

Lunds Universitet
Sociologiska institutionen

**Television, socialisation
&
åsiktpåverkan**

Författare: Matilda Sigfridsson

Uppsats Soc 446, 41-80 p

Ht -00 och Vt -01

Handledare: Mats Beronius

Abstract

Författare: Matilda Sigfridsson

Titel: Television, socialisation & åsiktpåverkan

Uppsats: Soc 446, 41-80 p

Handledare: Mats Beronius

Sociologiska institutionen, Ht -00 och Vt -01

Den här uppsatsen handlar om televisionen i dagens samhälle. Frågeställningen som utreds är om televisionen kan bidra till homogeniserade åsikter, värderingar och normer. I första delen av uppsatsen beskrivs socialisation. Socialisation betyder mycket för denna fråga eftersom det är genom socialisation individer skapar sin uppfattning om världen, samhället och sig själv. Televisionen har blivit en del av vår vardag, och har även blivit en så kallad socialisationsagent. Den har till och med blivit mer och mer framträdande som sådan och kan därför påverka individer mycket. Den grundläggande teorin i uppsatsen är Cultivation Theory. Den diskuterar televisionens roll i samhället och anser att denne bidrar till ett elitistiskt samhälle. Ett samhälle där allmänheten blir påverkad av de meddelanden som visas och på så sätt ändrar uppfattningar och åsikter, kanske till och med utan att veta om det. Dock har andra socialisationsagenter stor makt att påverka, till exempel familjen och skolan. Det är alltså flera faktorer som påverkar individen och det är viktigt att dessa får rum i diskussionen.

Innehållsförteckning

1. Inledning	...3
2. Syfte och Problemformulering	...5
3. Metod	...5
4. Socialisation	...6
4.1 Vad är socialisation?	...6
4.2 Vilka sociala institutioner medverkar i socialisationen	...8
4.2.1 Familjen, skolan och kamratgruppen som socialiseringsagenter	...10
4.2.2 Massmedia som socialiseringsagent	...12
5. Teori och Analys	...16
5.1 Cultivation Theory	...17
5.1.1 Bakgrund	...17
5.1.2 Cultivation Theory och påverkan av televisionsmeddelanden	...20
5.1.3 Cultivation Theory och social ordning	...21
5.1.4 Cultivation Theory och social kontroll	...24
5.1.5 Cultivation Theory och socialisation	...27
6. Slutlig kommentar	...32
7. Litteraturförteckning	...34

1. Inledning

I boken *1984* av George Orwell, beskrivs ett samhälle med totalitärt styre, där människorna är indoktrinerade och bevakade från den dagen de föds. Det är den teknologiska utvecklingen som gör det möjligt att bevaka invånarna till den grad som beskrivs i boken. En del av utvecklingen är i form av "teleskärmar" som sänder meddelanden men som även verkar som ett öga genom vilken man kan bevaka människorna. "Teleskärmar" sänder ut meddelanden som propagerar för partiet vid makten och dess ledare, Storebror. Detta gör det möjligt för partiet att kontrollera invånarna och få dem att tro på åsikter och värderingar som gynnar partiet och dess fortsatta styre. George Orwells framtidsvision är skrämmande och kan verka överdriven, men samtidigt öppnar den för diskussion om vårt eget samhälle och en av dess teknologiska utvecklingar, televisionen.

Hur bildar en individ sin uppfattning om världen, samhället och sig själv? Vilka faktorer inverkar och påverkar denna process? Hur förs vår kultur vidare från generation till generation? Dessa frågor är inte lätt att få svar på och omfattar ett enormt område. Ett livligt diskuterat och undersökt område inom sociologi är *socialisation*. Där undersöks till exempel hur individen utformar sin verklighetsuppfattning, sina normer och ideologier, och vilka sociala institutioner som inverkar i och påverkar socialisationsprocessen. Hur mycket dessa socialisationsagenter påverkar individen är svårt att veta. En mängd undersökningar har gjorts men det är svårt att få ett fullständigt svar eftersom socialisation är en långsiktig process och pågår under hela individens liv. Vilka agenter som påverkar mer än andra är en annan fråga som undersöks. Familjen, kamratgruppen, skolan anses vara mycket viktiga och i dagens samhälle har även massmedia klivit in på arenan. Det är idag allmänt accepterat att massmedia påverkar och inverkar i socialisationsprocessen. Televisionen har blivit ett vanligt fenomen i vår vardag. Precis som familjen är självklar för en individ så är det nära nog självklart att det finns en television i hemmet. Televisionen förmedlar en mängd meddelanden, som innehåller till exempel information, kunskap, normer, värderingar och ideologier.

Det finns många olika motiv för massmediekonsumtion. Forskning har visat att de vanligaste motiven för människors mediekonsumtion är att få information, underhållning, avkoppling, tidsfördriv och för att få samtalsämnen. Ett annat motiv som ofta är förbiset är att få utlopp för känslor. Detta motiv kan vara omedvetet men ligger till grund för att ge utlopp för obearbetade erfarenheter. (McQuail, 1994)

Massmedia kan ha många olika effekter på människors beteende och denna fråga är mycket omdebatterad. En teori som diskuterar televisionens effekter på individen och samhället är *Cultivation theory*. Teorin menar att genom att televisionens meddelanden påverkar individers värderingar, normer och ideologier så kan samhället bevara sin ordning, kontroll och kultur. På grund av televisionens betydande roll i vår vardag blir vår verklighet påverkad av dess meddelanden. Teorin hävdar att masskommunikation leder till en homogenisering av åsikter, värderingar, ideologi och kultur i ett samhälle och istället för att bryta den dominanta världsbild som finns så stärker televisionen denna. Den gör det möjligt för eliten att bevara samhället på ett sätt som prioriterar denna grupps önsknings.

Hur blir individer påverkade av massmedia? Har massmedia makt att styra våra värderingar, normer och ideologier? Är dessa maktinstrument för att bevara samhället på ett visst sätt? Genom att diskutera massmedia som socialisationsagent och jämföra denna med andra socialisationsagenter, ska jag försöka svara på frågan om dess betydelse för individens utformande av sig själv och samhället.

2. Syfte och problemformulering

Syftet med den här uppsatsen är att studera och analysera hur individens värderingar, normer, åsikter och ideologier påverkas av massmedia. Jag har begränsat mig till att diskutera televisionen som massmedium. Detta omfattar ett stort område och jag har även begränsat mig till att behandla en teori, den så kallade Cultivation theory, men i diskussionen tar jag även upp perspektiv från andra masskommunikationsteorier. Uppsatsen är en litteraturstudie som är baserad på en beskrivning av socialisationen av individer och Cultivation Theory.

Frågeställningen som ska besvaras är:

- Kan televisionen och dess utbud leda till en homogenisering av åsikter, normer, värderingar och ideologi?

3. Metod

I den här uppsatsen har jag använt mig av en kvalitativ metod. Jag har gjort en litteraturstudie och därför är uppsatsen teoretisk. Utifrån litteraturen har jag ställt frågor och analyserat de data jag har fått fram.

Jag har valt att ställa en speciell masskommunikationsteori, Cultivation Theory, i centrum för uppsatsen. Jag har även använt andra teorier som diskuterar masskommunikation och har annorlunda perspektiv än Cultivation Theory, för att få ett bredare perspektiv på frågeställningen. Efter introduktionen följer ett avsnitt som diskuterar och beskriver socialisation. Detta har jag även diskuterat i relation till Cultivation Theory, eftersom socialisationsperspektivet är relevant för min frågeställning.

