

Karen Siune

Massemediernes magt

Artiklen søger at give en oversigt over massemediernes forskellige roller i det politiske system, og en gennemgang af eksempler og forskningsresultater viser, at massemediene bruges til mange former for politisk kommunikation. Konsekvenserne af samspillet mellem medierne og politiske aktører diskuteres med særlig henvisning til, at massemediernes magt i kraft af deres evne til at nå mange mennesker samtidigt er større i tider med hastig social forandring end i mere stabile perioder

Massemediernes magt har i en lang årrække været omdiskuteret. Lige siden massemediene blev egentlige massekommunikationsmedier, hvorved forstås tekniske hjælpemidler, hvorigennem der på en og samme tid kan kommunikeres ud til en stor diffus og heterogen masse, har massemediernes potentielle indflydelse været genstand for opmærksomhed.

På det teoretiske såvel som på det empiriske plan har der gennem det seneste tiår været øget aktivitet med henblik på at afklare spørgsmålene omkring massemediernes effekt for derigennem at forsøge at afklare, om massemediernes magt var andet end potentiel. Alle spørgsmål kan ikke besvares med et klart ja eller nej, men en lang række undersøgelser, der er foretaget såvel i USA som i Europa, har gjort det muligt at give et kvalificeret svar.

I det følgende er der lavet en oversigt over massemediernes forskellige roller, samt en oversigt over de væsentligste af de resultater, som de empiriske analyser har frembragt. Målsætningen med artiklen er således at give et overblik over massemediernes magt, men først skal mediernes rolle i politik indkredses.

Massemediernes placering i det politiske aktørsystem

Med udgangspunkt i en figur,¹ der omfatter de såkaldt traditionelle aktører i det politiske system, er det muligt at indplacere massemediene som særdeles centrale. Alle aktører anvender massemediene, om ikke som eneste så dog som en særdeles væsentlig kanal til at kommunikere sine meddelelser til de andre aktører. På den offentlige arena er medierne særdeles anvendelige, idet de, qua massemedier, har det potentiale, at de kommunikerer til den masse, som den brede offentlighed udgør. Samtidig når meddelelserne de andre aktører i det politiske system.

Massemediene bliver brugt af de politiske partier blandt andet til opsendelse af prøveballoner for politiske ideer. Som eksempel herpå kan nævnes Mogens Camres udspil i sommeren 1982 i medierne om en evt. regulering af arbejdsløshedsdagpengene efter husstandens totalindkomst. Anker Jørgensens udspil med en opblødning af ØD- begrebet sommeren 1983 er et andet eksempel.

Men massemediene bruges ligesåvel af de politiske partier til at kommunikere afslag på eller invitationer til andre politiske partier om samarbejde. Det nyeste

Karen Siune

Massemediernes magt

Artiklen søger at give en oversigt over massemediernes forskellige roller i det politiske system, og en gennemgang af eksempler og forskningsresultater viser, at massemediene bruges til mange former for politisk kommunikation. Konsekvenserne af samspillet mellem medierne og politiske aktører diskuteres med særlig henvisning til, at massemediernes magt i kraft af deres evne til at nå mange mennesker samtidigt er større i tider med hastig social forandring end i mere stabile perioder

Massemediernes magt har i en lang årrække været omdiskuteret. Lige siden massemediene blev egentlige massekommunikationsmedier, hvorved forstås tekniske hjælpemidler, hvorigennem der på en og samme tid kan kommunikeres ud til en stor diffus og heterogen masse, har massemediernes potentielle indflydelse været genstand for opmærksomhed.

På det teoretiske såvel som på det empiriske plan har der gennem det seneste tiår været øget aktivitet med henblik på at afklare spørgsmålene omkring massemediernes effekt for derigennem at forsøge at afklare, om massemediernes magt var andet end potentiel. Alle spørgsmål kan ikke besvares med et klart ja eller nej, men en lang række undersøgelser, der er foretaget såvel i USA som i Europa, har gjort det muligt at give et kvalificeret svar.

I det følgende er der lavet en oversigt over massemediernes forskellige roller, samt en oversigt over de væsentligste af de resultater, som de empiriske analyser har frembragt. Målsætningen med artiklen er således at give et overblik over massemediernes magt, men først skal mediernes rolle i politik indkredses.

Massemediernes placering i det politiske aktørsystem

Med udgangspunkt i en figur,¹ der omfatter de såkaldt traditionelle aktører i det politiske system, er det muligt at indplacere massemediene som særdeles centrale. Alle aktører anvender massemediene, om ikke som eneste så dog som en særdeles væsentlig kanal til at kommunikere sine meddelelser til de andre aktører. På den offentlige arena er medierne særdeles anvendelige, idet de, qua massemedier, har det potentiale, at de kommunikerer til den masse, som den brede offentlighed udgør. Samtidig når meddelelserne de andre aktører i det politiske system.

Massemediene bliver brugt af de politiske partier blandt andet til opsendelse af prøveballoner for politiske ideer. Som eksempel herpå kan nævnes Mogens Camres udspil i sommeren 1982 i medierne om en evt. regulering af arbejdsløshedsdagpengene efter husstandens totalindkomst. Anker Jørgensens udspil med en opblødning af ØD- begrebet sommeren 1983 er et andet eksempel.

