

FÖRTROENDET FÖR MEDIERNA

Maria Elliot

ARBETSRAPPORT NR 60

1990

ISSN 0283-6696



INNEHÅLL

| | | |
|---|--|----|
| 1 | INLEDNING | 2 |
| 2 | TIDIGARE FORSKNING | 4 |
| | 2.1 Inledning | 4 |
| | 2.2 Utvecklingen | 4 |
| | 2.3 Utvärdering av utvecklingen | 6 |
| | 2.4 Sammanfattningsvis | 8 |
| 3 | BEGREPPET FÖRTROENDE | 10 |
| | 3.1 Inledning | 10 |
| | 3.2 Lipset-Schneider | 10 |
| | 3.3 Arvidson | 13 |
| 4 | ARVIDSONS BEGREPP | 16 |
| | 4.1 Inledning | 16 |
| | 4.2 Trovärdighetsbegreppet | 16 |
| | 4.3 Förtroendebegreppet | 26 |
| 5 | FÖRTROENDET FÖR MEDIER | 29 |
| | 5.1 Inledning | 29 |
| | 5.2 Attitydbegreppet | 29 |
| | 5.3 Förtroendet för medier som attityd | 30 |
| | 5.4 Komponenter i förtroendebegreppet | 31 |
| 6 | SAMMANFATTNING | 38 |
| | NOTER | 41 |
| | REFERENSER | 43 |

1 INLEDNING

Massmediernas betydelse har ofta varit föremål för menings-
skiljaktigheter inom och mellan de grupper som funnit anled-
ning att ägna området uppmärksamhet. Samhällsdebattörer,
mediepublik, forskare, politiker, journalister och företrä-
dare för olika intressegrupper har haft olika synsätt på
innebörden av mediernas betydelse. I ett avseende torde
emellertid inte råda någon oenighet: Att massmedierna intar
en central ställning i dagens samhälle och för de människor
som lever där.

Denna centrala ställning kommer till uttryck på olika sätt.
På den sociala nivån tillskrivs exempelvis medierna viktiga
funktioner i den samhälleliga processen. Det politiska syste-
met inbegriper medierna som en betydelsefull aktör i den
demokratiska processen, där massmedierna ses som forum för
det offentliga samtalet. Medierna framhävs som en av de mer
betydelsefulla socialisationsagenterna och anses i hög grad
bidra till att värden och normer etableras, upprätthålls och
vidarebefordras. Massmedierna har vidare betydelse för indi-
vidernas kunskap om den värld de lever i. Rent praktiskt
ägnar vi en stor del av vår vakna tid åt att tillgodogöra oss
medieinnehåll.

Massmedierna har således sammantaget en icke obetydlig poten-
tial. Ytterst faller dock mediernas betydelse, både för
individer och samhälle, tillbaka på det konkreta mötet mellan
medier och människor, på medieanvändningen. Det är i första
hand i denna interaktion som mediernas betydelse realiseras.

En viktig faktor i samspelet individ-medier är den enskilda
individens förhållningssätt gentemot medierna. De föreställ-
ningar, värderingar, förväntningar, normer osv som individen
hyser beträffande medierna betingar i varierande grad mötet
med massmedierna och konsekvenserna av detta möte för indi-

vid, medier och samhälle.

En individs förhållningssätt gentemot medier kan som framgår ovan beskrivas ur många spekter. I föreliggande rapport har jag valt att belysa en av dessa: människors **förtroende** för massmedierna. Rapportens syfte är att söka bidra till att kartlägga innebörden i begreppet allmänhetens förtroende för massmedierna genom en teoretisk begreppsanalys. Tidigare teoribildning i anslutning till trovärdighetsforskningen redovisas tillsammans med en vidareutveckling av innebörden i begreppet förtroende.

2 TIDIGARE FORSKNING

2.1 Inledning

Forskning om människors förtroende för massmedierna återfinnes som en del av den s k trovärdighetsforskningen. Med trovärdighetsforskning avses det forskningsområde inom masskommunikationsforskningen som gäller publikens utvärdering av mediernas trovärdighet och andra näraliggande medieegenskaper. Det rör sig med andra ord inte om publikegenskapen förtroende som attityd i bredare mening, utan om publikens åsikter om vissa speciella mediekvaliteter. (Jfr Arvidson 1977). /NOT 1

Förtroendet för medierna har rönt intresse även utanför den forskning som primärt sysslar med medier och masskommunikation. Inom den forskning som studerar opinionsbildningen i samhället har man belyst förtroendet för massmedierna i deras egenskap av samhällsinstitution (Lipset-Schneider 1983).