4. Socialisation

4.1 Vad är socialisation?

Termen socialisation kom i bruk på 1930-talet. Det var dock först på 1950-talet som det kom att användas i högre utsträckning. Socialisation har diskuterats inom många olika akademiska ämnen som till exempel socialantropologi, socialpsykologi och sociologi. Det har även blivit mer och mer omdebatterat inom masskommunikationsteorier. Diskussioner kring socialisering kan delas in i tre grupper: *innebörden av socialisation, socialisationssprocessen* och *socialisationsagenter*. (Rosengren och Windahl, 1989:159-160)

Under socialisationsprocessen är framförallt två parter involverade, individen och samhället. Individen kan å ena sidan ses som ett passivt objekt i socialiseringen som är representerat av olika socialiseringsagenter. Å andra sidan kan individen ses som ett aktivt subjekt, som tar del av och själv påverkar socialiseringsprocessen och dess effekter. Även samhället kan ses utifrån två olika perspektiv under socialiseringsprocessen. Konsensusperspektivet menar att samhället är relativt konfliktfritt och stabilt, det vill säga att man finner lösningar genom kompromisser. Konfliktperspektivet menar att samhället däremot innehåller många konflikter och är mer instabilt. Man kan även se samhället som fyllt av både konflikter och kompromisser. (Rosengren och Windahl, 1989:164-165)

“Socialisation is the process whereby we learn and internalize the values, beliefs, and norms of our culture and, in so doing, develop a sense of self.” (Croteau och Hoynes, 1997:14)

Genom socialisationsprocessen lär vi oss hur vi ska utföra våra roller som exempelvis vänner, kollegor, studenter, samhällsmedborgare. Socialisationsprocessen fortgår hela livet men är speciellt viktig för barn och ungdomar. Croteau

och Hoynes (1997) skriver att vi sällan märker av socialisationsprocessen, och därför reflekterar vi oftast inte när de dominanta värderingar, normer och moral som finns i vårt samhälle plötsligt blir *våra egna*. Vi lär oss hur vi ska bete oss på ett socialt accepterat sätt och samtidigt hålla på våra socialt anpassade värderingar, normer och övertygelser. Till exempel är det viktigt för ett samhälle att ha brottslingar och människor som inte följer de socialt accepterade reglerna som finns i varje samhälle. Dessa människor visar vad som inte är acceptabelt genom att bli straffade för sitt socialt oacceptabla beteende. Därför är de ett viktigt element i vårt samhälle och i socialisationen. Även media kan visa vilka beteenden som är accepterade eller inte, genom att via filmer eller nyheter visa vad som händer med människor som inte följer samhällets accepterade normer. Det socialt accepterade beteendet varierar dock mellan olika samhällen. I ett samhälle kan ett sorts beteende vara accepterat och i ett annat kan samma beteende vara straffbart. Kan detta bli ett problem när massmedia ingår som en socialiseringsagent? Till exempel sänds televisionsprogram via satellit och därmed sprids olika kulturella värderingar över världen. Kan detta bidra till att individer ifrågasätter sin egen kultur och samhälle i större utsträckning?

Enligt Croteau och Hoynes (1997) tar vi ofta det vi har lärt oss genom socialisering för givet och ifrågasätter sällan de normer, värderingar och ideologier vi tror på. Den enda gång vi gör det är när någon annan ifrågasätter den eller motsäger den. En kulturchock är ett typiskt exempel på detta. Vi är redan socialiserade in i en kultur och möter sedan ett nytt samhälle eller individer från ett annat samhälle som har helt andra regler, normer och värderingar.

Viktigt att ta upp när man diskuterar socialiseringsprocessen är hur aktiv eller passiv individen är. Det finns två olika perspektiv i denna fråga.

Samhällsperspektivet ser individen som mer eller mindre passiv. Socialisationen anses vara en relativt enkel process där ett redan existerande värdesystem skall överföras från en generation till en annan. Individperspektivet ser individen som en aktiv agent som själv väljer och formar olika motstridiga värdesystem.

Individen blir presenterad för en mängd olika värderingar, normer och ideologier, och väljer själv ut de som anses vara bäst.

”Behandlar vi individen som en passiv agent i socialisationsprocessen, innebär det även en ignorering av individuella skillnader som beror på ärftliga eller andra biologiska faktorer. I det individorienterade perspektivet är vi däremot tvungna att ta med biologiska faktorer som mognad, kognitiv utveckling etc i vår analys av individens beteende. Kortfattat kan individperspektivet sägas betona åsikten att individens existens i samhället är detsamma som att delta i utformandet av samhället.” (Jarlbro, 1988:16)

Enligt Jarlbro bör man använda individperspektivet inom socialisationsforskning. Eftersom samhällsförändring även innefattar individer är individens utveckling viktig även i makroperspektiv.

4.2 Vilka sociala institutioner medverkar i socialisationen?

Alla samhällen, även de mest odifferentierade, har tre huvudsakliga socialisationsagenter: familjen, kamratgruppen och arbetsgruppen. Präster, advokater och lärare kan vara socialisationsagenter i mer differentierade samhällen. Industriella och postindustriella samhällen har organisationer med specialiserade aktiviteter, till exempel fackföreningar, som också verkar som socialiseringsagenter. Dessa samhällen har även en annan viktig grupp som påverkar, nämligen massmedia. Fyra viktiga socialiseringsagenter i vårt samhälle är *familjen, kamratgruppen, skolan och massmedia.* (Rosengren och Windahl, 1989)

Den kultur som är överförd genom familjen eller kamratgruppen anses vara konkret men indirekt. Barnen lär sig till exempel genom att se hur deras föräldrar beter sig inför olika situationer. Dessa två socialisationsagenter har inte bara *syftet* att lära ut, men lär ändå ut på ett indirekt sätt. Kulturen som lärs ut är till exempel hur man ska bete sig i vissa situationer, accepterade eller oaccepterade beteenden i ett samhälle. Barn vet exempelvis inte hur samhället fungerar. Att man ska betala för sig i en affär verkar ganska ologiskt för ett barn. Det finns massor av saker

som man vill ha på hyllorna och det kan man inte bara ta. En sådan sak är till exempel föräldrarnas plikt att lära sina barn. Barnen lär sig antingen genom att se hur deras föräldrar beter sig eller så blir de tillsagda om de gör fel. Den kultur som överförs av mer formella organisationer som till exempel skolan anses vara mer abstrakt men tydlig. Man går till skolan för att lära sig. Ofta handlar kunskaperna om saker som inte finns i individens närhet, till exempel i samhällsvetenskap får man lära sig om statskick i andra länder. Därför kan kunskaperna som lärs ut i skolan anses vara abstrakta. Skolan informerar inte lika mycket om sociala handlingar eller beteenden. Massmedia däremot, lär ut såväl på ett tydligt och abstrakt som ett indirekt och konkret sätt. Till exempel kan individen lära sig acceptabla eller oacceptabla beteenden av att se en såpopera på televisionen. Programmet har inte ett syfte att lära ut men kan ändå göra det på ett indirekt sätt genom att visa vad som är rätt och fel. På grund av detta breda sätt att lära ut och föra kultur vidare, kan massmedia ta över stora delar av socialisationen från de övriga agenterna. Massmedias utbredning ökar och detta fenomen har gjort det möjligt för denna att ta över funktioner som tidigare tillhörde andra socialisationsagenter, till exempel familjen, kamratgruppen och skolan. (Rosengren och Windahl, 1989:166)

Socialisationsprocessen går genom olika faser där de olika socialisationsagenterna skiftar beroende på hur gammal individen är. Individens ålder är en viktig faktor när det gäller vilken av agenterna som är viktigast under en viss period. Till exempel är familjen som viktigast när individen är väldigt ung, ofta innan skolåldern. När barnet börjar skolan blir den en viktig agent och även kamratgruppen börjar bli viktigare för individen. Genom hela livet påverkas individen av olika socialiseringsagenter. Vissa agenter har mer makt att påverka än andra, exempelvis påverkas barnen mer av familjen än av skolan. Socialisationsagenterna interagerar även med varandra likaväl som individen interagerar med de olika agenterna. Till exempel jobbar skolan och föräldrarna ihop via föräldramöten och diskuterar där vad som är bäst för barnen.

Socialiseringsprocessen kan alltså ses som ett nätverk av ömsesidiga relationer mellan individen, socialiseringsagenterna och samhället. (Rosengren och Windahl,

1989:168) Individens värderingar, normer och verklighetsbild är formade genom ett samspel mellan olika faktorer och aktörer i individens liv. Därför blir inte individen bara påverkad från ett håll utan socialiseras och påverkas av många olika faktorer i samhället.

