Tostegshypotesen visualisert (se også Waldahl s. 135)





Diffusjonsforskning

- Basert på en mer avansert og dynamisk modell enn tostegshypotesen
- Spredning av *nye* ideer og praksiser (f eks en teknologi: “prosesser som *kommuniserer* en *nyvinning* til medlemmene i et *sosialt system* over en viss *tid*” (Waldahl s. 141)
- Tidsfaktoren det sentrale bidraget til teori om mediepåvirkning



Diffusjonsforskning (II)

- Prosesser på individnivå:
- Kunnskap, oppmerksomhet, påvirkning, avgjørelse, iverksettelse, bekreftelse ...
- ... og på gruppenivå, etter når ulike grupper i befolkningen tar i bruk en nyvinning:
- Innovatører, tidlige brukere, tidlige majoritet, sene majoritet, etternølerne (se figur Waldahl s 146)
- ... og etter hvor langt i spredningsprosessen man er kommet på et gitt tidspunkt
- Konklusjon: mediene mest sentrale på tidlige stadier, både på individ- og gruppenivå



Medievold: et 'klassisk' effektforskningstema

- Fører det å se vold på tv (og film) til voldelig atferd?
- Eksperimenter kunne tyde på det: Banduras studie
- Metodekritikk: kunstig kontekst
- Noen konklusjoner:
 - immunisering (både mot medievold og virkelig vold)
 - utsatte grupper er sårbare - lærer 'voldsoppskrifter'



Foreløpig oppsummering

- Effektforskning: årsakene til publikums reaksjoner ligger i medieinnholdet
- Publikum den reagerende part: *"Hva gjør mediene med publikum?"*
- S-R teori, Tostegshypotesen, Diffusjonsforskning
- Konklusjon: fra nålespiss til sprayflaske, fra massekommunikasjonens makt til betydningen av personlig kommunikasjon og oppdagelsen av at mediene faktisk har *begrenset* evne til å endre holdninger og atferd

Mot et mer aktivt publikum ...



- Bruksstudier (“Uses and gratifications”), fra 1960-tallet av
- Fra et reagerende til et aktivt og målrettet publikum: ”*Hva publikum gjør med mediene?*”
- Med utgangspunkt i sosiale og psykologiske forutsetninger oppstår *behov* som danner *forventninger* til massemedier (og andre kilder), og fører til ulike mønstre for *mediebruk* (og for andre aktiviteter) som igjen resulterer i varierende *behovtilfredsstillelse* (og i andre konsekvenser).



Mediefunksjoner

- Medienes funksjoner for publikum er knyttet til spørsmål om mediepåvirkning, fordi mediepåvirkning henger sammen med publikums ”disposisjon” til å bli påvirket.
- Hvilke funksjoner har mediene for publikum?



Tre typer funksjoner

- **Informasjonsfunksjoner:** Holde seg orientert (lokalsamfunn, politikk, forbrukerinteresser etc). Orienteringsbehov avhengig av f eks grad av opplevd usikkerhet og/eller ønske om læring
- **Underholdningsfunksjoner:** virkelighetsflukt, følelsesmessige opplevelser, tidsfordriv ol.
- **Sosiale funksjoner:** Identifikasjon, tilhørighet, sosial trening, sosial bruksverdi, para-sosial interaksjon: et liksom-samhandlingsforhold mellom publikum og medieinnholdet.



Gjenoppdaging av mektige media

- Revitalisering av effektforskningen (cirka 1960-80), ved å dreie oppmerksomheten
- -fra korttidsvirkninger til langtidsvirkninger
- -fra vekt på endring og overtalelse til opprettholdelse av status quo og stabilitet
- -fra holdninger og atferd til kognisjon (tanke - og minneprosesser)



Medienes dagsordenfunksjon

- “Selv om mediene ikke forteller publikum så mye om hvilke meninger de skal ha i bestemte saker, er de flinke til å fortelle hva publikum skal mene noe om” (parafrase av Cohen, 1963)
- Priming: hvilke kriterier publikum baserer sine vurderinger av politiske aktører på
- Framing: hvordan mediene tar opp og behandler de enkelte saker: valg av vinkling, mulige årsaker og løsninger



Medienes opinionsdannende rolle: taushetsspiralen

- Massemedia har stor innvirkning på den offentlige mening (opinionen)
- Når mediene er samstemte i sine budskap har de stor evne til å påvirke publikum. Da har ikke minoriteten av ‘dissidenter’ noen arena å uttrykke sine meninger på.
- Da kan man også lett få inntrykk av at det mediene mener, er det “alle” mener. Siden mennesket ikke tør å stå alene fordi det frykter isolasjon brenner det inne med sine avvikende meninger - og vi får en taushetsspiral



Kritikk mot taushetsspiralen

- Det er ikke bare frykt for isolasjon som ligger til grunn for at vi eventuelt ikke gir uttrykk for meningene våre , men også utdanning, alder, interesse for politikk, selvtillit mm.
- Hvordan skal vi forklare det norske folkets nei til EEC (i 1972) og EU (i 1994) når majoriteten av mediene visselig var for medlemskap?



Medienes 'bilde' av virkeligheten: kultivasjonsteori

- Fjernsynets vår tids dominerende historieforteller
- Gir et systematisk skjevt bilde av virkeligheten, når man anlegger et langtidsperspektiv
- Storseerne adopterer dette verdensbildet
- Særlig vold (storseere uttrykker større frykt enn de som ser mindre tv)



Kritikken mot kultivasjonsteorien

- Skiller ikke mellom ulike typer innhold - forskjell på fiksjonsvold og nyhetsvold
- Hva kommer først: høna eller egget? Storseerne kommer i utgangspunktet fra dårligere kår - og kan ha reelle grunner til uttrykke det verdensbildet de gjør
- Kritikk av slik kritikk: resonans



Konklusjoner (1)

- Skiftende syn på om mediene eller publikum har den største innflytelsen i spørsmålet om mediepåvirkning. Sml: fasene i effektforskningen:
- 1. Allmektige media (S-R)
- 2: Uttesting av teorien om allmektige media (to-stegshypotesen, diffusjon). Konklusjon: avmektige media
- 3. Gjenoppdaging av allmektige media (dagsordenfunksjonen, taushetsspiralen, kultivasjonsteori)



Konklusjoner (2):

- I publikumsforskningen generelt så veksler dermed også mellom mediet (tekst) og publikums innvirkning: fra innholdets makt til publikums makt til et mer balansert syn som insisterer på at interaksjonen er det sentrale.
- Bruksforskningen det første steget fram mot "forhandlet mediepåvirkning" (mer om det neste gang)