2.2 Utvecklingen

Till de som under efterkrigstiden inledningsvis började syssla med frågor om mediers trovärdighet hör främst Carl Hovland och Yalegruppen. Under 1950-talet utförde dessa ett flertal studier av den betydelse som källans trovärdighet har i samband med påverkan genom kommunikation. I sin översikt av trovärdighetsforskningen vill emellertid Lundaforskaren Peter Arvidson inte inbegripa Yalegruppens arbete på grund av dess effektperspektiv; frågan gällde medierelaterade egenskapers betydelse i påverkanprocessen snarare än publikens bedömning av medierna och medieinnehållet. (Arvidson 1977)

Den egentliga trovärdighetsforskningen tog enligt Arvidsons

synsätt sin början först under 1960-talet i och med att intresset vidgades utöver effektperspektivet till att även omfatta bedömningsaspekten, dvs hur publiken upplever och värderar mediernas trovärdighet. /NOT 2. Ett par viktiga omständigheter bakom denna nyorientering av trovärdighetsproblematiken förtjänar att lyftas fram. Framför allt måste det nya intresset för publikaspekten ses inom ramarna för den generella publikorientering som masskommunikationsforskning präglades av vid denna tid och som framför allt kom till uttryck i den s k uses-and-gratification-traditionen (se t ex Blumler-Katz 1974).

Vidare fick intresset för publikens ställningstagande just beträffande mediernas trovärdighet särskild stimulans av förhållandena på mediemarknaden, framför allt i USA. TV hade vid denna tid etablerat sig som ett kraftfullt massmedium på marknaden och utgjorde en allvarlig konkurrent till dagspressen beträffande mediepubliken. Det amerikanska massmediesystemets kommersiella betingelser, där det snarare handlar om att sälja en publik till annonsörerna än ett medieutbud till publiken (Jensen 1986:40f), gjorde det till en angelägen fråga för branschen att kunna peka på mediespecifika förtjänster, exempelvis upplevd trovärdighet, i konkurrensen om publikandelarna.

Det är dock angeläget att framhålla, att medietrovärdighet vanligen betraktades som en given, objektiv egenskap hos mediet. Frågan gällde i vilken utsträckning olika människor förmådde att urskilja denna egenskap, dvs i vilken utsträckning mediet värderades efter förtjänst. Ytterst var således mediet fortfarande det mest intressanta - inte publiken. Detta synsätt förändrades emellertid under 1970-talet på ett sätt som lämnar betydligt större utrymme för olika medierelaterade publikattityder.

Trovärdighet har alltmer kommit att betraktas som en egenskap som publiken subjektivt tillskriver mediet utifrån de olika utgångspunkter som skillnader beträffande individegenskaper

innebär. Samtidigt har publikens upplevelse och utvärdering av trovärdighetsaspekten i betydligt större utsträckning knutits till andra medierelaterade publikegenskaper. Trovärdighetsbedömningarna har exempelvis kopplats till mediets förväntade användbarhet (Lundberg 1973), medieanvändning (Arvidson 1981, Elliot 1986), preferens för olika nyhetskällor i samband med olika syften för informationsinhämtandet (Gaziano-McGrath 1986, Elliot 1986), attityder beträffande journalistiskt samhällsansvar och pressfrihet (Izard 1985, Gaziano-McGrath 1986) samt publikens tidigare erfarenhet av och kunskap om journalister och medier (Whitney 1985).

Det har dessutom blivit vanligare att se trovärdighetsbedömningarna som en del av ett betydligt bredare spektra av medievärderingar, där det även ingår egenskaper med anknytning till mediernas sociala funktion, den journalistiska etiken, samhälleliga normer för medieverksamhet, tryckfrihet m m (se t ex Gaziano-McGrath 1986; Edelstein et al 1987).