Men massemediene bruges ligesåvel af de politiske partier til at kommunikere afslag på eller invitationer til andre politiske partier om samarbejde. Det nyeste

eksempel herpå er Anker Jørgensens brev til statsminister Poul Schlüter med invitation til et samarbejde mellem Det konservative Folkeparti og Socialdemokratiet i april 1983.

Regeringen eller den enkelte minister anvender i høj grad massemedierne til politiske budskaber. Et oplagt eksempel herpå er den borgerlige regerings udspil om 4 pct. som maksimal lønstigning i tilknytning til overenskomstforhandlingerne i 1983. Selvfølgelig kunne disse «rammer» for forhandlingerne være blevet meddelt gennem de sædvanlige korporative kanaler, og blev det jo også, men først efter offentliggørelsen og omtalen i massemedierne, og netop anvendelsen af massemedierne gjorde 4 pct. grænsen almen kendt for alle lønmodtagere, om ikke umiddelbart alment accepteret. Den psykologiske effekt af denne fremgangsmåde er særdeles stor. Selv om der ikke foreligger direkte effektundersøgelser af denne situation, så foreligger der nu afsluttede, relativt fredelige overenskomstforhandlinger, som holdt sig inden for den i massemedierne fremlagte økonomiske ramme. Samtidig var det for regeringen særdeles forpligtende - næsten uigenkaldeligt - idet et offentligt udspil forpligter mere end et udspil lagt på bordet ved en direkte, mindre offentlig forhandling.

Den nuværende regerings finansminister har offentligt vedgået, dvs. i massemedierne peget på, at den nuværende regering i høj grad satser på en såkaldt psykologisk effekt af regeringens økonomiske politik. For at en sådan effekt skal komme til at virke, gælder det i høj grad om at kommunikere ud til befolkningen, at der er opsving i vente, at der i udlandet er tillid til Danmark på grund af den nye regering osv. Og dette søges gjort via massemedierne, idet massemedierne er den hurtigste vej til at nå ud til mange, fysisk spredte og forskellige mennesker. En »nyhed« i TV-avisen når ud til 3 ud af 4 danskere i løbet af en enkelt aften, og dette faktum har gjort TV-avisen til den mest efterstræbte formidlingskanal. Intet andet medium har så mange samtidige modtagere.

Regeringens regelsanering er et eksempel på en sag, der er særdeles velegnet til offentliggørelse i massemedierne, og som af regeringen »sælges« til borgerne/vælgerne gennem massemedierne. Der kunne nævnes mange andre eksempler på den nuværende såvel som tidligere regerings anvendelse af massemedier. Bertel Haarders seneste udspil i form af en offentliggørelse af regeringens endnu ikke vedtagne planer inden for undervisningsområdet er et yderligere eksempel på regeringens anvendelse af massemedierne. Dette udspil førte dog væsentligst til avisomtale.

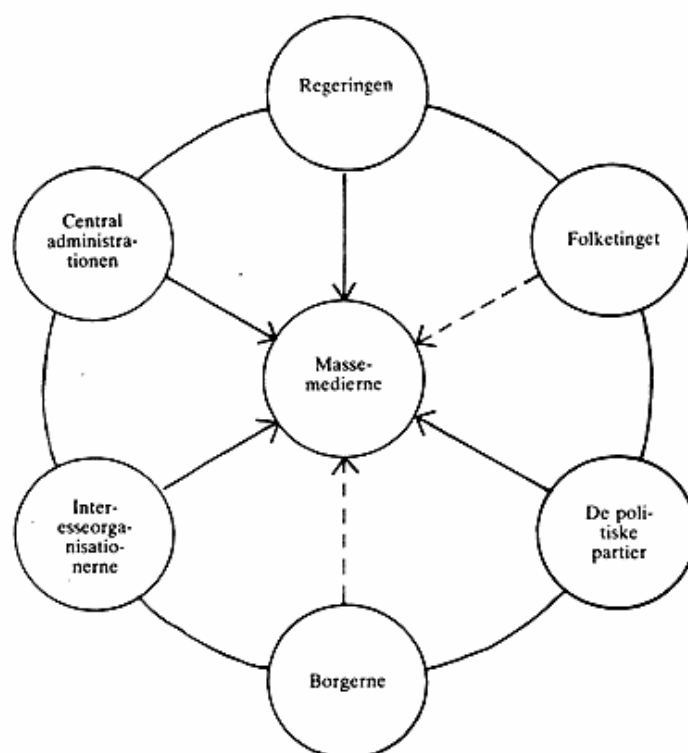
Massemedierne bruges også af centraladministrationen om end i en noget anden form. Offentliggørelse af lovgivningsinitiativer, bekendtgørelser m.m. er blevet dagligdags foreteelser, dels gennem Statens Informationstjeneste, dels direkte i form af annoncer.

Interesseorganisationerne anvender på forskellig vis massemedier. De mere magtfulde interesseorganisationer er i sig selv »godt stof« i massemediernes nyhedsoversigter, fordi de ofte er i stand til at skabe konflikt og uro i det politiske system. Nogle massemedier er i så høj grad tilknyttet interesseorganisationer, således at man kan tale om, at visse aviser fungerer som talerør for interesseorganisationer, eksempelvis for Dansk Arbejdsgiverforening og LO.