4.2.1 Familjen, skolan och kamratgruppen som socialiseringsagenter

Familjen och skolan är förväntad: *"..., to pass on core values, a sense of responsibility, an appropriate work ethic, and so forth. Educators often gear schools toward teaching children the necessity of submitting to authority, of being punctual and orderly, and of following instruction-skills and orientations that help produce a reliable, compliant worker for future employers."* (Croteau och Hoynes, 1997:15)

Gunilla Jarlbro (1988), *Familj, massmedier och politik*, menar att samhällsutvecklingen medför genomgripande förändringar även för familjen. Den "nya" industrialiserade familjen kunde inte längre hållas samman genom arbetsgemenskap utan detta måste baseras på andra förutsättningar. Jarlbro påstår att många av familjens funktioner har övergått till andra sociala institutioner. Familjemedlemmarna har blivit mer integrerade i andra institutioner och det som finns kvar av familjelivet är en intim och privat angelägenhet. (Jarlbro, 1988) Medlemmarna i en familj har allt fler aktiviteter utanför hemmet och har utvecklat egna intressen som inte tillhör familjen. Dock finns två primära funktioner kvar hos familjen: *en grundläggande uppfostran av barnen och att reglera familjemedlemmarnas känsloliv*. Jarlbro menar att familjen bara är en av flera primärgrupper vi ingår i. Under tonårsperioden minskas familjens betydelse medan vänner får större betydelse.

”Andra socialiseringsagenter, t ex skola, kamratgrupp, massmedier, har delvis ersatt familjen när det gäller såväl fastställandet av normer som tillhandahållandet av råd och vägledning i vissa bestämda valsituationer för de unga.” (Jarlbro, 1988:15)

Det finns forskare som har kritiserat socialisationsforskning, exempelvis har Smith (Jarlbro, 1988) ställt sig kritisk mot antagandet att föräldrarna verkligen påverkar sina barn i stor utsträckning. Han menar att frågan *om* de påverkar sina barn aldrig har undersökts utan det har alltid tagits för givet. Istället har man undersökt *hur* föräldrarna påverkar sina barn. En annan forskare, Kohn, anser att socialisationsprocessen är mer komplex än vad som tidigare ansetts och att det är alltför lätt att avfärda ämnet socialisation med att föräldrarna påverkar sin avkomma i stor utsträckning.

Hur stora skillnaderna är i värderingar och normer mellan olika generationer har att göra med hur snabbt och hur föränderligt samhället är. (Jarlbro, 1988) De skilda värderingarna och normerna kan vara bra exempel på att individen stöter på motsägande information under sin socialisation. Individen kan hamna mellan motstridiga budskap, det vill säga att två olika socialiseringsagenter motsäger varandra. Kamratgruppen har ett starkt inflytande i socialiseringen utan att kanske vara medveten om det. Dess inflytande motsäger ofta föräldrarnas inflytande och är som starkast för tonåringar. (Croteau och Hoynes, 1997) Kamratgruppen är liksom familjen en primärgrupp, det vill säga en liten social grupp där man känner varandra personligen och bryr sig om vad som händer de andra. Den anses vara primär eftersom dess starka relationer anses ha större betydelse för medlemmarna eftersom de blir mer djupgående än andra grupper.

Forskning om skolan som socialiseringsagent är relativt ung men idag kan få förneka den betydelse skolan har i socialisationssammanhang. Enligt Andersson (Jarlbro, 1988) företräder skolan vuxenvärlden. Det är skolan som lär barnet att ta ansvar, till exempel för läxor. Man får även lära sig att lyssna på andra och att acceptera andras åsikter. Det är även i skolan som barnet utvecklar sitt sociala nätverk genom att skaffa vänner.

Sammanfattningsvis är familjen, kamratgruppen och skolan viktiga faktorer i individens liv. Dessa socialiseringsagenter har utvecklat och förändrat sina funktioner i dagens samhälle. Familjen är till exempel inte *lika* viktig för individen som den har varit i tidigare samhällen. Familjen är fortfarande viktig, men funktionen som produktionsenhet har försvunnit. Man behöver inte längre varandra för att överleva utan är istället mer känslomässigt beroende av varandra. Även rollerna i familjen har förändrats och familjemedlemmarna utvecklas både tillsammans och separat. Man har olika intressen och därför kan individen bli mer självständig i familjen. Individerna spenderar även stor del av sin tid utanför hemmet vilket gör att andra sociala institutioner får en stor betydelse. Individen blir påverkad av många olika socialiseringsagenter under socialiseringsprocessen. Massmedia är en av de sociala institutioner som har fått större betydelse i dagens samhälle och dess roll som socialiseringsagent kommer jag ta upp i nästa avsnitt.

4.2.2 Massmedia som socialiseringsagent

Massmedia har fått ett mycket starkt inflytande i socialiseringsprocessen. Det finns t ex undersökningar som visar att när en amerikansk student tar sin examen har den personen spenderat mer tid framför televisionen än i klassrummet under sin collegetid. (Croteau och Hoynes, 1995:15) Normer, värderingar och övertygelser som blir presenterade i media påverkar tittare och har därför inflytande i socialiseringsprocessen.

Massmedia har fått stor betydelse i vår vardag och dess existens kräver ingenting i gengäld, förutom att du ska använda den och ta emot dess meddelanden. Det är en perfekt underhållare och informatör. I exemplet som följer nedan beskrivs televisionen som den respektable mannen och jag anser att detta exempel visar hur viktig televisionen har blivit i våra liv.

”Suppose that your doorbell rang and you opened the door to find a very pleasant, well-dressed, and respectable man standing there. You smile inquiringly

at the man (he doesn't look like a salesman or an F.B.I agent) and ask what you can do for him. He replies that, on the contrary, he wants to do something for you. He still doesn't look like a salesman, so you wait, still smiling to hear what he has to say. He has a very simple proposal. He wants to come and visit your house every day for a few hours (particularly in the daytime while you are working and on weekend mornings when you want to sleep late) and tell stories to your children. He has no ulterior motive, he just likes to tell stories to children (maybe, just occasionally, he will tell them about some toy they might like to have or some new cereal they would like to eat), and he would love to baby-sit for your children and keep them happily entertained while you are busy or when you want to get away from the kids. It is really a simple, tempting offer. What would you do?" (Jarlbros, 1988:36-37, ursprungligen citerat från Gross och Jefferies-Fox, 1978:264)

Exemplet ovan visar hur viktig televisionen har blivit för barn och vuxna i vårt samhälle. Den kan användas som barnvakt och underhålla barnen under dagen när föräldrarna jobbar. Barn och ungdomar spenderar mer och mer tid framför televisionen idag och det vore konstigt om vi inte tog intryck och blev påverkade av ett så viktigt inslag i vår kultur. (Von Feilitzen, Filipson et al., 1989) Enligt Mediabarometern 1986 är det, näst efter arbete och sömn, massmedierna som den vuxne svensken ägnar mest tid åt. Undersökningen visade att den genomsnittliga exponeringen för olika medieutbud är sex timmar per dag och individ. Självklart skiljer sig medieanvändandet mellan olika grupper i samhället. En av dessa grupper är ungdomar och barn. Jarlbros menar att det är konstigt hur lite uppmärksamhet medier har fått i rollen som socialiseringsagent med tanke på hur mycket tid ungdomar och barn ägnar åt massmedier. Vidare menar hon att man borde ha studerat massmedier i samma utsträckning som man har studerat familj, skola och kamratgrupper som socialiseringsagenter. (Jarlbros, 1988)

Masskommunikationsforskning har antagligen varit mer öppen till socialisationsteorier än tvärtom. Inom allmän socialisationsforskning har massmedia och masskommunikation blivit lite utforskat. Det finns många exempel på socialisationsteorier som endast har nämnt massmedias roll kort och

därför har ämnet inte blivit så utforskat från det perspektivet. Däremot har masskommunikations-forskning haft intresse av att undersöka socialisering i högre utsträckning. Den del av masskommunikationsforskning som är intressant för ämnet socialisering är individens användning av massmedia och dess effekter. Det finns två huvudsakliga forskningstraditioner inom masskommunikation och socialisering:

1. den som ser individen som ett objekt - effektforskning
2. den som ser individen som ett subjekt - användningsforskning

Rosengren och Windahl (1989) anser att en forskningsmetod som använder båda dessa traditioner är att föredra eftersom användning och effekter av massmedia påverkar varandra. Effekterna beror ofta på i hur stor utsträckning individen använder sig av massmedier. En distinktion som har varit mer framträdande i masskommunikationsforskning än i socialisationsforskning är den om konsensus- eller konfliktperspektiv. Inom masskommunikationsteorier har det diskuterats hur samhällsordning kan bevaras i ett samhälle som är karaktäriserat av differentiering. I dagens samhälle finns många olika grupper, individer och klasser som har olika åsikter, värderingar och ideologier. Masskommunikation eller kommunikation överhuvudtaget gör det möjligt att reproducera och bevara samhället och dess ordning. (Rosengren och Windahl, 1989) Frågan är dock om masskommunikation bidrar till att dominanta värderingar i samhället kan bevaras och kan fortsätta vara dominanta? Som diskuterats tidigare i uppsatsen har individen fått alltmer utrymme i samhället bland annat på grund av att många olika sociala institutioner finns runt om denne. Skulle inte detta kunna öka individens ifrågasättande av samhället och därmed utmana de dominerande värderingarna?

Det är intressant att jämföra socialisationsteorier med masskommunikationsteorier för att se i vilken utsträckning de kan tänkas inverka i och påverka varandra. Von Feilitzen (Jarlbro, 1988) anser att medierna erbjuder mer kunskaper än normer och värderingar. Däremot anser många andra forskare, till exempel Rosengren och Reimer (1986), att massmedierna även verkar som bärare av samhällsliga värden.

Hur mycket och vilka normer och värderingar massmedia kan bidra med i socialisationsprocessen är svårt att få svar på. Jarlbro menar dock att de framförallt borde ligga i områden där familjen, kamratgruppen, skolan och individen saknar erfarenheter. (Jarlbro, 1988)

Noble (Jarlbro, 1988) påstår att televisionen i dagens samhälle kan ersätta släkt och grannar. I det gamla bysamhället kunde barnen växa in i sina vuxenroller på ett naturligt sätt. I dagens samhälle däremot är barnen isolerade från vuxenvärlden på ett annat sätt och där kan televisionen komma in i bilden. Den har möjlighet att ge barn och ungdomar en inblick i vuxen- och yrkeslivet. Svenning och Svenning (Jarlbro, 1988) menar att mediernas roll i socialisationsprocessen först och främst är att ge anvisningar om hur man ska tolka och förstå den sociala världen. Det finns andra forskare som till exempel George Gerbner som menar att televisionen förmedlar en underlig och annorlunda värld där ofta de övre skikten av samhället är representerade. Gerbner och hans *Cultivation Theory*, som jag ska ta upp längre fram, anser att ju mer tid en individ tillbringar framför televisionen desto mer kommer individens verklighetsbild överensstämma med televisionens verklighetsbild. (Jarlbro, 1988) Borde man ändå inte ha i åtanke att individen inte är helt isolerad från omvärlden och att andra socialisationsagenter (förutom massmedia) även påverkar individen i hög utsträckning?

5. Teori och Analys

Min tanke med den här uppsatsen är att diskutera massmedias roll i individers liv i dagens samhälle. Vidare är avsikten att se hur pass mycket massmedia kan påverka våra värderingar, normer och verklighetsuppfattning. Media och speciellt televisionen har fått en stor roll i vår vardag och idag ifrågasätter man knappt dess existens. Man tar för givet att den finns där. Vad som inte är lika självklart är de effekter som media kan ge, och frågan om hur mycket vi blir påverkade av dem är mycket svårt att få svar på. Genom att diskutera massmedias roll som socialiseringsagent har jag kommit till den slutsatsen att dess ”makt” ökar och att media har möjlighet att ta över funktioner som tidigare har tillhört andra sociala institutioner. Med detta påstående menar jag inte att andra institutioner inte är lika viktiga som media i socialiseringssammanhang utan endast att media har klivit in på arenan och blivit mer och mer delaktig i socialiseringen av individer. Familjen är en institution som har förändrats mycket genom tiderna och i dagens samhälle är den inte lika livsviktig för individen som den har varit tidigare. Idag kan familjen vara en trygghet och en bas för uppbyggandet av individens liv. I barnets tidiga ålder har familjen självklart fortfarande en stor betydelse men ju äldre barnet blir desto mer tar andra sociala institutioner över, som till exempel skolan och kamratgruppen. En institution som har börjat ”inkräkta” även i barnets tidiga ålder är media och framförallt TV. Televisionen kan användas av föräldrarna mer eller mindre som en barnvakt och barns tv-tittande har ökat under de senaste åren. Därför har televisionen en stor roll i socialisationsprocessen. (Von Feilitzen, Filipson et al., 1989) Dess budskap når ut till barn i tidiga åldrar och därför har televisionen ett stort ansvar i individens formande av värderingar, normer och verklighetsbild.

Dock är det svårt att mäta effekterna av TV-tittande. I hur stor utsträckning påverkar media individer? Är individen passiv eller aktiv i processen när man skapar värderingar, normer och verklighetsbild? Är media passiv eller aktiv som bärare av information och kunskap? Eller är media i själva verket ett verktyg för andra som på så sätt kan föra vidare den bild av verkligheten som de vill att individer ska ha? Är det upp till individen att själv välja ut de lärdomar som anses

vara viktiga? Kan masskommunikation förhindra samhällsförändring därför att de favoriserar de dominanta värderingarna? Bevaras samhällsordning genom masskommunikation? Kan den enorma mängd av motstridig information som individen får dagligen, öka individens eget reflekterande och ifrågasättande? Kan televisionen välja ut och skapa den kultur som ska reproduceras till nästkommande generation? Det finns en mängd frågor när man undersöker televisionens effekter på individer och samhälle. I följande avsnitt ska jag beskriva Cultivation Theory som diskuterar många av de frågor som finns ovan. Jag har valt att använda mig av Cultivation Theory eftersom den diskuterar televisionen som ett naturligt inslag i vår vardag. Många andra teorier diskuterar televisionen som ett yttre objekt, vilket den inte längre är. Den har blivit en del av vår uppväxt, liv och samhälle. Naturligtvis finns det många fler teorier som skulle vara intressant att ta upp i detta sammanhang men det finns tyvärr inte utrymme för det. Jag kommer dock att ta upp några av dem i samband med Cultivation Theory.

5.1 Cultivation Theory

5.1.1 Bakgrund

Cultivation Theory är en av tre inriktningar inom området Cultural Indicators som har utformats och utvecklats under 20 år av George Gerbner. Det är en inriktning inom kommunikationsforskning som kom till på 1960-talet i USA, efter mordet på Martin Luther King och Bobby Kennedy. Det var första gången man började undersöka hur stor effekt våld i media kan ha på sin publik. Cultural Indicators undersöker tre områden:

1. De institutionella processer som ligger bakom produktionen av medieinnehåll.
2. Bilder i medieinnehåll.
3. Samband mellan exponering av televisionens meddelanden och publikens övertygelser och tro.