2.3 Utvärdering av utvecklingen

Det har således skett en betydande förändring och utvidgning av trovärdighetsforskningen sedan Yalegruppens studier på 1950-talet. Denna omstrukturering av det teoretiska problemområdet har dock inte åtföljts av en motsvarande utveckling beträffande begreppsanalysen eller en klarare teoretisk avgränsning i förhållande till andra forskningsområden. Detta har fått besvärande konsekvenser för begreppsdefinitioner och operationaliseringar (se Nordström 1974 och Arvidson 1977 för en kritisk genomgång). Det har också inneburit att man inte beaktat distinktionen mellan publikens utvärdering i efterhand av mediekvaliteter som korrekthet, tillförlitlighet, ärlighet, trovärdighet osv som en kategori skild från de på förhand givna föreställningar och attityder människor har vid mötet med mediet.

Den begreppsliga oklarhet, som präglar större delen av framför allt den amerikanska forskning som finns inom området, gör att någon egentlig teoretisk avgränsning av förtroendeproblematiken i förhållande till trovärdighetsforskningen inte finns. I den utsträckning förtroendet som förhandsinställning förekommer i analyserna är den som regel underordnad medieutvärderingen. Endast undantagsvis har förtroendeaspekten studerats som självständigt fenomen (t ex Arvidson 1981, Elliot 1986).

Peter Arvidson har härvidlag bidragit till att klargöra forskningsfältets konturer genom att lämna ett förslag till en mer utvecklad begreppsapparat med utgångspunkt i den distinktion som framhållits ovan (Arvidson 1977, 1981)

Förtroendet för massmedierna har således inte ägnats vare sig någon mer omfattande eller någon mer genomträngande analys inom masskommunikationsforskningen. Ändå har empiriskt underlag på intet vis saknats. Data om den amerikanska allmänhetens förtroende för nyhetsmedierna har funnits tillgängliga sedan slutet av 1950-talet, då Roper Organization började göra opinionsmätningar i frågan (Gaziano-McGrath 1986). Sedan mitten av 1960-talet har ett flertal nationella surveys om förtroendet för bl a massmedierna regelbundet genomförts av amerikanska undersökningsinstitut (Lipset-Schneider 1983).

Dessa surveys har emellertid utnyttjats av författarna till en studie som ligger utanför masskommunikationsforskningen, men som ändå kan sägas utgöra en av de mest utförliga empiriska analyserna av förtroendet för massmedierna. Den studie som avses är Lipset och Schneiders "The Confidence Gap" (1983), som redovisar analyser av den amerikanska allmänhetens attityder - inklusive förtroendevariabler - gentemot de tre samhälleliga institutionskomplexen statsstyre, näringsliv och fackföreningsrörelse. Framställningen omfattar även en redovisning och analys av utvecklingen över tid beträffande förtroendet för en rad specifika samhällsinstitutioner, däribland dagspressen.

Utöver Lipset-Schneiders analys uppmärksammas förtroendet för massmedierna även inom ramarna för den s k EVSSG-studien (European Value Systems Study Group) - ett tvärnationellt projekt som syftar till att kartlägga och jämföra grundläggande värden och åsikter i framför allt västländerna men även delar av tredje världen. Bl a genomfördes omfattande intervjuundersökningar för att belysa inställningen till ett antal samhälleliga värden och inrättningar, inklusive förtroendet för massmedierna och andra samhällsinstitutioner (Harding et al 1986). Ett komparativt internationellt perspektiv på förtroendet för samhällsinstitutionerna redovisas i Parisot (1988), som även omfattar en analys av relationerna mellan förtroendet för massmedier och förtroendet för andra samhälleliga institutioner.

Inom ramarna för EVSSG-studien utfördes en undersökning i Sverige beträffande förtroendet för samhällsinstitutionerna (Listhaug 1983, Pettersson 1988). Data om svenskarnas förtroende har även regelbundet samlats in och redovisats av Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar/Styrelsen för psykologiskt försvar (Törnqvist 1977-1984). I övrigt är det tunnsått med studier beträffande den svenska allmänhetens förtroende för massmedierna.

2.4 Sammanfattningsvis

Förtroendeforskningen har utgjort en del av forskningen om människors åsikter om mediernas trovärdighet. Utvecklingen har gått från att betrakta trovärdighet som en objektiv medieegenskap till att se den som en subjektiv publikbedömning. Trovärdighetsbedömningarna har vidare kommit att ses som en del av ett bredare register av medieegenskaper och kopplats till andra, medierelaterade publikegenskaper. Den teoretiska avgränsningen av problemområdet har varit vag, mycket beroende på bristande teoriutveckling beträffande fr a begreppsana-

lysen. Om svenska allmänhetens och mediepublikens förtroende för massmedierna vet vi relativt lite.