Andre interesseorganisationer er i knap så magtfulde positioner og er henvist til

selv at skabe »gode nyheder« for derigennem at tilkæmpe sig spalteplads i aviserne eller sekunder i æteren. Græsrodsbevægelserne er et eksempel på en uformel form for interesseorganisation, der i høj grad anvender massemedierne til at nå deres mål. Og dette gælder uanset om målet er ændringer af tilsætningsstofferne i maden eller indgreb over for forureningen af havene. Græsrodsorganisationernes væsentligste styrke er medlemskredsens opbakning, men uden en form for massekommunikation er det særdeles vanskeligt både for græsrodsorganisationer og for andre interesseorganisationer med begrænset økonomi at opnå adgang til at kommunikere til sin målgruppe såvel som til sin modpart.

De politiske partier og ikke mindst de enkelte politikere er afhængige af massemedierne i deres kommunikation til vælgerne. Folkemøder er i dag sjældne, og uanset den fordel, der kan være forbundet med den personlige kontakt, er fordelene ved at nå de mange ofte væsentlig større end fordelene ved den personlige kontakt. Valgkampe udkæmpes i massemedierne, og dette er generelt for alle såkaldt udviklede lande, hvorved der i denne sammenhæng blot skal forstås alle lande med en udbredt massekommunikationsstruktur.



Figur 1. Massemedierne bruges af regering, centraladministration, interesseorganisationer og politiske partier.

I figur 1 er både Folketinget og borgerne angivet uden egentlig adgang til massemedierne. Dette er ikke korrekt, men denne »manglende« forbindelse angiver, at begge disse ikke har de samme umiddelbare muligheder som de ovenfor nævnte aktører. Hermed ikke være sagt, at Folketinget ikke har tilstrækkelig

status til at bryde igennem barrieren for nyheder. Både aviser og radio/TV giver en regelmæssig om ikke dækkende behandling af aktørerne i Folketinget. Men de aktører, der står som centrale i formidlingen, er de enkelte politikere, der aggregeret tegner eller i visse situationer har besvær med at tegne et parti. Det er ikke Folketinget som institution, der kommunikerer.

Borgerne har qua lyttere og seere mulighed, om end meget begrænset mulighed, for at komme til orde i massemedierne. Ganske vist er der i visse programmer af »Kanal«-typen gået inflation i at trække almindelige borgere ind som kritikere af systemet. Virkningen af sådanne indslag kan være stor, idet opmærksomheden omkring et givet problem kan styres på denne måde, men uanset dette kan sådanne aktiviteter ikke tages som et gyldigt udtryk for borgernes adgang til massemedierne.

Læserbreve er den mere traditionelle måde for den almindelige borger at anvende massemedierne som udtryksmiddel. Men for langt de fleste borgere er der tale om en form for envejskommunikation, nemlig meddelelser fra politikerne gennem massemedierne til borgerne og ikke fra borgerne via massemedierne til politikerne.

Meddelelser behøver ikke at skulle forstås begrænset som informative meddelelser, der alene har til sigte at påvirke den viden, som borgerne besidder. Meddelelserne kan være af mange andre typer. Fra politikerne vil meddelelserne ofte have propagandakarakter, hvilket ikke nødvendigvis gør disse bemærkninger hverken illegitime eller overflødige. Valgkampe er således et rendyrket eksempel herpå, men også den kommunikation, der foregår fra politikerne til borgerne/vælgere mellem valgene er andet end rent informativ. Borgernes politiske holdninger er ofte målet for kommunikationen fra politikerne. For disse holdninger er medvirkende til, og som regel afgørende for, vælgeres stemmeafgivelse, når der er valg. Det gælder derfor om at prøve at opbygge en positiv holdning hos de vælgere, hvor den ikke findes, og ikke mindst at vedligeholde og helst styrke intensiteten i en positiv indstilling, hvis en sådan allerede findes. De politiske partier og dermed politikerne må derfor under valgkampene, men også i den stadig kortere periode mellem de egentlige valgkampe, konstant kæmpe for vælgeres gunst. Og i denne kamp er massemedierne de stærkeste våben, thi ingen anden kommunikationskanal kan på så kort tid med ris eller ros sætte en politiker på dagsordenen rundt om i de danske hjem. En politiker kæmper i dag for ikke at blive glemt, og uden massemediernes hjælp er der kun den personlige kontakt tilbage. Personlig kontakt er fortsat den stærkeste påvirkningsmulighed, men den er besværlig, når det drejer sig om at nå de mange, og massemedierne, og her især TV med sin stærke personcentrering, giver nogle attraktive muligheder for at nå de mange på kort tid. At denne mulighed søges udnyttet, viser udtalelserne fra politikerne og partiorganisationer indsamlet ved undersøgelser blandt andet i tilknytning til EF-valget 1979.²

Massemediernes roller

I de ovenfor nævnte eksempler er der angivet forskellige former for anvendelse af massemedier til kommunikation mellem aktørerne i det politiske system. Vælger-

ne er jo også aktører i systemet.

Med udgangspunkt i sådanne eksempler eller med udgangspunkt i teoretiske overvejelser kan man opstille forskellige forventninger til massemedierne. Udtrykt på en anden måde kan man sige, at vi kan tale om, at massemedierne har forskellige roller at leve op til.