Den tredje punkten beskriver vad Cultivation Theory undersöker. Det är en form av effektforskning och teorin diskuterar generella och genomträngande effekter av mediaexponering i ett makroperspektiv. Cultivation Theory argumenterar för att televisionen dominerar vår symboliska miljö genom att ha fått en betydande plats i vår vardag. På grund av televisionens betydande roll blir vår verklighet påverkad av dess meddelanden och istället för att bryta den dominanta världsbild som finns i samhället så stärker televisionen denna. (McQuail, 1994)

"In this theory of media effect, television provides many people with a consistent and neartotal symbolic environment which supplies norms for conduct and beliefs about a wide range of real-life situations. It is not a window on or a reflection of the world but a world in itself." (McQuail, 1994:365)

Gerbners ursprungliga mål var att utveckla en tradition inom masskommunikationsforskning som var annorlunda mot de då dominanta traditionerna som diskuterade medias makt i termer av övertalning och propaganda. Enligt Gerbner skapar kommunikation den symboliska miljö som är vår kultur. Denna symboliska miljö förs vidare mellan individer genom kommunikation. Den symboliska miljön, eller kulturen, visar oss de sociala nätverk och institutioner som finns i vårt samhälle och kan på så sätt "cultivate" dem. Cultivation betyder:

"..., the process within which interaction through messages shapes and sustain the terms on which the messages are premised." (Shanahan och Morgan, 1999:12)

Cultivation är en process som pågår hela livet. Televisionen är inte den enda faktor som påverkar processen, utan lager av sociala, kulturella och personliga skillnader påverkar även hur individen blir "cultivated" och till vilken grad televisionen kommer att påverka en individs tankar. Alltså, din kulturella, sociala och personliga bakgrund är även en del av cultivationsprocessen eftersom ditt kön, din ålder, eller din klasstillhörighet, kan bidra till att du uppfattar de meddelanden

som televisionen visar på ett specifikt sätt. Dock menar Cultivation Theory att i de fall där en individ saknar personlig erfarenhet kan televisionens historier bidra till att individen ändå får kunskap inom detta område. Televisionen kan till exempel visa hur det är och hur det känns att vara en ung kvinna i en viss klass i samhället. Vilket typ av liv hon lever, hennes värderingar och åsikter. Därigenom kan en person som inte har denna bakgrund få en uppfattning om denna kvinnas liv, givetvis berättat av televisionen och därför kan en generalisering av kvinnor i samma ålder och klass göras av publiken. Cultivation är inte en envägsprocess. Det är snarare en aktiv process där både publiken och televisionen är delaktiga (Shanahan och Morgan, 1999), det vill säga publiken tolkar televisionens meddelanden på grundval av den specifika sociala och kulturella bakgrund publiken har.

Forskningsmetoden i cultivation theory går till på följande sätt: En analys av medias innehåll görs, där man identifierar och går igenom de vanligaste meddelanden som visas. Det kan handla om värderingar, föreställningar och porträtt som förs vidare till tittarna. Forskare inom den här grenen har funnit att de värderingar som förs vidare av media ofta stämmer överens med de dominanta värderingar som finns i samhället. (Signorelli, Morgan et al., 1990) Efter analysen av medias innehåll följer en undersökning av individers förhållning till omvärlden. De frågor som ställs till individerna är tagna ur den tidigare analysen av mediemeddelandens innehåll. Här ställs även en fråga om hur mycket respektive person tittar på televisionen i jämförelse med andra informationskällor och därefter bestäms det om personens TV-tittande är "light", "medium" eller "heavy". Här efter utförs en analys av hur mycket en person är påverkad av informationen de får och hur televisionens meddelanden bidrar till personens verklighetsbild, ideologi och värderingar. Signorelli och Morgan (1990) tillägger att små effekter måste tas upp i cultivation analysis eftersom även små effekter kan bidra till större förändringar inom till exempel kulturen och politiska frågor, dock under ett längre tidsperspektiv. (Signorelli, Morgan et al., 1990)

5.1.2 Cultivation Theory och påverkan av televisionmeddelanden

Cultivation Theory gör en skillnad mellan "heavy-" och "light viewers". Den undersöker och jämför individer som tittar mycket på television med individer som tittar mindre och använder sig av andra informationskällor. Därefter jämförs respektives verklighetsbild. Teorin antar att den verklighetsbild som televisionen visar påverkar "heavy viewers" till den grad att de upplever världen på ett sätt som speglar de mest repeterade meddelanden som televisionen visar. Där antas det att individer som använder sig av fler informationskanaler än bara televisionen, blir mer reflekterande och ifrågasättande inför den informationen som de tar emot. De vanligaste variablerna som skiljer "light-" och "heavy viewers" åt är: kön, inkomst, utbildning, social isolering/integrering och andra demografiska och sociala skillnader. Till exempel har undersökningar visat att "heavy viewers" i större städer visar större rädsla för att bli utsatta för våld än "light viewers", efter att ha sett våldsfilmerna. Ett annat exempel är att "heavy viewers" oftare är "moderate" i ett "liberal-moderate-conservative" spektrum. (Shanahan, Morgan, 1999)

I likhet med Cultivation Theory, diskuterar *Knowledge gap hypothesis* skillnader i olika sociala grupper angående information och kunskap. Teorin hävdar att dessa klyftor ofta beror på individens sociala position och skillnader i utbildning. Man har funnit ett samband mellan social klass, intresse av information och förmågan att kunna svara på frågor vad gäller politiska, sociala eller ekonomiska ämnen. Det finns två inriktningar inom hypotesen om kunskapsklyftor. Den ena diskuterar den allmänna distributionen av information i samhället och mellan olika sociala klasser. Den andra inriktningen diskuterar att vissa individer är mer informerade än andra i specifika ämnen. Media har möjlighet att öppna och stänga "informationsdörrar" och detta kan ses som en orättvisa. Dock menar Nowak (McQuail, 1994:358) att all information inte är nödvändig för alla. Som individ väljer man själv vad för typ av information man är intresserad av och där ligger en

del av klyftorna mellan olika klasser i samhället. Man menar här att individer har olika intressen beroende på vilken social status och personlig erfarenhet man har. Detta är ett ganska intressant perspektiv i jämförelse med Cultivation Theory. Skillnaden mellan Cultivation Theory och Knowledge gap hypothesis är att de för fram olika orsaker till vilka individer som blir påverkade av televisionens meddelanden. Cultivation Theory menar att den huvudsakliga orsaken är mängden av tid en person spenderar framför televisionen, men anser även att personens sociala position spelar roll för hur informationen påverkar individen. Huvudorsaken är emellertid om personen är "light-" eller "heavy viewer". Knowledge gap hypothesis däremot anser att det i första hand är beroende på social klass eller utbildning, hur mycket individen påverkas, hur individen uppfattar det som visas och hur mycket tid personen spenderar framför televisionen. Knowledge gap hypothesis menar att skillnader mellan olika klasser i samhället ökar inom området av information och kunskap, alltså att samhället blir mer och mer segregat inom kunskap och information.

5.1.3 Cultivation Theory och social ordning

Enligt Cultivation Theory påverkar televisionen individer genom att om och om igen presentera samma bilder och metaforer. Det är samma grundtanke som finns inom reklam. Där vet man att repetition säljer och det är denna tanke som finns även hos Cultivation Theory. Människor som blir utsatta för samma reklam dagligen, blir påverkade att köpa produkten. Likadant, men med en annan "produkt", menar Cultivation Theory att människor som blir utsatta för samma meddelanden som innehåller vissa värderingar och visar en viss bild av verkligheten, "köper" dessa meddelanden och betraktar dem till slut som deras egna. Shanahan och Morgan (1999) beskriver televisionen som en kulturell flod där alla på något sätt blir meddragna. De små ämnen som utgör vattnet i denna flod beskrivs som historier. Mycket av det vi vet eller tror att vi vet har vi ofta aldrig personligen erfart. Istället har vi fått det berättat för oss i form av historier. Att vi till exempel vet att ett sorts beteende inte är lämpligt behöver inte betyda att vi har lärt oss det genom personlig erfarenhet utan att vi istället har fått det berättat

för oss. På så sätt bidrar dessa historier till den sociala ordningen, eftersom det är historierna som visar vad som är lämpligt, inte vår egen erfarenhet.

Gerbner menar att vi kan betrakta kommunikation som ett utbyte av historier. Historierna som förs vidare i en kultur innehåller och grundlägger den kulturens ideologier och värderingar. Vad som kan verka skrämmande och vad Cultivation Theory även diskuterar är att "historieberättarna" är en grupp som krymper och innefattar idag några få globala institutioner. Dessa har kontroll över och tjänar pengar på att föra historier vidare. (Shanahan, Morgan, 1999)

Silvio Berlusconi och Rupert Murdoch är exempel på två mediemoguler.

