

## OM SAMFUNDSKOMMUNIKATION OG MEDIEDIDAKTIK

Af Mette Nordentoft

I det følgende tager jeg udgangspunkt i nogle pædagogiske overvejelser over brugen af samfundets vanskelige tekster i folkeskolens danskundervisning. Derefter bevæger jeg mig over i nogle af de velkendte resultater vedrørende personlig indflydelse i massekommunikation, for at lande i en model af samfundskommunikation, som omfatter både medierne og de tre hovedtyper af mediebrugere. Derfra vender jeg tilbage til mediedidaktikken i folkeskolen.<sup>1</sup>

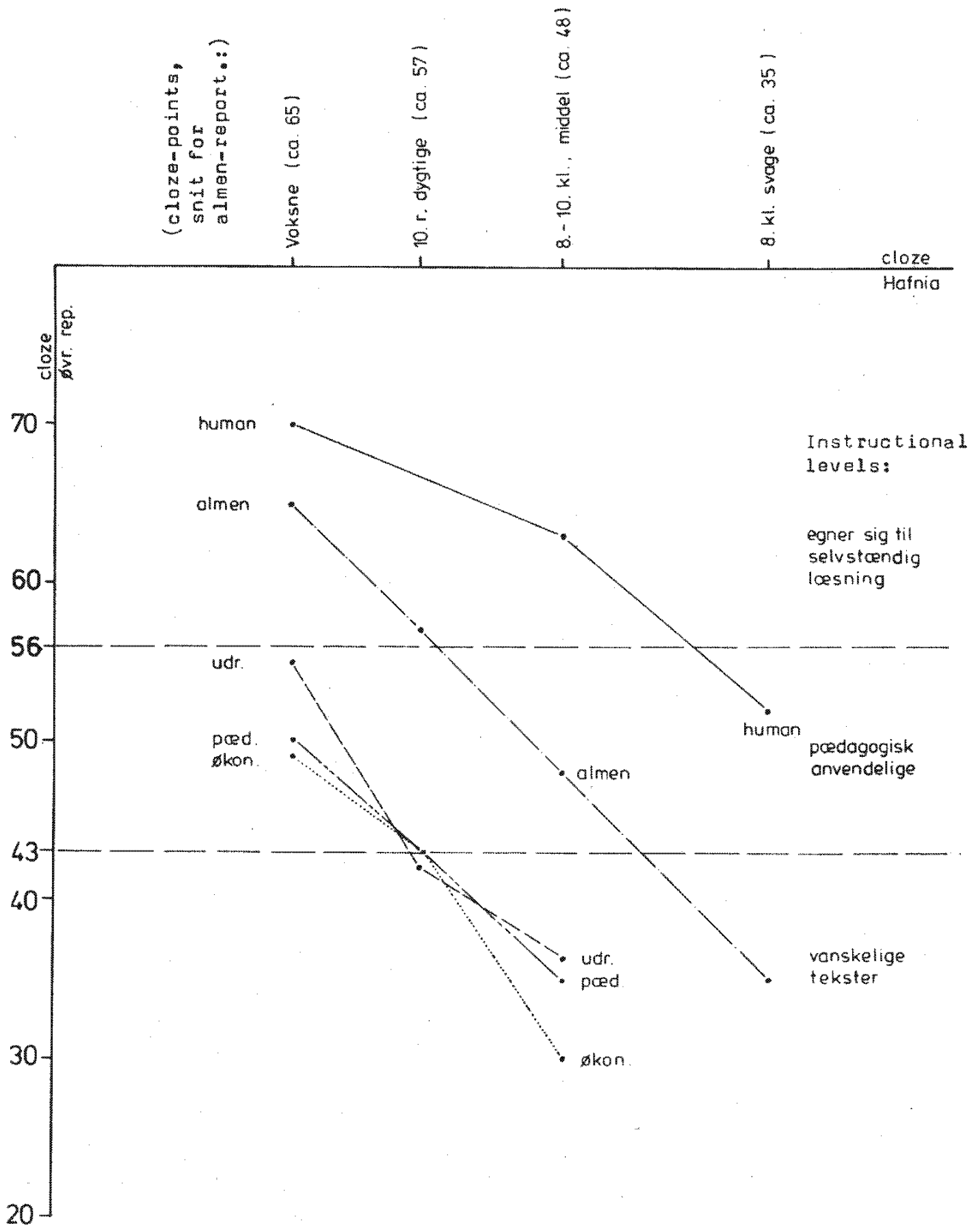
### Avisreportager er svære tekster

I en undersøgelse<sup>2</sup> har jeg kortlagt, hvor svære avisreportagerne i grunden er. I alt 15 avisreportager af forskellige typer blev tekstet med cloze-tests på et stort antal elever i 8.-10. klasse, samt på nogle voksne grupper - lærere, seminariestuderende og handelskoleelever. Jeg lod cloze-points danne grundlag for en fastlæggelse af reportagetypernes sværhedsgrad, dels i forhold til de forskellige grupper forsøgspersoner, og dels i forhold til "instructional levels". En amerikansk forskningstradition bruger cloze-points til at fordele de afprøvede tekster i forhold til de testede individers forudsætninger, på a) tekster som egner sig til selvstændig læsning, b) tekster der er tilpas svære til at kunne bruges i pædagogisk arbejde, og c) tekster som ligger på elevgruppens frustrationsniveau og altså er for vanskelige.

Som fikspunkt for fastlæggelsen af den relative sværhed lod jeg samtlige elever og voksne teste på den samme "almene" reportage. Ved "almen" forstår jeg en reportage som nok omhandler samfundsemner, men ikke hverken meget fagspecifikt stof, eller økonomisk-politisk stof. To andre almene reportager viste samme læseniveau: den almene reportage er for hovedparten af eleverne i 8.-10. klasse velegnet til pædagogisk tekstarbejde. Den kan med fuldt udbytte læses selvstændigt af de gode læsere blandt de ældste (10. klasse). Men den er for vanskelig til egentligt tekstarbejde for de svage læsere og for de yngre (8. klasse).

# REPORTAGETYPERS LÆSESVÆRHED

## målt ved cloze-tests på individgrupper



## Forklaring til skemaet

Tallene til venstre er målestok i cloze-points.

Foroven over stregen står de grupper der var med: Voksne; nogle dygtige 10. real; hele den store middel-gruppe elever fra 8.-10. kl.; og nogle svage læsere fra 8. kl. Over hver gruppe står det cloze-gennemsnit, som gruppen opnåede på den fælles test.

Prikkerne på de skrå linier viser hvilket point den pågældende individgruppe fik på den pågældende type reportage. Dette viser læseforståelsen i forhold til instruktionsniveauerne.

De skrå linier viser reportagetypernes indbyrdes sværhedsgrad.

## Instructional levels

Hvis en gruppe har over 56 points, ligger reportagen for denne elevgruppe i det område hvor man med udbytte kan læse den på egen hånd. Det gælder her kun for "human story"-en, og for den almene reportage i de dygtige 10. realklasser. I de ganske almindelige 8.-10.-klasser kan man kun have eget udbytte af "human story", og de svage 8.-klasser kan øjensynligt ikke engang rigtig klare den!