Blumler og Gurevitch³ skitserer forskellige roller med udgangspunkt i, hvilke forventninger vi har til journalisterne, som er de professionelle kommunikatorer, og til lyttere, seere og læsere. Mange forventer, at journalisterne alene skal varetage formidlerrollen. Sådanne forventninger gør sig ofte gældende hos aktører, der tillige har den opfattelse, at propaganda er og skal være overladt til politikerne. Erhard Jakobsens aktiviteter gennem Aktive Lyttere og Seere, såvel som hans aktivitet i anden forbindelse, er et ganske godt eksempel på denne tankegang. En tankegang, der ikke alene præger enkelte politikere, som derigennem kan se deres egen fordel, men som også præger de fleste danskeres forventninger til en monopolinstitution som Danmarks Radio.

Kravene om alsidighed, »fairness« og balance har i en årrække været gældende for Danmarks Radio såvel som for offentlige mediemonopoler i andre lande. Statutter og forretningsordner m.m. viser dette klart, men at denne opfattelse også kendetegner mange journalisters selvforståelse er dokumenteret blandt andet gennem interviews med journalister i TV-organisationerne i de 9 lande, der i 1979 deltog i valget til EF-parlamentet.⁴

Menighedsplejen eller rollen som den politiske propagandør finder man sjældent udtrykt som forventninger til journalister i tilknytning til ærmedierne, radio og TV, sålænge disse drives som offentlige monopolinstitutioner. Hvorimod lokalradioer, lokal-TV og privatejede massemedier, som aviser, i langt højere grad benytter sig af denne form for journalistrolle. Firbladssystemet er det klassiske danske eksempel på menighedspleje.

Fra norske, hollandske og italienske ærmedier kendes situationen med en menighedspleje gennem radio og TV-kanaler drevet af religiøse sammenslutninger. Ligeledes fra Italien kender man eksemplet på politisk ejede ærmedier i form af radio og TV stationer ejet af politiske partier. Disse mediers rolle i det politiske system bliver i sådanne situationer væsentligt anderledes end, når medierne alene varetager formidlerrollen.

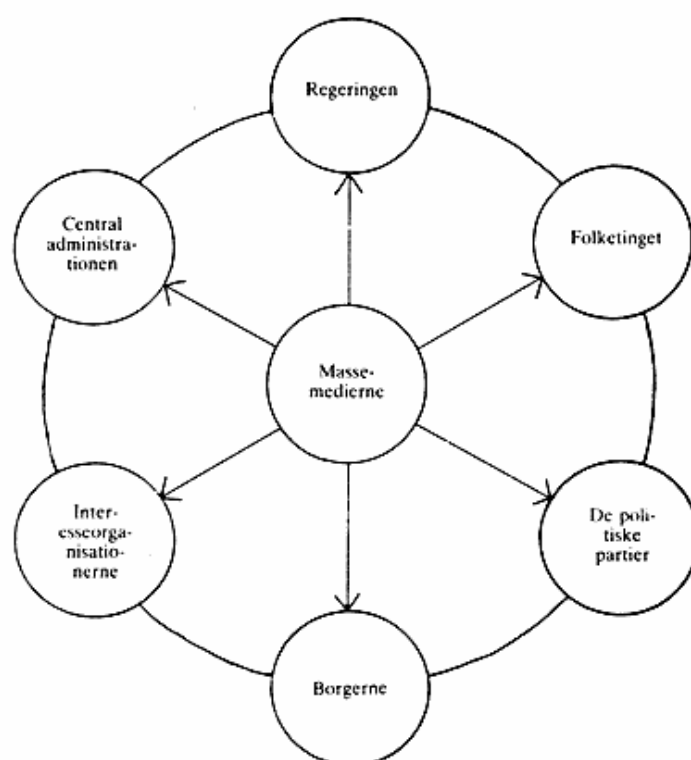
Den rene formidlerrolle er dog også sjældent forekommende i monopolmedier, idet der meget ofte er knyttet en rolle som »underholder« til de samme medier, som forventes at være formidlere. De politiske aspekter af underholdning har været påpeget, men generelt er der ringe opmærksomhed heromkring. I betragtning af underholdningens omfang i mange ærmedier ville det være relevant at fokusere lidt mere herpå end på tendenserne i de mere gennemskuelige politiske programmer, over for hvilke seere og lyttere har forskellige socialt tilegnede forsvarsmekanismer i form af skepsis m.m.

I den senere tid har man blandt andet i tilknytning til den hektiske udredningsaktivitet, som kendetegner området mediepolitik, kendt fra den danske Mediekommisions arbejde i 1982 og 1983⁵ og fra den norske medieudrednings arbejde i samme periode,⁶ stillet det spørgsmål, om det overhovedet er nødvendigt eller rimeligt at ofre så megen tid og aktivitet på at forberede politiske beslutnin-

ger på et område som dette. I denne sammenhæng, men også af andre grunde, er det særdeles relevant at prøve at sammendrage resultaterne af forskningen inden for massekommunikationsområdet, idet der heri ligger en argumentation for at beskæftige sig med forberedelse af »mediepolitik« som et lovgivningsinitiativ.