Berlusconi är ägare av Italiens tre största kommersiella televisionskanaler. Hans TV-kanaler kontrollerar 35.5 % av Italiens reklammarknad. Han är även ägare av Mondadori Publishing House, som är det största publiceringsföretaget i Italien och ger ut den populära veckotidningen *Pandora*. Berlusconi har givit sig in i politiken och har utnyttjat sina televisionskanaler till att kritisera den dåvarande regeringen. (www.freemedia.at/wpfr/italy.htm)

Rupert Murdoch är ägare till ett av världens största massmedieimperier. Det inkluderar rikstäckande tidningar i Australien, Storbritannien och USA. I England äger han *The Times*, *Sunday Times* och *The Sun*. Vidare är Murdoch ägare till merparten av *Star TV*, (vars mål är att kontrollera satellitsänd TV från Japan till Turkiet), filmbolaget Twentieth-Century Fox, sju TV-stationer i USA och ett bokförlag. Statliga myndigheter och EU har kritiserat Murdochs medieimperium för att vara ett hot mot demokratin och yttrandefriheten, men det är lite man kan göra eftersom det sträcker sig över nationsgränserna. Genom sitt medieimperium har Rupert Murdoch till och med makt nog att kontrollera nationella regeringar. (Giddens, 1997)

Televisionen är ett perfekt redskap för att nå ut till så många människor som möjligt och därigenom tjäna mer pengar på det. Det kulturella arvet som förs vidare genom historierna som sänds av televisionen är kontrollerade av några få medieinstitutioner vars största intresse är att tjäna pengar på denna process snarare än att informera och lära ut. Medieinstitutionerna är ofta relativt okända för

allmänheten och självklart inte demokratiskt valda. Cultivation Theory menar att de sällan bryr sig om vad deras historier innehåller så länge de attraherar publiken. Istället för att ha ett mål att utbilda och informera så är televisionens värld skapad efter marknadsstrategier, alltså utbud och efterfrågan. (Shanahan och Morgan, 1999)

Gerbner urskiljer tre olika sorters historier som televisionen erbjuder. Det finns historier som berättar hur saker *fungerar*, dessa historier kallas ”fiction” och visar en fantasibild om verkligheten. Det finns historier som berättar hur saker *är*, dessa kallas för nyheter. Slutligen finns det historier som berättar hur vi ska *göra*, de visar värderingar och val. (Shanahan och Morgan, 1999) Gerbner menar att dessa tre typer av historier tillsammans bildar en kultur som förs vidare genom *televisionen*. Cultivation Theory ser televisionen som en kraft som drar samman kulturen. Tidigare var kulturen utspridd över olika arenor men televisionen har möjlighet att föra dessa kulturella arenor samman och på så sätt kan den allmänna sfären försvinna in i denna enda kulturella kraft.

Cultivation Theory hävdar inte att televisionen styr och bestämmer vad vi ska göra och hur vi ska tänka. Däremot visar den oss vad de flesta människor tänker och tycker, alltså den visar den allmänna opinionen. Detta argument liknar *Agenda-setting hypotesen*. Agenda-setting argumenterar för att media har makt att välja ut vilka frågor, åsikter och värderingar som ska anses vara viktiga i samhället. Teorin hävdar att media har makt över både politiker och allmänheten att påverka deras prioriteringar vad gäller åsikter, samhällsfrågor och värderingar. Det som skiljer agenda-setting och cultivation åt i det här avseendet är att Cultivation Theory inte diskuterar de dagliga agendorna, alltså de mer kortsiktiga och ytliga frågorna i samhället, utan istället tittar på de meddelanden som går djupare på det kulturella planet, de som visar de mest grundläggande frågorna om vår kultur, till exempel normer, värderingar och ideologier. Dessa kulturella meddelanden är relativt ”gömda” i medias historier och repeteras så ofta att de blir mer eller mindre osynliga för betraktaren. (Shanahan och Morgan, 1999)

För att sammanfatta, Cultivation Theory hävdar att kultur är ett system av massproducerade historier som når ut till fler och fler människor i deras vardag. Det är till stor del de få medieorganisationerna som bestämmer vad som ska visas på televisionen. Innehållet i historierna syftar inte i första hand till att informera och utbilda individer utan att skapa vinst åt medieorganisationerna. Televisionen har fått en betydande plats i grundläggandet av de mest vanliga övertygelser, värderingar, ideologier och bilder. Cultivation Theory anser även att televisionens historier kan bidra till social ordning eftersom de ger oss budskap om vad som är lämpligt och acceptabelt oberoende av våra egna personliga erfarenheter.

5.1.4 Cultivation Theory och social kontroll

”Cultivation thus means, ..., affirmation for the believers and indoctrination for the deviants.” (Signorelli, Morgan et al., 1990:19)

Cultivationforskare ser sin tradition som en kritisk teori om kommunikation. Det är även en teori om medias roll i social kontroll. De undersöker hur media kan bidra till konsensus i sociala system. Alltså, hur media kan bidra till en homogenisering av värderingar och prioriteringar i samhället. Teorin antar även att det sociala systemet ”favoriserar” eliten i samhället. Eliten är helt enkelt den grupp som har möjligheter och förmåner i ett samhälle, det kan vara både individer och grupper. Cultivation Theory diskuterar hur cultivation kan bidra till att behålla samhället på detta sätt. Teorin har fem argument för att cultivation kan bidra till social kontroll:

1. Masskommunikationsinstitutionerna är ägda av den sociala, kulturella och ekonomiska eliten i samhället.
2. De flesta meddelanden som sänds är ”kodade” i syfte att prioritera elitens önskningar.
3. Att mediemeddelanden innehåller elitens behov och önskningar kan undersökas empiriskt och Gerbner har funnit detta samband genom undersökningar.

4. Individer är delaktiga i processen där eliten kan nå ut till dem och på så sätt bidra till social kontroll. Cultivation betyder, återigen, inte att publiken blir övertalad till att tro på vad de ser. Meddelanden behöver inte bli accepterade av publiken men däremot anser Cultivation Theory att det är ett perfekt sätt för eliten att försöka påverka den.
5. Undersökningar har visat att individer som tittar mycket på television har liknande värderingar och övertygelser som de som visas på televisionen.
(Shanahan och Morgan, 1999)

"In some ways, we argue that television creates "propaganda without propagandists," a system wherein no particular individual or entity can be found responsible for the effects of messages. Such a system, ineffable as it may be, is perhaps more effective than the more sinister government-controlled propaganda systems, because audiences are not generally under the impression that control processes are taking place." (Shanahan, Morgan 1999:19)

Som citatet ovan beskriver teorin att ingen kan få skulden för de effekter som meddelanden kan ge och att detta sätt att påverka människor kanske är det mest effektiva eftersom publiken inte inser att de blir kontrollerade på detta sätt. Det finns många olika grupper med olika värderingar, åsikter och ideologier i samhället. Cultivation theory menar inte att mer radikala åsikter försvinner utan hävdar att det sker en ökad homogenisering av åsikter i samhället. Teorin kallar detta fenomen för "mainstreaming". Alla grupper blir påverkade av strömmen i denna flod men det betyder inte att alla kommer att sträva åt samma håll. Man kan se televisionen och dess "mainstream" meddelanden som den centrala floden av information. Runt om denna flod finns dock små bäckar, som utgörs av olika grupper i samhället med andra värderingar, ideologier. Detta betyder inte att alla dessa bäckar till slut sluts samman med den centrala floden, men de för med sig en del av dess vatten (meddelanden) åt ett annat håll och är på detta sätt påverkat av "mainstream".