Hvis man har 44-56 points, er reportagen velegnet til pædagogisk arbejde - hverken for let eller for svær. Det drejer sig om den almene reportage for gennemsnitselever, og det gælder "human story" for de svageste elever.

Hvis en test viser under 44 points, ligger den i "frustrationsniveauet" og er for vanskelig for et egentligt tekstarbejde. Det gælder for samtlige elever (og voksne!) for både udenrigsreportagen, den økonomiske reportage og specialreportagen (her "pæd." om skoleforhold).

Med "egentligt tekstarbejde" mener jeg, at man ikke kun bruger den som kilde til information om emnet. Men man forudsætter så megen distance til den, at man kan diskutere, hvilke informationer den har valgt at præsentere, og i hvilken udformning de præsenteres.

"Human-storien" og sensationsreportagen var naturligvis de letteste. De kan læses af enhver elev på egen hånd, undtagen måske de allersvageste læsere. Dem behøver vi ikke hjælpe eleverne med, det går helt af sig selv.

Ramasjang-reportagen bør naturligvis indgå, og kan med fordel behandles som triviallitteratur. Men som seriøst grundlag for et mediekritisk arbejde med avisreportagen, må man koncentrere sig om almenreportagen, og der er da også mange at vælge imellem. Mange af dem omhandler sådanne offentlige emner at det er forholdsvis nemt at finde ungdomslitteratur og sagtekster fra skolebiblioteket til at lægge ved siden af som et samlet tekstmateriale for dansk og samtidsorientering. Det er ikke blot emner som vold, narko og kriminalitet, men også boligforhold og sanering, uddannelsesforhold og arbejdsløshed, familiens rolle, forhold på arbejdspladsen, etc.

De vanskelige genrer var udenrigsreportagen og den økonomiske reportage, samt den fagspecifikke (her en pædagogisk reportage). Udenrigsreportagen var også for de voksne grupper den letteste af disse svære genrer, og den økonomiske var helt afgjort den sværeste. Men alle de tre typer lå i frustrationsområdet for samtlige elevgrupper, og egner sig ikke til egentligt tekstarbejde i dansktimerne.

### **Alligevel skal de tages op i folkeskolen**

At et flertal af medieteksterne er så vanskelige for eleverne, kunne fremføres som grund til at afvise dem som grundlag for tekstarbejde. Når jeg alligevel hævder at man bør medtage avisreportager i sit tekstvalg til dansktimerne, er det ud fra fagdidaktiske argumenter<sup>3</sup>. I bestemmelserne for faget dansk tales der om elevernes mulighed for at "vurdere, tage stilling og handle. .. de får et middel til oplevelse af deres egen og andre menneskers situation; .. de får et redskab for kontakt og kommunikation" (Undervisnings

vejledningen, "Dansk 76", stk. 1,1). Men i den overordnede formålsparagraf i spidsen for selve folkeskoleloven står der at "Folkeskolen forbereder eleverne til medleven og medbestemmelse i et demokratisk samfund". Det er vanskeligt at se bort fra danskfaget som et redskabsfag også for det store samfunds demokrati.

Massemedietekster er meget vigtige i skolens tekstvalg, fordi de skaber problemer i den voksenverden som vi forbereder eleverne på at deltage i. Vi har den målsætning at eleverne aktivt skal kunne medleve i et demokratisk samfund, og vi har den kendsgerning at dette samfund afføder tekster som er med til at hindre en sådan medleven. Det er argument nok for at tage dem ind i skolen, hvor svære de end er. Der er påvist meget tydelige kløfter mellem den forholdsvis lille gruppe centralt placerede borgere der betjener sig seriøst af de informative medier, og den øvrige befolkning. Og det er fatalt i det borgerlige demokrati, hvis kæreste illusion er den offentlige, fri og lige debat.

Man kan sige at det ikke er hverken mediernes eller skolens ansvar. Det skyldes forhold i selve samfundsstrukturen. Man kan også tro på at informationskløfter kan kompenseres væk ved en mediepolitisk eller en skolepædagogisk indsats. Jeg har valgt at hælde mit hoved til alle tre hovedpuder, ud fra devisen "Jeg spørger ikke om det kan lade sig gøre - jeg spørger: hvordan gør vi det?" Det er vigtigt at overveje samfundets struktur. Det er vigtigt at finde frem til medieformer som på en klarere og mindre uigennemsigtig måde giver samfundsinformation. Men det er også vigtigt at oparbejde en mediekritisk holdning, og samtidig at modvirke hjælpeløsheden over for de medier som vi har.

### **Totrans-hypotesen**

Man var allerede fra 40'erne i USA meget interesseret i mediernes effekt. Herved forstod man deres gennemslagskraft, deres evne til at ændre folks holdning i den retning som afsenderen havde haft til hensigt. Man indså tidligt, at mediernes effekt, forstået på denne måde, ikke er stor. Det gjaldt både for politiske valgkampagner og for marketingområder, at kun få

mennesker ændrede holdning på grund af direkte mediepåvirkning. Den personlige indflydelse har langt større betydning, og dertil gruppens normer og individets egne forhåndsattituder og prædispositioner. I 1960 gjorde Klapper op<sup>4</sup>: Medierne har den største direkte effekt når de virker ned i et tomrum - når modtagerne ikke ved noget om emnet eller ikke har stor interesse i det. Disse usikre er også mest modtagelige for den personlige påvirkning de kommer ud for.

Når politikerne under en valgkamp gør så stort et nummer ud af medierne som påvirkningsmiddel, skyldes det vigtigheden af at erobre de sidste par procent af vælgerne, som er afgørende for den parlamentariske vægtfordeling - netop de usikre for hvem politik ikke er særlig væsentlig (Elihu Katz: "Platforms and Windows", i: McQuail (ed.): Sociology of Mass Communications. London 1972).

1960'ernes diffusionsstudier af Rogers<sup>5</sup> og andre kortlagde det kronologiske forløb i spredningen af informationer og påvirkninger. Medierne giver ofte en første opmærksomhed omkring et emne, og kan også skabe en vis interesse. Men den personlige kontakt man derefter får om emnet, afgør hvorvidt man hæfter sig ved den nye information, og i hvilken form. Den er også afgørende for hvilken tolkning man giver den, og hvilken attitude og handling det hele fører til. Skellet mellem information, rådgivning og egentlig påvirkning kan ikke trækkes alt for skarpt - den personlige kontakt fungerer i det hele taget som en justering af det nye til gruppens normer.

Denne "totrins-hypotese" er fulgt op af talrige amerikanske, engelske og svenske undersøgelser gennem 60'erne og 70'erne<sup>1</sup>. Den gælder både for informationsspredning og for opinionsdannelse. Mønstret gentager sig: a) innovation udefra, ofte gennem medier, og b) spredning og påvirkning gennem nøglepersoner vedrørende emnet eller i gruppen - som forudsætning for c) en bredere tilegnelse og stillingtagen. Dette mønster har vist sig i mange sammenhænge: politiske kampagner; diffusion af internationale nyheder, og af samfundsstof på nationalt og lokalt niveau; studerendes indbyrdes kommunikation omkring studieemner og erhvervsudsigter; landbrugs-innovationer; udbredelse af et nyt lægemiddel blandt praktiserende læger; en familieplan

lægningskampagne blandt unge; sociale innovationer i amerikanske fattigghettoer; marketing omkring dagligvarer og fritids/hobby-interesser, mode, tøj.