Massemediernes magt

Massemediernes magt på den politiske beslutningsproces er ikke direkte, men fungerer indirekte.⁷ Massemediene har evnen til at sætte problemer på dagsordenen. Og denne magt fungerer såvel fra de politiske aktører til den almindelige borger, men også fra medierne til de politiske aktører, som illustreret i figur 2. Mediernes dagsordensættende magt erkendes som stor i alle lande. Amerikanske undersøgelser har påvist, at påvirkningen fra massemediene, hvad angår argumentationen omkring en sag, er stærkest fra de trykte medier, altså fra dagblade-
ne, mens påvirkningen af, hvad der opfattes som væsentligt, er størst fra TV.⁸ Denne forskel hænger sammen med mediernes karakter generelt, men uanset forskellen i magt er der tale om en væsentlig funktion for medierne med hensyn til at styre, hvad der opfattes som væsentligt at beskæftige sig med. Diskussionen mand og mand imellem på arbejdspladserne er i høj grad styret af, hvad der har været i den foregående dags massemedier,⁹ ligesom spørgetid i Folketinget og andre politiske initiativer ofte udspringer af, hvad der har været taget op i medierne. Men mediernes dagsordensættende magt er ikke mediernes eneste magt.



Figur 2. Massemediene kommunikerer til alle.

Holdningsændringer er ikke altid, men ofte, et resultat af en påvirkning fra massemedierne. I tider med ringe social forandring er denne effekt dog begrænset, men i tider med hastig social forandring, hvor mange nye problemer og emner dukker op, er denne magtfaktor derfor i dag langt væsentligere end forskningen i 50'erne og en del af 1960'erne ville gøre den til.

Selektiv perception, hvorved forstås en opfattelse af diverse budskaber baseret på en udvælgelse af budskabets enkelte elementer, er en barriere, der kan virke som en beskyttelse over for en mediepåvirkning.¹⁰ Forsåvidt de holdninger, der udfordres, er forankret i et velintegreret net af holdninger, eller kraftig baseret i egne erfaringer, da fungerer selektion som en forsvarsmekanisme mod forandring og påvirkning. Og selektion er ikke kun en forsvarsmekanisme, der gør sig gældende med henblik på opfattelsen af, hvad der meddeles, men en mekanisme der i høj grad gør sig gældende som en beskyttelse mod udsættelse for meddelelser, o.lign., som man på forhånd ikke ønsker at udsætte sig for. I praksis fungerer denne mekanisme som en udvælgelse af de medier, som man kan lide.

I erkendelse af manglende viden om, »hvad der foregår«, kan det betyde, at man bevidst udsætter sig for nye påvirkninger, opsøger nye kommunikationskanaler, men generelt fungerer selektionen som en beskyttelse mod forandringer.

Selektiv eksponering kan finde sted med hensyn til de trykte medier, idet der trods den store nedgang i antallet af dagblade i Danmark, så dog stadig er nogle at vælge imellem, og således nogle at vælge fra. Den megen debat om TV, og argumentationen omkring behovet for et TV II, udspringer blandt andet af, at der ikke er en sådan fravælgelsesmulighed eller valgmulighed overhovedet i forbindelse med dansk TV. Hvis vi vil se TV og er så »uheldige«, at vi ikke er blandt de 2/3 af befolkningen, der kan se enten tysk eller svensk TV tillige, så har vi ikke andet valg, end den danske solokanal, vi kan ikke bortvælge og alligevel se TV.

Betragtet på denne måde er der et behov for et dansk TV II eller et behov for yderligere adgang til udenlandsk TV.

Betragtet ud fra den magt, som en enkelt kanal kan have, hvad angår den dagsordensættende virkning, så er der derigennem givet et andet argument for en udvidelse af TV-udbuddet, idet et øget udbud alt andet lige vil mindske virkningen af den enkelte kanal. Ligeledes vil dette mediums magt med hensyn til at påvirke adfærden også blive mere diffus.

Alle handlinger skal vurderes i en større påvirkningssammenhæng, i hvilken påvirkningen fra medierne kun udgør en del, om end ikke altid en begrænset del.¹¹ Men forskningsmulighederne omkring mediernes adfærdspåvirkninger er vanskelige, også fordi der langt fra altid foreligger en handling umiddelbart efter en mediepåvirkning. Fra mediernes omtale kender vi eksempler på mord og andre overfald, der er direkte inspireret af TV. Men i en lang årrække var forskningens svar på volden i medierne, at den kun havde effekt på såkaldt svage sjæle, altså på individer, der i forvejen var predisponerede. Den seneste konklusion inden for dette område peger dog helt klart på, at effekten af voldshandlinger i massemedierne er stor. Konklusionen er ikke baseret på en enkelt »hysterisk« undersøgelse, men baseret på en gennemgang af samtlige de forskningsrapporter, der gennem de sidste ti år har foreligget inden for dette forskningsområde.¹²

Vold kan være politisk aktivitet, og diverse pressionsgruppers anvendelse af

terrorhandlinger er et bevis herpå. Terroristers anvendelse af blandt andet kidnapninger og flykapringer som middel til politisk påvirkning ville slet ikke have den samme effekt uden massemediernes dækning. Anvendelse af store mediebevægenheder som olympiaden i München til terror er et uhyggeligt, men særdeles relevant eksempel på terroristers anvendelse af massemedierne til politisk aktivitet.