Mainstreaming betyder att åsikter, ideologier och värderingar homogeniseras i ett samhälle. Televisionen har möjlighet att föra denna mainstream vidare genom att

människor som tittar mycket på TV blir påverkade. Skillnader i perspektiv och beteenden som kommer ifrån andra faktorer som till exempel kön, bakgrund och utbildning blir utsuddade på grund av mycket TV-tittande. (Signorelli, Morgan 1990) Att televisionen har en homogeniserande verkan på åsikter är även diskuterat i en teori som Noelle-Neumann (McQuail, 1994) har lagt fram. Denna teori kallas *the Spiral of silence*. Teorin menar att individer inte vågar yttra sina verkliga åsikter om de inte tillhör den allmänna opinionen. På detta sätt kan det verka som om samhället blir mer och mer homogeniserat men i själva verket så behåller individer sina ”annorlunda” åsikter i tysthet. Detta bildar en ond cirkel i samhället, där individer inte vågar yttra sina åsikter om de inte är en del av den allmänna opinionen och därför kan de dominanta värderingarna fortsätta att dominera. En studie gjord av Noelle-Neumann 1991 (McQuail, 1994) gällde en omdebatterad fråga, nämligen kärnkraft. Undersökningen visade att media skrev mycket om denna fråga och gav negativ kritik. Den allmänna opinionen för kärnkraft påverkades starkt av medias negativa åsikter och därmed minskade stödet för kärnkraft. Cultivation Theory påstår att media kan bidra till en homogeniserande effekt i samhället, *the Spiral of silence* däremot argumenterar för att det kan se ut så på ytan men att individer i själva verket behåller sina åsikter för sig själva såvida de inte tillhör den allmänna opinionen. Båda teorierna anser dock att de dominanta värderingar och åsikter som finns i samhällen förblir ohotade.

Återigen, Cultivation Theory hävdar att masskommunikation leder till en homogenisering av åsikter och värderingar. Detta borde betyda att den information som televisionen sänder i stort sett innehåller likadana budskap. Men masskommunikation borde ju kunna ge en motsatt effekt, nämligen öka heterogeniseringen i samhället och öka en förståelse för annorlunda värderingar och åsikter? All information som vi får presenterad är ju ofta motstridig och även om media skulle kunna förstärka till dominanta värderingar i samhället så finns det andra institutioner och sociala omständigheter som påverkar i hög utsträckning. Till exempel reser människor mer och får på detta sätt kunskap och information om andra kulturer än sin egen. Även media informerar om andra sociala system än vår egen. Kan kunskapen om andra kulturer och samhällen öka

ett ifrågasättande och reflekterande över det egna samhället och kulturen? Även om en ökad homogenisering av åsikter och värderingar sker, kan masskommunikation även leda till en ökad förståelse för det annorlunda och avvikande. Masskommunikation ökar och gör globalisering möjlig. Globalisering i sin tur ökar en homogenisering av kulturer över världen. Dock, samhällen kan antas bli alltmer individbaserade i och med att individer får mer och mer utrymme och möjlighet i samhället. Till exempel har en individ idag större möjlighet än tidigare att studera, resa och uppfylla personliga önskningar. Kan blandningen av globalisering och individualisering både innebära homogenisering och heterogenisering av åsikter och värderingar, eftersom samtidigt som kulturer och samhällen blir mer och mer lika så får individen mer utrymme? Cultivation Theory diskuterar inte individen utan tittar mer på helheten i ett samhälle. Dock är ju individen en av de viktigaste byggstenarna i ett samhälle och därför vore det intressant att använda sig av både ett individ- och samhällsperspektiv som Reimer och Rosengren föredrar, detta kommer jag att ta upp i kapitlet om Cultivation Theory och socialisation.

Cultivation kan leda till social kontroll eftersom televisionens meddelanden är skapade av den sociala, ekonomiska och globala eliten och innehåller därför denna grupps prioriteringar och önskningar. Därför, påstår teorin, lär sig individer att acceptera elitens värderingar, normer och ideologier. I detta avseende ligger Cultivation Theory ganska nära Frankfurterskolan och marxistiska tankar eftersom den argumenterar för att media har makt att föra dominanta värderingar vidare och stärker därför de övre skikten i samhället. Media kan därför ses som ett medel för att behålla samhället som det är. (McQuail, 1994)

5.1.5 Cultivation Theory och socialisation

Reimer och Rosengren (Signorelli, Morgan et al., 1990) har gjort en undersökning i Sverige där de använder sig av Cultivation Theory. De diskuterar hur individers värderingar blir påverkade av tv-tittande och anser att cultivation har en speciell betydelse för socialisation. De menar att kunskapen som kommer från

undersökningar inom socialisering är mycket intressant för cultivationforskning. Reimer och Rosengren är kritiska mot traditionell socialisationsforskning och menar att:

"..., we must take into account socialization from two perspectives, from the perspective of society and from the perspective of the individual. These two perspectives are not compatible, however, and newer socialization research strives to overcome this distinction by trying to integrate them." (Signorelli, Morgan et al., 1990:182)

Inom området som diskuterar mediasocialisation finns det två olika perspektiv. Det ena är att media är en instans som förstärker andra socialiseringsagenter. Det andra är att media är ett hot mot andra socialiseringsagenter och fungerar istället som en egen socialiseringsagent. (McQuail, 1994) Televisionen har möjlighet att förse oss med symboliska bilder och antaganden om hur livet och samhället borde se ut. Alltså, som individ kan du sätta dig in i sammanhang som televisionen presenterar och se dig själv och samhället i televisionens symboliska värld. Media och speciellt televisionen kan visa oss hur vi ska bete oss i olika situationer eller visa oss vilka förväntningar vi kan ha beroende på vilken social status vi har. Till exempel, som jag tidigare nämnt, kan televisionen sända meddelanden som innehåller information om till exempel en kvinna i ung ålder som tillhör en viss klass och hennes värderingar, åsikter och därmed "lära" betraktaren om denna situation.

Media kan anses ha en makt att lära individer vilka normer och värderingar som är socialt accepterade genom att visa olika beteenden och sedan visa en symboliska form av belöning eller bestraffning för dessa beteenden. Till exempel, oftast är det de "goda" som vinner i slutändan i en film och de "onda" förlorar. En symbolisk bestraffning kan vara att en person hamnar i fängelse för hans/hennes beteende och därigenom förstår publiken att detta beteende inte är accepterat. Dock har undersökningar visat att barn som har ett nära förhållande med familjen och kamratgruppen nästan är immuna mot cultivation. Även personlig erfarenhet kan öka en individs ifrågasättande och reflekterande av information. (McQuail, 1994)

Alltså, sociala relationer kan påverka individens cultivation och därmed minska televisionens ”makt” att påverka individer. Under socialisationen är individen starkt påverkad av de fyra viktigaste agenterna, familjen, skolan, kamratgruppen och massmedia. Det är genom socialisationsprocessen man skapar sig sina värderingar, normer och verklighetsbild. De budskap som individen får av de olika socialisationsagenterna behöver inte vara identiska och kan även vara motsägelsefulla. Därför kan sociala relationer vara en viktig del i diskussionen om cultivation, eftersom även de bidrar till hur mycket individen blir påverkad av televisionsmeddelanden.

McQuail (1994) anser att det finns två sätt att se på media vad gäller socialisation och dess effekter. Det första ser media som en förstärkare av de allmänna normer och värderingar som finns i ett samhälle. Det andra ser media som en institution som påverkar minoritetsgrupper att tro på de värderingar och normer som de dominanta klasserna håller. Cultivation Theory kan kritiseras för att den förbiser den enskilde individen och hur denne tolkar televisionens meddelanden. Istället undersöker teorin televisionsmeddelandens effekter i termer av de konsekvenser de har för den sociala och ekonomiska eliten. (Shanahan och Morgan, 1999)

En annan kritik som har blivit diskuterad är att Cultivation Theory verkar se televisionspubliken som passiv. Att publiken tar emot meddelanden utan att ifrågasätta och att de förstår dem precis som producenten vill att de ska förstå dem. Cultivation Theory och dess anhängare menar dock att Gerbner aldrig har diskuterat aktivitet eller passivitet när det gäller publiken och menar att denna kritik är en förenklad bild av cultivation theory. Snarare har frågan om den aktiva respektive den passiva publiken aldrig varit relevant för cultivation. Man menar att publiken aldrig kan vara helt passiv, dock kan publiken heller inte vara extremt aktiv med full kontroll över vad televisionens meddelanden betyder och hur de bör förstå dem. Publikens accepterande av meddelanden är en blandning av den verklighet som televisionen visar och publikens system av värderingar, världsbild och övertygelser. Frågan om publikens aktivitet är mer intressant när det gäller propaganda eller attitydsförändring, inte när det gäller cultivation som mer handlar om den stora massan och hur masskommunikation kan påverka den allmänna

opinionen och kulturen. Cultivation theory är en teori om kulturens makt över stora sociala områden på en makronivå, inte om hur specifika individer tänker eller beter sig. (Shanahan och Morgan, 1999)