Totrinshypotesen er naturligvis en forenkling. Det er ikke de samme mennesker man snakker med om havegødning og om jordpolitik. Der er tale om et helt socialt netværk, hvor de forskellige personer i forskellige situationer kan optræde som "opinionsledere" over for de mere menige.

Endnu nogle forhold gik mere eller mindre igen i disse undersøgelser. "Opinionslederne" - der altså også kan kaldes "informationsledere" - har større kompetence på det pågældende område - de ved mere end andre, eller de anses for at vide mere. På den anden side skifter de ikke så let mening, de er vanskeligere at rokke. De er centralt placeret og har mange personlige kontakter, også uden for gruppen, og de diskuterer meget og er aktive i organisationer. De læser flere informative trykte medier, og opinions-"spredere" i en valgkampagne udsætter sig for mere politisk mediestof end andre. "Lederne" har en højere status end deres efterlignere ("followers"), men ofte ligger de kun netop et statuslag over. Og parterne deler en interesse for emnet ("shared interest").

"Lederne"s centrale position i gruppen og deres kontakter udefra giver dem mange impulser. Det viste nye svenske og angelsaksiske undersøgelser fra 70'ernes begyndelse<sup>6</sup>. Folk med emnekenskab og interesse får de nye informationer hurtigst, og andre grupper indhenter ikke denne viden. De velinformerede forbedrer deres samfundskundskab, og nøglen til forståelse heraf er ikke i sig selv deres uddannelse eller andre ressourcer, men den motivation som ligger i deres sociale kontakter og centrale status.

".. opinion leaders serve to relate their groups to relevant parts of the environment through whatever media happen to be appropriate" (Elihu Katz: "The two-step flow of communication". Public Opinion Quarterly 21, 1957).



## Mediernes rolle

Mediernes rolle bliver således en dobbelt: dels at gøre mange mennesker opmærksomme på nye begivenheder og nye fænomener ("awareness"). Og dels at uddybe stoffet for "lederne", dem der fungerer som informations-relæ'er. Om et emne så på dette grundlag spredes, afhænger bl.a. af hvordan mediebrugen og sam-snakken derefter fungerer sammen.

Unge fik mere "information gain" om familieplanlægning, når de både hørte nogle kampagne-udsendelser, og snakkede med kammerater om dem (Kline, Miller, Morrison: *Adolescents and Family Planning Information*. Blumler & Katz (eds.): *The Uses of Mass Communications*, London 1974).

En betingelse for at et mediedækket emne bliver diskuteret, er at det dækkes løbende i medierne, og at det opleves engagerende.

I en amerikansk by snakkede man meget om en fodboldstrejke, men da emnets aktualitet svandt, tog snakken af, selv om medierne fortsatte. Watergatesagen derimod fortsatte både i aviserne og i samtalerne i samme by. De der både havde læst og diskuteret, havde opnået den største stigning i "struktureret kundskab" om begge emner (B.K.L. Genova & Bradley S. Greenberg: *Interests in News and the Knowledge Gap*. *Public Opinion Quarterly* 43, 1979).

Tre amerikanske forskere, Tichenor, Donohue og Olien<sup>7</sup>, kortlagde i 70'erne den offentlige kommunikation i nogle amerikanske lokalsamfund, og her sporede dette endnu mere tydeligt. Et lokalt konfliktstof, hvor avisen dækkede løbende og klart lagde parternes kontroversielle synspunkter frem, blev almindeligt diskuteret, og der skete en generel kundskabsstigning. Noget fjernere eller mere ligegyldige emner førte derimod, trods avisdækning, ikke til diskussioner, og førte kun til kundskabsstigning hos de mennesker der havde forhåndskendskab eller specielle forudsætninger - altså "leder"-typen.

I et bysamfund derimod, med et mere pluralistisk medietilbud, og med mere snævert afgrænsede og homogene personkontakter, trængte selv relevante og

kontroversielle emner bedst igennem hos de højere uddannede. En truende lukning af en forurenende fabrik i en større by gav - alt andet lige - mindre genlyd hos de lavere uddannede i byen, end truslen om et regionalt miljøindgreb gjorde hos lavere uddannede i en landkommune. I landkommunen talte alle om sagen, men i byen afvikledes den mere ubemærket i aviserne<sup>7</sup>.

Fjerne emner af teknisk-videnskabelig art, eller internationale sensationer, blev nok mediedækket og førte nok til almindelig videnforøgelse, men de uddannede og centralt placerede fik den største viden. Jo tættere nyhedsstrøm, jo større forspring fik de privilegerede (Tichenor, Donohue & Olien: "Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge." Public Opinion Quarterly 34, 1970).

At et emne opleves som relevant, indebærer bl.a. at der lægges op til en stillingtagen i sagen. Informationsspredningen omkring et kontroversielt emne i et lokalsamfund forløber omtrent således:

- a) Mediedækningen medfører ikke egentlig større viden, men medierne udpeger konflikten og dens parter for folk.
- b) Konfliktbevidstheden medfører øget interpersonel kommunikation.
- c) Denne diskussionsaktivitet medfører en større viden om emnet - man udveksler informationer.
- d) Derefter "indlæser" man konflikten i mediestoffet om emnet, og udnytter medierne bedre, - husker mere.
- e) Hvis en konflikt når ud over et vist akut spændingspunkt, lukkes dørene, og kontroverserne og beslutningerne afvikles uden mediedækning af betydning. Dette må naturligvis føre til en informationskløft.

Det hele er en kumulativ spiralproces. Når processen standses før den er løbet igennem faserne a)-d), har vi informationskløfterne som resultat.

Mønsteret a)-d) passer dog ikke for meget langvarige stående konflikter med en evindelig flom af detaljer, - de følges kun af folk med særlige forudsætninger. En kunstig medieoppustning af en konflikt fører heller ikke til bedre medieudnyttelse, - den må have rod i folks bevidsthed<sup>7</sup>.

Mediernes rolle er således alligevel meget stor. Det der ikke stilles klart op

som relevant og partskontroversielt, trænger ikke igennem informationssystemet.

### **Tavshedens spiral eller trykket fra fakta?**

Noelle-Neumann<sup>8</sup> hævdede også på samme tidspunkt, at mediernes effekt har været undervurderet. De vesttyske traktater med østlandene og den socialdemokratiske accept af Oder-Neisse-grænsen bruges som belæg for mediernes store rolle i meningsdannelsen. En politisk mening, siges det, vil gerne ytre sig højlydt, hvis den føler at den har medvind. Derimod ytrer man sig ikke nær så gerne offentligt, hvis man mener at ens holdning ikke har en politisk fremtid for sig. Publikum vil i stigende grad opleve de hyppigt fremførte meninger som almindelige - "public" - og tilslutte sig dem, mens de mistrøstige tavse bliver mindretal - "tavshedens spiral". Da medierne frembærer denne sejrende mening og ikke den tavst forborgne, kommer medierne til at støtte de selvsikre optimister. Tysk fjernsyn havde fremført argumenter for en anerkendelse af DDR, og dette skulle have ført til at folk oplevede accepten heraf som "offentlig mening".