Mere traditionelle - man kan sige normale politiske aktiviteter - er stemmeafgivning. Vælgeradfærden og dens relationer til mediepåvirkninger er et velundersøgt område, både ved nationale valg og ved transnationale valg.

I et stabilt politisk system vil massemediernes påvirkning af vælgeradfærden være begrænset på grund af en træghed eller tilfredshed med det etablerede system, med det parti, man plejer at stemme på.

Men i situationer med politisk ustabilitet får massemedierne en væsentligt større magt med hensyn til at påvirke stemmeafgivelsen. Nye partier får ofte i kraft af deres nyhedsværdi en væsentlig mediedækning, og dermed en større plads i folks bevidsthed end det var muligt uden mediedækningen. Og jo flere, der er utilfredse og ustabile, jo større magt har massemedierne, idet et potentielt mobilt vælgerkorps er åbent for påvirkninger.¹³

Medieaktiviteten i sig selv er også en faktor, der kan stimulere valgdeltagelsen.¹⁴ Erfaringerne fra den komparative undersøgelse af valgdeltagelsen i de 9 EF-lande, der i 1979 stemte kandidater til det Europæiske parlament, er et godt eksempel herpå.¹⁵ En af de væsentligste faktorer til at forklare valgdeltagelse ved dette transnationale valg var kommunikationsaktiviteten, og analyserne viste, at det gjaldt såvel den nationale aggregerede kommunikationsaktivitet som den kommunikationsaktivitet, som den enkelte borger havde deltaget i.

Men stemmeafgivelsen, forstået som kandidat eller partistemme, var primært bestemt af de politiske holdninger, som kunne overføres til dette første europæiske valg. EF-undersøgelsen er et eksempel på, at den magt, som massemedierne har, skal ses i sammenhæng med den konkrete politiske situation, som massemedierne og det politiske system befinder sig i. Men uanset forankringen i den konkrete situation er der et behov for at nå til en generel opmærksomhed og afklaring omkring mediernes potentielle magt, der så i den konkrete situation kan styrkes eller begrænses af andre sociologiske og politologiske faktorer.

Hvordan kontrolleres massemedierne?

Når massemedierne har magt til at påvirke de politiske beslutninger og til tider magt til at hindre politiske beslutninger, har de dermed en indirekte magt over for det politiske system, som de selv er en del af, og det er derfor oplagt, at man fra forskellig side søger at kontrollere denne magt.

Visse former for direkte kontrol findes, men ofte tager kontrollen form af mere subtile politiske bindinger. Disse bindinger kan være af håndfast økonomisk eller juridisk art, men de vil ofte være af mere ideologisk eller normativ karakter.

De »fire presseteorier« viser klassiske eksempler på politiske bindinger mellem massemedier og regering af en normativ karakter.¹⁶ Presseteorierne, der jvf. bogens forord ikke alene beskæftiger sig med den trykte presse, men med alle

massemedier, er navngivet i en koldkrigsperiode, hvilket visse af navnene klart vidner om. Modstillingen af den »liberale presseteori«, som kendetegnende amerikanske massemedier, og den »sovjet-kommunistiske« med indlagt censur viser dette, men uanset dette »handicap« for en generel teori, er der fortsat særdeles relevante træk i de gamle opfattelser af, hvordan massemedierne burde forholde sig, og de kan stadig opfattes som vejledende for, hvordan nogle mener, at massemedierne bør forholde sig til det politiske system. Den liberale presseteori, ideologien om pressefriheden, er ikke kun et historisk dogme, men en størrelse, der jævnlige trækkes frem i argumentationen omkring massemediernes forhold til det politiske system. Diskussionen omkring indførelse af en direkte, selektiv pressestøtte i Danmark viste klart, at det ikke kun er en amerikansk ideologi, der har skjult sig bag den liberale presseteori.

I denne diskussion, som i diskussionen om radio og ikke mindst diskussionen om indførelsen af et dansk TV II, har den »sociale ansvarsteori« stukket sit hovede frem. Skal man i overensstemmelse med denne model pålægge medierne et socialt ansvar, der forpligter til at varetage, ikke blot majoritetens, men også minoriteters interesser?

Man kan argumentere for, at den sociale ansvarsteori er en udløber af den liberale presseideologi, men en sådan argumentation er, uanset at dens historiske oprindelse kan berettigede den, ikke særlig hensigtsmæssig i dag, hvor netop den »sociale ansvarsteori« påberåbes som et modtræk til den »liberale model«. Journalisternes frihed er ikke identisk med journalistens ansvar, og selv om de to nøgleord ofte kobles sammen i »frihed under ansvar«, bliver modellerne brugt i forskellige sammenhænge og ofte som modargumenter. For fuldstændighedens skyld skal nævnes den fjerde af de »fire teorier«, idet den »autoritative model« med massemedierne som statsmagtens forlængede arm ideologisk udgør en størrelse, der i sin praksis ofte er vanskelig at udskille fra den ovenfor nævnte sovjet-kommunistiske, om end klart forskellig fra denne, hvad angår den ideologiske selvforståelse.