Som jag har nämnt tidigare i uppsatsen så finns det två perspektiv när man diskuterar socialisering. Samhällsperspektivet ser individen som ganska passiv och socialisationen ses som en enkel process där ett redan existerande system av värderingar, normer och ideologier förs över från en generation till en annan. Individperspektivet däremot menar att individen är en aktiv agent som själv väljer och formar det redan existerande värdesystemet. (Jarlbro, 1988) Det är dessa två perspektiv som Reimer och Rosengren (Signorelli, Morgan et al., 1990) anser vara intressant att sammanföra i socialisationsforskning för att få ett bredare perspektiv av effekterna. De menar även att kunskapen inom socialisationsforskning är mycket intressant för cultivationforskning. Dessa två forskningsgrenar kan tyckas gå hand i hand eftersom de diskuterar samma fenomen, nämligen hur olika faktorer i samhället påverkar individen och därmed även samhället, samt hur värderingar, normer och ideologier kan föras vidare inom en kultur och vilka effekter det kan tänkas innebära.

Dock är cultivationforskning ett makroperspektiv som diskuterar kulturen i det stora hela medan socialisationsforskning kan använda både ett makro- och mikroperspektiv men som ändå har individen i centrum. Något som teorierna har gemensamt är diskussionen om media som socialisationsagent och/eller cultiviveringsagent. Forskare inom Cultivation Theory påstår att annan typ av masskommunikationsforskning har sett media som ett yttre objekt som på ett diskret sätt påverkar oss. Cultivation Theory har tvärtom antagit att media och dess meddelanden är en del av den vardagliga miljö som vi lever i och är därför en del i processen där individer definierar sig själva, andra och där individen formulerar sina övertygelser och antaganden om sin sociala verklighet. På grund av att massmedia är en del av vår vardag som vi växer upp i så har den även en stor del i socialisationsprocessen. (Signorelli, Morgan et al., 1990)

I en studie gjord av Gerbner och hans kollegor, studerades den kunskap och de värderingar av samhället och världen som presenterades av media. De studerade individer som konsumerade dessa mediemeddelanden och undersökte deras uppfattningar om samhället och världen. (Rosengren och Windahl, 1989)

Gerbners studie har visat ett tydligt samband mellan cultivation och socialisation. Gerbner och hans kollegor fann en allmän, diffus, långsiktig och relativt omedveten men funktionell effekt hos individer som är stora konsumenter av media. Det betyder att de effekter som medieanvändning har på individer inte kan undersökas på ett kortsiktigt perspektiv utan att den mer djupgående influens media kan ha på människor måste undersökas i ett långsiktigt perspektiv. Man menar att en liten förändring hos en individ inte förändrar individens beteende och framtidsutsikter men däremot kan individens åsikter och perspektiv påverkas i det långa loppet. (Signorelli, Morgan et al., 1990)

6. Slutlig kommentar

Cultivation theory och socialisationsforskning argumenterar båda för en långsiktig och relativt omedveten effekt. Båda inriktningarna diskuterar djupgående effekter, till exempel normer, åsikter, värderingar och ideologier, och hur individen kan påverkas till att anta vissa av dessa under ett långt perspektiv. (Rosengren och Windahl, 1989) Därför kan det anses att cultivation är en del av socialisationsprocessen, dock mest hos "heavy viewers", och speciellt i dagens samhälle där media och speciellt televisionen har kommit att bli en av de viktigaste socialiseringsagenterna.

Socialisationsforskning har visat att individer som är mest påverkbara av auktoriteter, (där media anses vara en av dessa i dagens samhälle), är de som har växt upp i en restriktiv miljö där de sociala relationerna inte har varit så djupa. 1939 gjordes en forskningsstudie av Symonds (Jarlbros, 1988), där han undersökte hur mycket uppfostran betyder för individers framtida liv. Han jämförde två olika typer av uppfostran: en restriktiv och dominerande uppfostran kontra en tolerant och mild uppfostran. Hans forskningsresultat visade att de barn som växte upp i en restriktiv omgivning hade problem med självutvecklingen och dessa barn visade mer osäkerhet och mindervärdeskänslor än de barn som växte upp i en tolerant miljö. De barn som hade växt upp i en tolerant miljö visade sig vara mer självständiga mot auktoriteter och de var svårare att påverka. (Jarlbros, 1988:12) Det kunde vara intressant att undersöka hur individer påverkas av televisionsmeddelanden ur ett socialisationsperspektiv tillsammans med cultivationsperspektivet. Uppfostran och uppväxt spelar stor roll för hur individen formar sitt eget jag, sina värderingar, normer, ideologier och världsbild. Dessa faktorer kan även anses inverka på hur mycket en individ kan påverkas av sin omgivning.

Enligt Croteau och Hoynes har primära grupper, som till exempel familjen och kamratgruppen, större betydelse för individen än andra grupper. I jämförelse med individens relation till televisionen kan man anta att dessa primärgrupper borde påverka individen mer. Om denna grups åsikter, värderingar och normer

motsäger åsikter förda via televisionsmeddelanden, borde inte primärgruppens inflytande vara starkare än televisionens?

George Orwells framtidsvision kan verka extrem i dess budskap att invånarna blir kontrollerade och indoktrinerade genom de så kallade ”teleskärnarna”. Dock har, undersökningar visat att repetition säljer, till exempel att produkter som visas i reklam säljer bättre än andra. Likadant borde till exempel åsikter, värderingar, normer som återupprepas i televisionen påverka individen. Detta kan leda till en homogenisering av åsikter, normer, värderingar, kultur, ideologi. Men, man borde ändå tänka på att det är många andra faktorer som påverkar individen. Till exempel, sociala relationer, uppfostran och uppväxt, sociala institutioner och socialisationsagenter, erfarenhet och individens egna ifrågasättande och reflekterande. Frågan omfattar ett enormt område där det finns massor av variabler att undersöka. Det är även en långsiktig process och att få ett enkelt svar är näst intill omöjligt.

7. Litteraturförteckning

Croteau, D och Hoynes, W (1997) *Media / Society, Industries, Images, and Audiences*, Pine Forge Press, London

Giddens, A (1997) *Sociology*, Polity Press, Cambridge, England

Jarlbro, G (1988) *Familj, massmedier och politik*, Almqvist & Wiksell International, Stockholm

Lull, J (1995) *Media, Communication, culture, a global approach*, Polity Press, Cambridge

Marsh, D och Stoker, G (1995) *Theory and methods in political science*, Macmillan Press Ltd, London

McQuail (1997) *Audience Analysis*, Sage Publications Inc, USA

McQuail, D (1994) *Mass Communication Theory*, Sage Publications, London

Nordlund, J-E (1996) *Television och socialisation*, Studentlitteratur, Lund

Nordlund, J-E (1987) *Television, socialisation och världsbild*, Tvärvetenskapliga seminariet, sociologiska institutionen, Umeå universitet

Rosengren, K.E och Windahl, S (1989) *Media Matter, TV use in childhood and adolescence*, Ablex Publishing Corporation, USA

Shanahan, J och Morgan, M (1999) *Television and its Viewers, Cultivation Theory and Research*, Cambridge University Press, Cambridge

Signorelli, N och Morgan, M (1990) *Cultivation Analysis, New directions in Media Effects Research*, Sage Publications Inc, California, USA

Von Feilitzen, C, Filipson, L et al. (1989) *Barn och unga i medieåldern, fakta i ord och siffror*, Rabén & Sjögren, Kristianstad

Webbsida:

www.freemedia.at/wpfr/italy.htm