Herimod har K. og V. Pietilä indvendt<sup>9</sup>, at den tyske Springerpresse, der jo heller ikke har nogen ringe udbredelse, i samme spørgsmål meget højlydt støttede det "tavse flertal" som ønskede de gamle grænser tilbage. Accepten af de nye grænser var efter Pietilä's mening sket uanset medierne, - det er "trykket fra fakta" der før eller siden slår igennem i flertallets opfattelse. De politiske realiteter og virkelighedens "fakta" er på langt sigt stærkere end både den gældende offentlige mening, og pressens versioner af den.

### **Opinionsleder-typer**

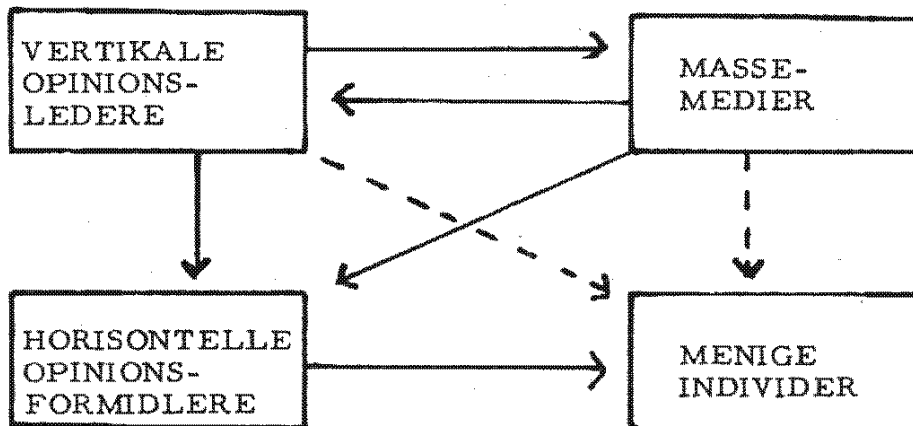
Tidligt i udforskningen af totrins-hypotesen fandt man frem til to typer "opinionsledere".

USA: den "kosmopolitiske leder" kaldes også "top influential" i lokalsamfundet. Han læser New Yorker-aviserne og de store nyhedsmagasiner, og hans indsigt i begivenheder udefra er motiveret i, at

han bygger bro til "local influentials", men samtidig selv bevarer sit forspring i viden. De "lokale ledere" har meget brede sociale kontakter og videreformidler den indsigt de har modtaget. Det hele fungerer som en kæde af indflydelse, ned til den store gruppe "non-influentials" (Merton: "Patterns of Influence". Lazarfeld & Stanton (eds.): Communication Research 1948-49, N.Y. 1949).

Roger's ovennævnte diffusionsundersøgelser over amerikanske landbrugsinnovationer<sup>5</sup> belyste denne informationskæde som et forløb i tid. En ganske lille gruppe "innovatorer" får først fat i den nye kundskab. EN begrænset elite af "early adopters" tager den til sig eller forkaster den; dette kan de gøre fordi de - i modsætning til "innovatorerne" - deler gruppens normer og har efterlignelses-prestige. Senere optages det nye fænomen af flere grader af "followers" - "early/late majority". Og allersidst kommer de inaktive efternølere.

I Sverige blev denne forskning taget op af Beredskapnämnden för psykologisk försvar, og af Wärneryd og Cerha, der begge begyndte i marketing-undersøgelser. Nedenstående model er tegnet af Wärneryd, men jeg har indsat Beredskapnämndens betegnelser<sup>10</sup>:



De vertikale opinionsledere kan fungere på såvel internationalt som nationalt og lokalt plan. Det er typisk politikerne, erhvervslederen, fagforeningslederen, eksperten på et sagområde. De har nær kontakt til de trykte informative medier. De læser dem mere end andre, også ud over det "nære" stof. Og de optræder ofte selv i dem, både som aktører i begivenheder og som kilder til

meddelelser. De virker derved også "agenda setting" for medierne - de sætter vores dagsorden.

De horisontelle opinions- eller informations-formidlere får "lodret" deres informationer fra de egentlige opinionsledere, - deres partiledelse, deres fagforening, deres overordnede etc., og desuden fra de trykte medier. De formidler information og tolkninger videre "vandret", i deres egen gruppe. Det er typisk den lokale tillidsmand i partiforeningen eller fagforeningen, eller arbejdspladsens tillidsmand, eller andre der spørges fordi de menes at vide besked. Det er også vor fa'r ved middagsbordet derhjemme.

Disse formidlere spreder så det som de har fra deres "overledere" og fra deres mediebrug, videre til deres fæller i gruppen, her af mig kaldet "menige". De menige individer får ikke megen samfundsinformation direkte gennem de tunge medier.

De "vandrette" opinionsformidlere kan naturligvis også forekomme på højt plan. De der fungerer som opinionsledere "nedad" til formidlerne, er selv opinionsformidlere for hinanden - på hjemmebane, så at sige.

### **Opinionsformidlerne - og de passive**

Man var i 60'erne også gået nærmere på "formidlerne". En amerikansk kortlægning fra 1965 af spredningen af politiske vurderinger<sup>11</sup> udskilte "givers", "askers" og "inactives". "Givers" var dem der ofte blev adspurgt, og derfor gav råd eller oplysning fra sig, men som også ofte selv tog initiativet til diskussionen. "Askers" var dem som typisk spørger. Disse to parter har begge en interesse i at nå frem til en afklaring af sagforhold, og til en brugbar vurdering, helst en som de kan være enige om. De arbejder sammen om at nå frem til dette. "Giverne" havde større kompetence, - de var oftere college-uddannede og oftere formelt involveret i politisk aktivitet, mens "spørgerne" ofte var informelt aktive i organisationer. De "inaktive" ikke-spørgere adskilte sig klart fra de andre. De var lavere uddannet, de havde lav samfundskunskab og brugte ikke nyhedsmagasinerne, og de havde en lav social aktivitet.

En anden amerikansk undersøgelse fra samme tid<sup>12</sup> udskilte blandt universitetsstuderende de såkaldte "opinions seekers", - det var dem som inden for et vist tidsrum havde spurgt andre studerende om udenrigspolitik, studieemner, studiesucces og fremtidsjobs. De mest aktive på enhver måde var dem der inden for et emne var både "leaders" (givere) og "seekers", og som altså gensidigt udvekslede meninger og oplysninger. De læste flest seriøse medier, men de vurderede personlig kontakt meget højt som informationskilde. - De inaktive "avoiders" der ikke deltog i spørgsmål-svar, skilte sig klart ud ved lavere viden, lavere brug af tunge medier, lavere social kontakt, lavere interesse i samtlige emner.

Man kan forestille sig at de informationsfattige grupper undgår personlig kontakt for ikke at blotte sig. Man snakker helst med en der ikke ved alt for meget mere om emnet end man selv gør.

Amerikansk individual-psykologi havde omkring 1960<sup>1</sup> udpeget "coping and avoiding types" som karaktertyper. De letskræmte individer var lette at påvirke, men de kunne også reagere ved at afvise eller glemme et propaganda-materiale.