De fire gamle »teorier«, der ikke opfylder kravene til egentlige teorier, opfylder en funktion, derved at de påpeger forskellige måder at arrangere et samspil mellem massemedier og det politiske system.¹⁷ Et samspil spændende fra frihed til at oprette og drive massemedier og i den ekstreme form med total frihed for alle journalistiske ytringer til en total afhængighed af det politiske system.

I Danmark kender vi friheden fra aviserne. I hvert fald princippet om frihed, selv om de enkelte blade i dag indgår i mere eller mindre offentliggjorte politiske bindinger. Bindinger der dog er langt mere diffuse end under firbladssystemet, hvor hvert parti i enhver større dansk by havde sin egen avis.

Radiatorådets magt over Danmarks Radio er i disse år omdiskuteret og hyppigt kritiseret. Initiativerne til at udvikle ætermedier uafhængige af de politiske partiers indflydelse, uafhængige af regering og Folketing er talrige. Den liberale model påberåbes som ideal eller som skrækeksempel. Men styringsformerne, som kendes fra »teorierne« og fra praksis diskuteres, og i sidste ende bliver det, hvad angår ætermedierne, et spørgsmål om partierne i Folketinget vil afgive sin magt over ætermedierne, en magt, der er mere håndfast og mere direkte synlig og dermed hyppigere kritiseret end den magt, som massemedierne har over det

politiske system. Diskussionen står især omkring TV mediet, mens radiomediet i disse år i højere grad får lov til at afprøve sine muligheder i relativ frihed gennem lokalradioforsøgene.¹⁸ Ikke at der ikke også foregår lokal TV forsøg, men dels er disse færre, og dels er der så megen angst omkring netop TV mediet, at det næppe får lov til at afprøve sin styrke i samspillet med det politiske system aldeles uden politiske bindinger.

Samspillets konsekvenser!

Samspillet mellem massemedierne og de politiske partier, under valgkampe såvel som mellem valgkampe, har ud over de allerede omtalte effekter også en række andre konsekvenser. I og med at massemedierne, og her specielt TV, har magt til at sætte dagsordenen, hvad angår emner og problemer, så har massemedierne også magt til at påvirke væsentlighedsopfattelsen på andre områder.

Aktørerne i det politiske system bliver defineret af massemedierne, og selv om det repræsentative demokrati bygger på politiske partier som repræsenterende forskellige samfundsgrupper, så er det i et billedmedium særligt nærliggende at personificere de politiske partier gennem udvælgelse af og udtalelser fra enkelte politikere. Derved lettes formidlingen af den for vælgerne noget abstrakte størrelse, som et politisk parti udgør.

Medierne definerer aktørerne, og medierne præsenterer konflikterne mellem debattørerne, således at ikke blot sagområder, men også konflikter kommer på dagsordenen. Konflikter giver ifølge traditionelle nyhedskriterier en »god«/bedre nyhed end en behandling af et politisk sagområde uden konflikt.

Vælgernes opfattelse af det politiske system bliver styret af massemedierne, og kun borgernes egne oplevelser giver sammen med en eventuel tidlig indlæring i forbindelse med skoleuddannelse o.lign. en ballast til mødet og konfrontationen med massemediernes billede af det politiske system.

Aktører med andre institutionelle placeringer end de folkevalgte politikere indgår så godt som ikke i billedet af det politiske system i tiden op til et valg, men også mellem valgene dominerer politikerne. Embedsmænd som aktører er usædvanlige i massemediernes billede af det politiske liv, uanset at de må tillægges en særdeles væsentlig rolle (behandlet i Jørgen Grønnegårds artikel), og massemedierne er derfor generelt med til at forstærke billedet af det repræsentative demokrati, det billede som Palle Svensson finder i sin undersøgelse (se artiklen herom). Imellem valgkampene er det tillige interesseorganisationerne og arbejdsmarkedets parter, der deltager i den politiske debat, som massemedierne formidler. Og igen er det konflikterne, der dækkes.

Massemedierne definerer altså ikke blot problemer, men også aktører og konflikter, og mediernes samspil med det politiske system er derfor en særdeles væsentlig faktor med magt til at påvirke den politiske virkelighedsopfattelse. Billedet af det aktuelle politiske system skabes af massemedierne, og det er vanskeligt for den almindelige borger at bryde dette billede, medmindre borgernes egne personlige erfaringer giver ham eller hende særlige forudsætninger herfor. Ideologiske overbevisninger kan til en vis grad fungere som filter ved perceptionen af, hvad der er væsentligt at beskæftige sig med, men dette filter må generelt anses for

mindre effektivt over for mediernes billede af, hvad der sker i de store dele af det politiske system, som borgerne ikke kommer i personlig berøring med. Derfor bør massemediernes aktiviteter og deres udvælgelseskriterier i samspillet mellem politik og massekommunikation følges opmærksomt.