Man kunne måske se en parallel i individets socialpsykologiske placering i forhold til den ustandselige og skræmmende nyhedsstrøm. Man præsenteres løbende for stadig nye varianter af uoverskuelige internationale konflikter og kriser, og man har ikke viden nok til at binde an med dem eller bortrationalisere dem. Det er nok ikke bare uvidenhed men også skræmsel, der får mange til at undgå de nyheder hvis konsekvenser rækker videst.

### "Eliten"

I den øverste ende af informationssystemer er som omtalt "innovatorerne", som også er blevet kaldt "pionererne". På et nationalt og internationalt plan udgøres de bl.a. af de videnskabelige institutioner, "det videnskabelige subsystem".

Videnskabens muligheder for at kontrollere opinionslederne og medierne er større, end mediernes mulighed for at fungere som offentlig

kontrol af videnskaben. Den megen men ikke dybtborende politiske diskussion og presseomtale af miljøspørgsmål siden 60'erne, har snarest styrket de videnskabelige institutioners magt over informationerne. Dette styrker den videnskabelige elites indflydelse. Og det forøger informationskløfterne længere nede i informationssystemet. Den uddannede del af mediebrugerne får fat i relativt mere af sammenhængen (Donohue, Tichenor og Olien: "Mass media functions, knowledge and social control". Journalism Quarterly 50, 1973).

De intellektuelle hører til blandt "innovatorerne". Politikerne og andre vertikale opinionsledere kommer da til at fungere som filtre for spredningen. De filtrerer innovationerne og sætter dagsorden.

Den amerikanske intellektuelle elite, og de beslutningstagende topmænd ("men of power"), kommunikerer ikke ofte personligt med hinanden. Men topmændene læser ret regelmæssigt de intellektuelles tidsskrifter (Carol Weiss: What America's Leaders Read. Public Opinion Quarterly 38, 1974. - Charles Kadushin: The American Intellectual Elite. Boston 1974).

Over lange stræk af tid strukturerer opinionslederne og medierne den politiske verden, og opinionsformidlerne oversætter dette strukturerede stof for deres lokale grupper. Således opretholdes og justeres balancen mellem de politiske partiers "image" og samfundsklassernes politiske loyaliteter, - langt ud over hvad en kort valgkampagne bevirker<sup>13</sup>.

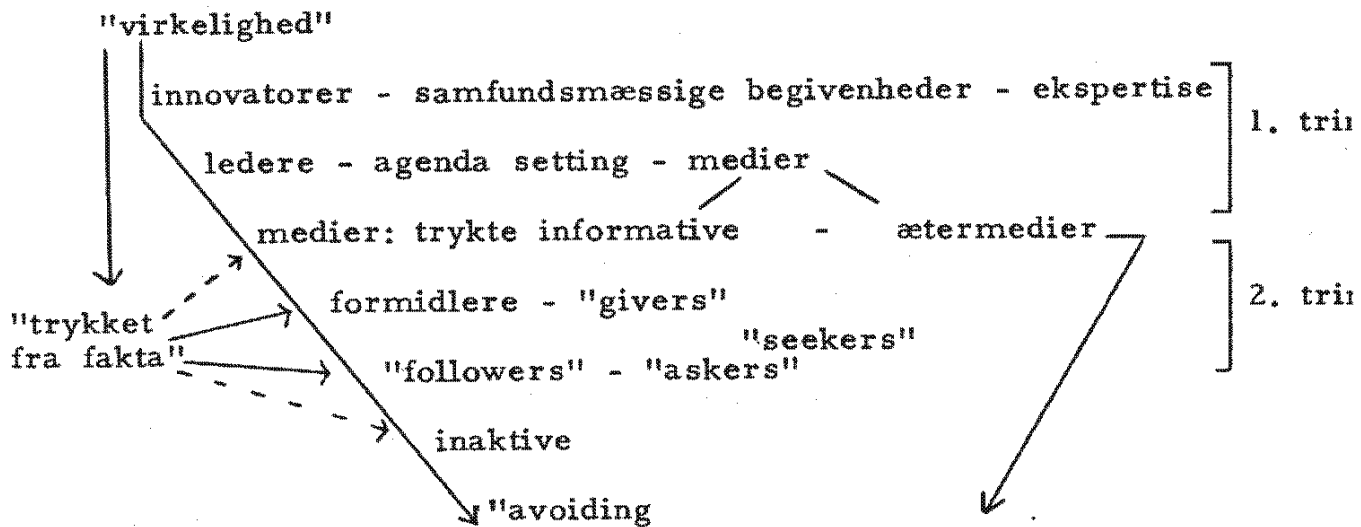
Politikerne er yderst interesseret i de parlamentariske afgørende marginalvælgere, og bruger derfor medierne langt mere end deres kortsigtet så ringe effekt skulle give anledning til. Politikernes store mediebevidsthed er blevet kaldt "højrestedens spiral" (Nordenstreng: Kommunikationsteori. Kbh. 1979).

### **Mangetrins-hypotesen**

Det hele er ikke blot et socialt netværk med forskellige ledere/formidlere på

forskellige emneområder. Det er også på den anden led, i diffusionsforløbet, en differentieret "multistep process"<sup>14</sup>. Jeg har forsøgt at afbilde den på nedenstående model:

### SPREDNING AF INFORMATION OG OPINION



Jo fjernere et emne opleves, jo tungere og mere filteragtigt fungerer informationssystemet. Og jo nærmere og mere relevant emnerne opleves i bredere kredse, jo mere udviskes skellene.

Principielt kan man alligevel fastholde en totrins-hypotese. Første trin i spredningsprocessen udgøres af rollerne "innovatorer" og "informations/opinionsledere". På andet trin i processen fungerer "informations/opinionsformidlerne-giverne" og "følgerne-spørgerne-søgerne". At de to trin er principielt forskellige ligger deri, at på første trin struktureres den samfundsmæssige virkelighed til et offentligt "billede", en dagsorden. På andet trin relateres og oversættes den til gruppernes viden og holdninger.

Fælles for første og andet trin, for "ledere" og "formidlere-spørgerne", er at de binder an med stoffet ("coping"), at de har en fælles interesse i det ("shared interest").

Udenfor falder de inaktive af dem der undgår det hele. De opsøger ikke



information, og de betjener sig især af ætremedier eller ikke-seriøs presse.

### **Informationskløfter**

Den ældre amerikanske forskning omkring de stabiliserende massemedier med den ringe effekt, var interesseret i meningsdannelse og havde ikke blik for selve forståelsesproblemet. Den var udgået af forskellige psykologiske balance- og ligevægtsteorier<sup>1</sup>. Man eksponerer sig især for budskaber der stemmer overens med ens egen opfattelse. Man søger at tilpasse et budskab til sin egen opfattelse, eller til den brug man har for det ("usefulness", "purpose"). Man vil gestalte det ud fra de forudsætninger man har. Man vil bruge det som kompensation for sin egen tilværelses dissonanser.

Men i Sverige arbejdede man videre under Tichenor-Donohue-Olien's synsvinkel<sup>7</sup>, at individet muligvis slet ikke får noget budskab som det kan forarbejde.

Sveriges Radio etablerede selv et modtagervendt medieprojekt, som hvilede på perceptionsteorier<sup>1</sup>. Man har et "ordnet hukommelseslager", og deri indpasser man den information som kan rummes. Et sådant ordnet lager har man hvis man har adgang til informationer, og det fører igen til at man binder an med ny information.

Nogle mennesker opsøger information fordi de har brug for at udfylde et tomt rum i deres hukommelseslager, hvor de har et "hul" af tilpas lille omfang til at sagen er overskuelig. Andre har alt for store huller i deres samfundsmæssige viden, så de undgår ny information, der blot ville forvirre. Især vil en regulær nyhedsstrøm føre til at man mister orienteringen i tilværelsen. Dette er nok først og fremmest et spørgsmål om samfundsposition.

### **Informationsklyfte-projektet**

Sveriges Radio udførte sit store "Informationsklyfte-projekt" i årene 1972-79<sup>18</sup>. Det bestod i tre store paneludspørgninger omkring to "nære" emneområder: arbejdsmarkedsforhold i en overenskomstperiode, og energispørgsmål i

den fase hvor oliekrisen førte til mærkbare foranstaltninger. Dertil et "fjernt" emneområde, nemlig u-landsspørgsmål i forbindelse med offentlige debatter og en u-landskampagne i ætremedierne.

Informationskløfterne var størst på det fjerne område: u-landskundskaberne. Men der var også store forskelle på kundskaber om generelle økonomiske spørgsmål, og om generelle energispørgsmål. Forskellene var mindre omkring de konkrete lønforhandlinger, benzinrationering etc.

Man kontrollerede for en lang række personvariabler. Den mest udslagsgivende forklaringsfaktor på informationsforskellen var social position. Herved forstod man en kombination af uddannelsesmæssig kompetence og erhvervmæssig placering. Hvis man har en social status hvor man har brug for at deltage i beslutninger, har man for det første mange personlige kontakter på sit eget kompetencestærke niveau, - der er mere livlig og gensidig opinionsformidler-virksomhed blandt folk i centrale samfundspositioner. Endvidere har man nem adgang og gode læseforudsætninger for de informative trykte medier, som man selv undertiden er aktør i. Og endelig har man stor indflydelse, fordi man har en bred flade at påvirke nedad.

Den ene side af problemet er altså samfundskundskaben og den reelle adgang til information. De centralt placerede grupper har større kundskaber, især om generelle spørgsmål af mere langtrækkende betydning, og de har bedre forudsætninger for at indse deres mindre iøjnefaldende konsekvenser. Men desuden er man i de højere statuslag langt mere informationsaktiv, man bruger sin viden til at påvirke nye beslutninger. Det var igen tydeligst på de generelle områder.

Øverste socialposition, 2% af de adspurgte, var langt mere politisk aktive end de øvrige. Men også i primærgruppen, på arbejdspladsen, var der en vis sammenhæng mellem position og forsøg på at ændre forholdene og beslutningerne<sup>16</sup>.

Det var dog fortrinsvis de erhvervsaktive mænd som mere eller mindre forsøgte at ændre deres arbejdsplads. Erhvervsaktive kvinder forsøgte langt sjældnere at lave om på tingene, - heller ikke kvinder med høj position eller

stor viden nær så ofte som mænd. På dette område - aktivitet og lederskab inden for den større primærgruppe - er kønsrolleforskellen mere afgørende end statusforskellen<sup>17</sup>.

Hvis man er lidet motiveret for information fordi man ingen beslutningskompetence har, så deltager man ikke meget i informationsaktiviteter. Man er passiv i diskussioner, og man opsøger ikke viden. Dette var på arbejdsmarkedsområdet meget tydeligt for ufaglærte, og for kvinder som var lavere funktionærer.

Disse lavstatusgrupper rummer også mange ældre, og isolerede mennesker med en "afskærmende" holdning over for omverdenen. De læser ikke samfundsstof i de trykte medier. De ser ofte almindelige TV-nyheder, men uden påviselig kundskabseffekt<sup>19</sup>. Kun for u-landsstoffet afsætter ættermidierne en vis viden hos de svage grupper. På grund af ættermidiernes rækkevidde ud til de brede inaktive grupper, udjævnede u-landskampagnen informationskløfterne på dette fjerne emneområde en smule<sup>15</sup>.

Kun én faktor brød dette fastlåste mønster: at man havde en motivation af en anden art end den som professionel status giver. Mennesker som var politisk interesserede, som oplevede en international solidaritet, især folk med stærke anti-imperialistiske holdninger, - vidste mere om u-landsspørgsmål og brugte medierne mere aktivt end andre, også på tværs af social position<sup>15</sup>.

Og i arbejdsliv-undersøgelsen: Mennesker der oplevede emnerne som relevante, som var interesserede, og folk som var aktive i faglige organisationer, vidste mere - dog mindre tydeligt for de helt generelle emner. De brugte mere de trykte medier, og de opsøgte ad personlig vej mere information ("askers"). De anvendte også deres viden til en større informationsaktivitet - videregivelse af information ("givers"), forsøg på at påvirke forholdene på arbejdspladsen, og politisk deltagelse<sup>16</sup>.

Disse tendenser virker på tværs af de sociale skel, og de viste sig på alle de tre undersøgte områder<sup>18</sup>. De var ganske vist ikke stærke nok til at kompensere fuldtud for statusforskellene, men de trak den rigtige vej!

Hvis man har brug for en viden, og brug for at have den sammen med andre, så sætter man sig i besiddelse af den information man kan få adgang til, og bruger den aktivt dér hvor der er lejlighed til det, - i grupper sammen med andre. Man bliver opinions- og informationsformidler!

Det er her det væsentlige ligger, i en mediedidaktisk sammenhæng.