- 1) *Det politiske system i Danmark*, Materialesamling, august 1982, Århus: Institut for Statskundskab, Aarhus Universitet.
- 2) En systematisk komparativ undersøgelse af alle ni lande, der deltog i EF-valget, blev foretaget på initiativ af International Institute of Communication i London og koordineret af Jay Blumler fra University of Leeds.
- 3) Michael Gurevitch og Jay G. Blumler, »Linkages between the Mass Media and Politics: A Model for the Analysis of Political Communications Systems«, i Curran, Gurevitch og Woollacott, *Mass Communication and Society*, London: Open University, 1977.
- 4) Marie-Claire Noël-Aranda, «L'attitude des Hommes de T.V. Face a la Campagne» i *Television in the European Parliamentary Elections of 1979: Final Report of a Cross-National Analysis*, London: International Institute of Communications, 1982, pp. 133-152.
- 5) Den danske Mediekommission har i perioden 1982-83 afgivet delbetænkning om NORDSAT (bet. nr. 936, 1981), om video (bet. nr. 954, 1982), om trykte mediers økonomi og beskæftigelse (bet. nr. 972, 1983) samt en dobbeltbetænkning om bredbåndsnet samt modtagelse af udenlandsk TV. I juni 1983 blev endvidere afgivet betænkning om et TV II.
- 6) Rapporten om massemedier (NOU 1982:30), Nærradio (NOU 1982:33), Kabelfjernsyn (NOU 1982:34), Pressestøtten (NOU 1982:44), Massemedier og mediepolitik (NOU 1983:3) er udarbejdet som bidrag til den norske magtudredning, idet man i Norge opfatter mediernes magt på linie med centralforvaltningens, diverse organisations og multinationale selskabers magt. I den norske magtudrednings arbejde med afklaringen af massemediernes magt søger man at belyse spørgsmålet ud fra en model på makroniveau anvendt på empiriske studier af mediernes magt. I rapporten kaldes denne tilgangsvinkel for institutionel, idet man prøver at studere samspillet mellem alle led i kæden: fra informationskilder med placering i forskelligt netværk over mediernes organisation, teknologi til mediernes tilknytning til andre institutioner, tillige med at der analyseres indhold og publikumsrelationer (her præsenteret efter Sverre Høyers omtale af rapporten i NORDICUM-Information nr. 2, 1983).
- 7) Medierne har ikke magt til direkte at påvirke den autoritative fordeling af goderne i samfundet, men kan i visse situationer påvirke aktører, der har direkte magt, og derigennem udøve indirekte magt.
- 8) En oversigt over nyere forskningsresultater inden for samspillet mellem politik og massemedier er givet i Karen Siune, *Valgkampe i TV og Radio*, Århus: Politica, 1982, pp. 18-46.
- 9) Steen Sauerberg viser i «Kommunikation og vælgere» i Borre m.fl., *Vælgere i 70'erne*, at den væsentligste begrundelse for danske vælgere til at udsætte sig for valgdudsendelser i radio og TV er at kunne deltage i diskussionen herom.
- 10) Joseph T. Klapper henviser i sin bog *The Effects of Mass Communication*, New York: Free Press, 1960, til selektion, herunder selektiv perception som den væsentligste årsag, til begrænset effekt i form af holdningsændringer, hvilket fører ham frem til konklusionen om massemediernes magt til at forstærke allerede eksisterende holdninger. Klapper giver dog samtidig talrige eksempler på kommunikation med væsentlig holdningsændrende effekt.

- 11) Marit Bakke viser i sin undersøgelse af fritidsadfærden i tre udvalgte danske lokalsamfund, *Fritid som velfærd*, København: Rhodos, 1982, at aviser, TV og radio forbruges af 70 pct. eller mere af alle over 16 år, samt at denne massekommunikation meget hyppigt gøres til genstand for interpersonel kommunikation.
- 12) *Television and Behavior; Ten Years of Scientific Progress and Implications for the Eighties*, vol. 1, Summary Report, National Institute of Mental Health, Maryland, 1982.
- 13) Sauerberg, *op.cit.* viser at netop denne type af vælgere anvender massemedierne mere end stabile vælgere.
- 14) Henry Valen og Per Torsvik, »Økningen i valgdeltagelsen ved kommunevalget i 1963 og Stortingsvalget i 1965«, *Tidsskrift for samfunnsforskning*, Bind 8, 1967, pp. 187-218; William A. Glaser, »Television and Voting Turnout«, *Public Opinion Quarterly*, 29, 1965, pp. 71-86; Jay G. Blumler og Jack McLeod, »Communication and Voter Turnout in Britain«, i T. Leggatt (ed.), *Sociological Theory and Survey Research*, Beverly Hills: Sage, 1974.
- 15) Jay G. Blumler og Anthony D. Fox, *The European Voter: Popular Responses to the First Community Election*, Studies in European Politics 6, London: Policy Studies Institute, 1982, pp. 96-115.
- 16) Fred G. Siebert, Theodore Peterson og Wilbur Schramm, *Four Theories of the Press*, Urbana: University of Illinois Press, 1969.
- 17) Erik Lund og Karen Siune, »Massemediernes etiske bindinger til samfundet. -Et teoretisk overblik med empiriske eksempler« i *Pressens Årbog*, København: C.A. Reitzel, 1976, pp. 9-23.
- 18) Erhard Jakobsen har dog allerede fra forsøgenes start opfordret Aktive Lyttere og Seere til at følge lokalradioerne kritisk, samt opfordret til at man sendte sin kritik til kulturminister Mimi Jakobsen, således at hun havde dem som udgangspunkt for sine kommende beslutninger om lokalforsøgene.