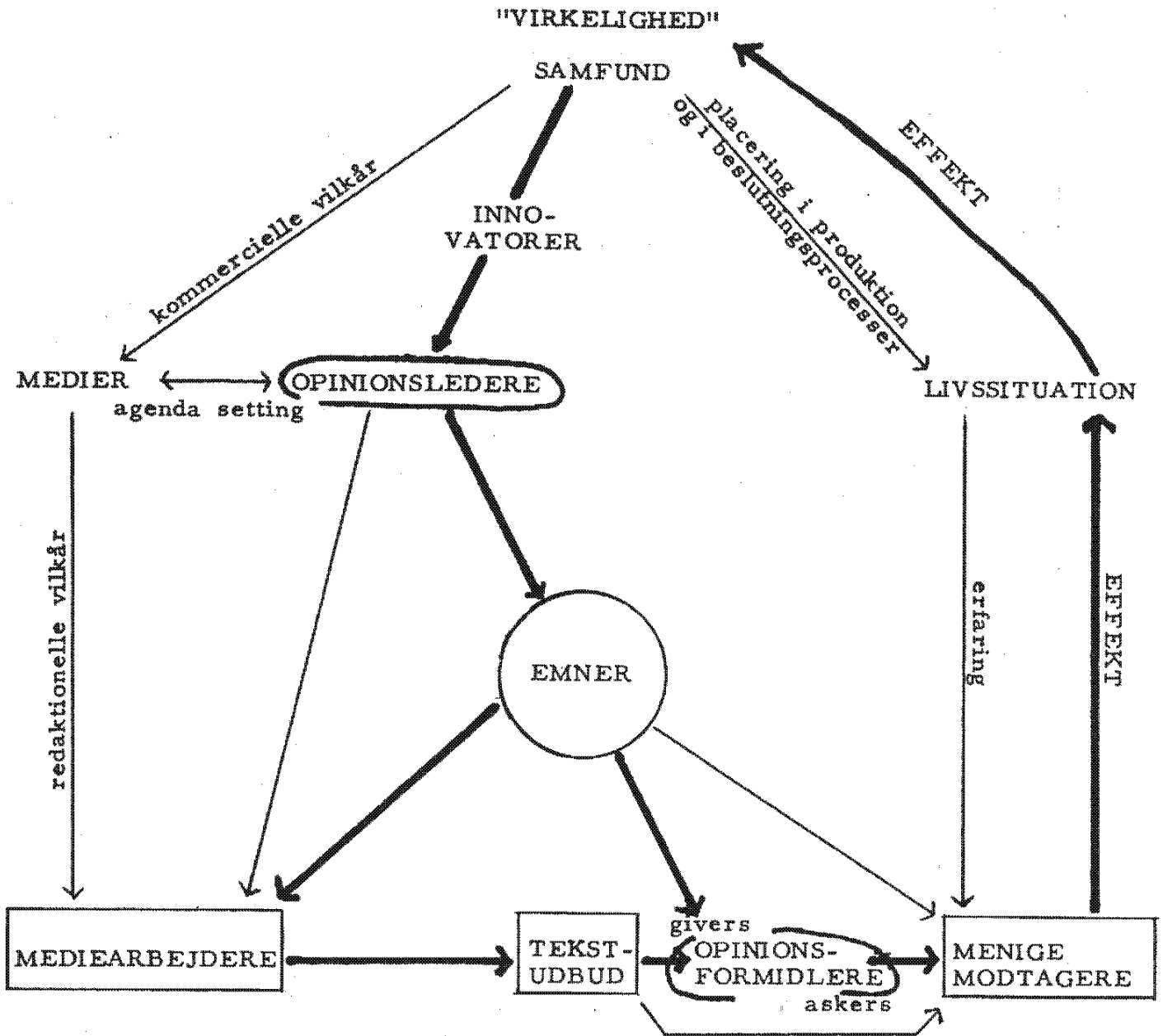
### **Informationskløfter blandt unge**

Informationskløfterne er i mine egne undersøgelser<sup>20</sup> sporet allerede hos de store elever i 10. klasse. Københavnske morgenaviser, indenrigsstof og "politik" blev læst mest af de gode læsere, hvad der jo ikke kan forbavse nogen. Det sociale skel viste sig derved, at dette stof blev læst noget mere af realklasserne end af almen-linien. Og kønsrolle-skellet derved, at pokker tog ved drengene fra 10. klasse, hvor de ressourcestærke drenges læsning af det tunge stof steg, mens pigernes ikke steg.

### **Samfundskommunikation**

Jeg har indtegnet disse forskellige informations/opinionsroller på nedenstående

Model af samfundskommunikation



"VIRKELIGHEDEN"/SAMFUNDET er et stort uspecificeret område, hvorfra EMNERNE udgrænses og defineres af INFORMATIONS/OPINIONS-LEDERNE. Disse fungerer "agenda setting", de sætter vores dagsorden, i samarbejde med MEDIERNE. Noget stof går via MEDIEARBEJDERNE og mediernes TEKSTUDBUD, mens anden information og påvirkning går direkte fra informations/opinions-lederne til INFORMATIONS/OPINIONS-FORMIDLERNERNE. De bringer så en stor del af det videre til deres egne grupper, til de MENIGE MODTAGERE. Dette får så en eller anden EFFEKT på modtagernes LIVSSITUATION, deres sociale gruppe og vilkår. Og derigennem en effekt tilbage på SAMFUNDET og den "VIRKELIGHED" hvorfra det hele udsprang.

### **Mediedidaktik**

Vi kan anvende denne model på skolens målsætning. De typiske gymnasielærebøger vedrørende medier sigter tydeligvis på at uddanne opinionsledere. De tilsigter at give et samlet overblik, en samlet medieteor, og de forudsætter at man kan læse og behandle de vanskelige tekster med ret komplicerede kritiske redskaber, og se dem i en samfundsmæssig totalitet. Og nogle gymnasieelever bliver vel "opinionsledere"!

Man må jo håbe at vi med tiden får indført den 12-årige enhedsskole, så vi får folkeskolens målsætninger udstrakt til også at gælde for de 16-19-åriges uddannelse.

For i folkeskolen har vi med alle, og virkelig alle, børn og unge at gøre. Et flertal af vores elever er prædisponerede til at blive menige mediemodtagere, til ikke at få nogen stor informationsaktivitet, til ikke at have motivation eller forudsætninger for en aktiv medleven i et demokratisk samfund. Det vil sige at vi ikke kun står med en aldersforskel i forhold til det nuværende gymnasium. Vi står med en helt anden målsætning.

I folkeskolen bør vi ikke på nogen måde sigte mod at uddanne kommende opinionsledere. Vi bør som klar målsætning have: at hjælpe så mange som overhovedet muligt til at fungere informationsaktivt. At så mange som muligt motiveres for at deltage med udveksling af information og meninger i

deres gruppe, højt eller lavt - "vandret". At så mange som muligt bliver "gensidige opinionsformidlere" - ikke nødvendigvis i nogen elite, men dér hvor de hver for sig og sammen befinder sig. Det er den eneste måde hvorpå vi kan få en eller anden form for demokrati til at fungere. På langt sigt må vi gøre opinionsleder-rollen langt mindre determinerende for samfundsbeslutningerne. Det er nok en politisk utopi, men man skal ikke kimse ad utopier, en dag er de måske realisable.

Medieforskningens problemstilling har ændret sig fundamentalt. I 50'erne opdagede man at medierne ikke uden videre får folk til at gøre som ønsket. I 70'erne har man konstateret, at den der kommer allersidst i informationssystemet, kommer i den sorte gryde.

Medierne er et middel til at skaffe sig samfundsviden som man kan være aktiv med. Men de er også en hindring for det, fordi de er vanskelige at afkode. Det er forbeholdt en lille gruppe at komme til orde selv. Og den politiske og økonomiske information består alt for ofte i professionelle reportager og baggrundsartikler - professionelle derved at de indeholder politiske signaler som kun "professionelle læsere" kan afkode<sup>2</sup>. De er skrevet af og delvis for professionelle. De er et led i elitekulturen.

Derfor må vi i mediekritikken i de store klasser tage udgangspunkt i mediernes relevans og informativitet. Medierne er ikke gode nok, og de fungerer udemokratisk. På den anden side kan vi ikke lade eleverne i stikken i gold kritik. Man kommer ikke langt i dagens "demokrati", hvis man ikke lærer sig at have et vist tag på at begribe dem.

Vi må lære eleverne at prøve at bruge de medier vi har, men ønske sig dem anderledes! Vi må tænke i mod-offentlighed også på nyhedsområdet. Vi må gøre dem fortrolig med problemstillinger som informationskløfter i de vestlige lande, og med UNESCO-krav om en ny informationsorden, som skulle afbøde de internationale informationskløfter. Vi må lade dem arbejde med forsøg på modoffentlighed herhjemme, og med forsøg på alternativ nyhedsformidling mellem landene.

Det vigtigste er, at med eller uden de forhåndenværende medier er samfunds

viden vigtig, og den er kun funktionel i forbindelse med samfundsaktiviteter.



## Noter

1. Mette Nordentoft: Samfundskommunikation og mediedidaktik. Danmarks Lærerhøjskole, Institut for dansk sprog og litteratur, 1982. - En selvstændig publikation med en lidt længere version af nærværende artikel, med notehenvvisninger til alle referencer.
2. Mette Nordentoft: Avisreportager målt ved cloze-tests. Om reportagers læsesværlighed, og deres anvendelse i folkeskolen. Danmarks Lærerhøjskole, Institut for dansk sprog og litteratur, 1981.
3. Mette Nordentoft: Reportagen i folkeskolen. DLH/Lærerforeningernes Materialeudvalg, 1980. - Fagdidaktiske argumenter for reportagen som tekst i skolen, afsnit I og III.
4. J.T. Klapper: The Effects of Mass Communication. N.Y. 1960.
5. E.M. Rogers: Diffusion of Innovation. N.Y. 1962. - E.M. Rogers: Modernization Among Peasants. N.Y. 1969.
6. P.J. Tichenor, G.A. Donohue & C.N. Olien: "Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge". Public Opinion Quarterly 34, 1970. - Karl Erik Rosengren: Diffusion of News. Sth. 1971, stencil. - John P. Robinson: "Mass Communication and Information Diffusion". Kline & Tichenor (eds.): Current Perspectives in Mass Communication Research, London 1972.
7. P.J. Tichenor, J.M. Rodenkirchen, C.N. Olien & G.A. Donohue: "Community Issue, Conflict, and Public Affairs Knowledge". Clarke (ed.): New Models for Mass Communication Research, London 1973. - G.A. Donohue, P.J. Tichenor & C.N. Olien: "Mass Media and the Knowledge Gap. A Hypothesis Reconsidered". Communication Research 2, 1975. P.J. Tichenor, G.A. Donohue & C.N. Olien: Community Conflict and the Press. London, 1980.
8. Elisabeth Noelle-Neumann: "Return to the Concept of the Powerful Mass Media". Eguchi & Sata (eds.): Studies of Broadcasting, Tokyo 1973. E. Noelle-Neumann: "The Spiral of Silence". Journal of Communication 24:2, 1974.

9. Kauko Pietilä 1975 og Veikko Pietilä 1973 om "trykket fra fakta", ref. af V. Pietilä i: Current Theories of Mass Communication Research, GMT 1977. - Delvis oversat og citeret i: Nordenstreng: Kommunikationsteori, Kbh. 1979, 118-120 og 175-177.
10. Ola Melén: Aktuell opinionsbildningsforskning. Beredskapsnämnden för psykiskt försvar. Sth. 1962, stencil. -  
Karl-Erik Wärneryd: "Reklamen från säljarens synpunkt - reklamens utformning". Albinsson, Tengelin & Wärneryd: Reklamens ekonomiska roll, Sth. 1964.
11. V. Troidahl & R. Van Dam: "Face-to-Face Communication About Major Topics in the News". Public Opinions Quarterly 29, 1965.
12. C.R. Wright & M. Cantor: "The Opinion Seeker and Avoider: Steps Beyond the Opinion Leader Concept". Pacific Sociological Review 10, 1967.
13. Kurt Lang & Gladys Engel Lang: "The Mass Media and Voting". Burdick & Brodbeck (eds.): American Voting Behavior, 1962.
14. Charles R. Wright: Mass Communication. A Sociological Perspective. N.Y. 1959, 2. ed. 1975.
15. Lilian Nowak: Informationsklyftorna på u-landsområdet. SR/PUB 11-1977, SR/PUB 24-1978.
16. Staffan Kjellmor: Arbetsliv och informationsklyftor. SR/PUB 13-1979. SR/PUB 20-1977.
17. Gunila Wigren: Könsroller och informationsklyftor - Arbetslivet som exempel. SR/PUB 24-1977.
18. Lilian Nowak: Informationsklyftorna - en spegling av det ojämlika samhället.
19. Staffan Kjellmor: Etermedierna och informationsklyftorna. SR/PUB 21-1979.
20. Mette Nordentoft: 8.10. klasses forhold til nyhedsformidling. Danmarks Lærerhøjskole, Institut for dansk sprog og litteratur, 1980.  
Mette Nordentoft: "Informationskløfter blandt unge". Kursiv/Meddelelser

fra Danstlærerforeningen, 1982:2.

**Litteratur om tottrinshypotesen m.v.:**

Kjell Nowak, Benny Carlman och Karl-Erik Wärneryd: Masskommunikation och åsiktsförändringar. Sth. 1966. - Kap. 7 s. 187-221.

Kjell Nowak och Karl-Erik Wärneryd: Kommunikation och påverkan. Sth. 1969, 151 s.

Ola Melén: Åsikter och åsiktsbildning. Sth. 1971, 95 s.

Jarko Cerha: Masskommunikation med de jämlika. Sth. 1973, 165 s.

Flemming Balvig og Paul Hegedahl: Kommunikation - problemer og systematik. LOK, Kbh. 1972. Kap. 7 s. 88-129

Mette Nordentoft er lektor ved Institut for dansk sprog og litteratur, Danmarks Lærerhøjskole, København.

## ANMELDELSER

### MEDIEPOLITIK OG DE NYE MEDIER

Af Ole Prehn

Politica nr. 4, 1981 har mediepolitik og de nye medier som tema behandlet over 100 sider gennem 6 artikler. Temanummerets udgangspunkt er den nok så bekendte hastige udvikling inden for "de nye medier" og tilknyttet teknologi og de konsekvenser, denne får for hele den samfundsmæssige udvikling. Det har været redaktionens hensigt at omfatte delaspekterne kultur, økonomi, politik og jura for at pege på behovet for en bred mediepolitik i Danmark.

I nummerets første artikel præsenterer Eydun Andreassen et forskningsprojekt, som er støttet af det samfundsvidenskabelige forskningsråd. Projektet omfatter en empirisk undersøgelse af, hvilken effekt indførelsen af fjernsyn på Færøerne vil få. Det er projektets udgangspunkt at ville iagttage, hvad der sker, når "...husstandenes egenindsats (...) afløses af fjernsynet, der som et stærkt centraliseret medium fungerer direkte som modsætning til det hidtidige mønster." (p. 12f). I artiklen fremlægges dette grundtema så bastant, at man får indtrykket af, at den færøske kultur er en ubesmittet egenorganisering med udgangspunkt i de enkelte bygder, som nu invaderes af kulturindustrien. Det beskrives således, hvordan samtlige lagtingsmedlemmer i 1978 op til valget ikke turde sige nej til indførelse af tv af hensyn til valgresultatet til trods for, at Andreassen mener, at der ikke var ønsker herom i befolkningen. Der gives desværre ikke noget bud på, hvad forklaringen på denne