3 BEGREPPET FÖRTROENDE

3.1 Inledning

Som framgått av forskningsöversikten har definitioner av begreppet förtroende och teoretiska diskussioner kring innebörden varit sparsamt förekommande. I det följande redovisas och diskuteras hur begreppet hanteras i ett par av de mer betydelsefulla arbetena inom området. Mot bakgrund av detta presenteras ett förslag till vidareutveckling av den teoretiska innebörden i begreppet förtroende.

Peter Arvidsons båda rapporter **Trovärdighet hos massmedier** (1977) och **Tror vi på våra massmedier** (1981) är sammantagna ett av de fåtaliga försök som gjorts att utveckla en begreppsapparat inom trovärdighetsforskningen. Seymour Martin Lipsets och William Schneiders **The Confidence Gap** (1983) är en av de mer omfattande empiriska analyserna beträffande förtroendet för massmedierna som samhällsinstitution. Båda forskningsinsatserna är således av intresse, om än av olika anledningar.

3.2 Lipset-Schneider

Lipset-Schneiders arbete är inte specifikt inriktad på attityden till massmedierna, utan på allmänhetens inställning till ett flertal betydelsefulla samhällsinstitutioner, bl a nyhetsmedierna och då framför allt dagspressen. Framställningen redovisar hur attityderna utvecklats över tid, beskriver attitydmönstren mer ingående samt prövar ett antal förklaringsfaktorer dels beträffande förtroendet för olika institutioner, dels beträffande förändringen av förtroendet över tid.

Framställningens uppläggning gör vissa anspråk på att belysa allmänhetens uppfattning om samhällsinstitutionerna i relativt generella termer. Begreppet förtroende (confidence) framstår emellertid som det mest centrala. Begreppet intar en framskjuten ställning i redovisningen både beträffande empiri och analys: termen förtroende förekommer frekvent i författarnas språkbruk och deras resonemang fokuseras oftare kring detta begrepp än kring något annat.

Trots detta saknas närmare bestämmingar av detta nyckelbegrepp. Någon explicit definition av termen förtroende lämnas aldrig och oklarhet råder beträffande begreppets förhållande till andra attitydbegrepp och -mått som förekommer i analysen, både vad gäller innebörd och relationer.

Två sätt att söka ringa in den implicita innebörd som begreppet med nödvändighet äger är att dels granska den kontext i vilken begreppet placerats, dels de operationaliseringar författarna arbetar med.

Beträffande kontexten relateras förtroendet för samhällsinstitutionerna till den auktoritetskras som enligt författarna präglade det amerikanska samhället under 1960- och 1970-talen, en utveckling som på sikt kan försvaga de mekanismer som reglerar den sociala kontrollen och leda till antagonism mot samhälleliga auktoriteter. Auktoritetskrisen ebbade ut under 1970-talet, men en förtroendekris kvarstår. Detta tolkar författarna som att en legitimitetskras kan ha varit eller kan vara aktuell, dvs att breda skikt av allmänheten ifrågasätter baselementen i landets politiska system (partiväsande, väljarinstitution, folkrepresentation osv) och därmed sätter den politiska stabiliteten i farzonen (s 1ff).

Förtroendet ses således här ur ett funktionalistiskt-politiskt perspektiv: Förtroendet för samhällsinstitutionerna betraktas som en betydelsefull faktor för det rådande politiska systemets upprätthållande. Analysens syfte relateras till förtroendets funktion som stabilisator och de politiska

implikationerna av detta.

Beträffande operationaliseringarna nyttjas dels ett explicit förtroendemått, dels ett antal mått på allmänhetens attityder i olika avseenden.

Det explicita förtroendemåttet är data som hämtats från amerikanska surveyserier. I dessa efterfrågas svars-personernas förtroende för ett antal samhällsinstitutioner. /NOT 3. Dessa surveydata används bl a återkommande som mått på förtroendet vid analys av förklaringsfaktorer beträffande inställningen till specifika samhällsinstitutioner, bl a dagspressen (kap 2). Någon diskussion av operationaliseringen vad gäller innebörden i termen förtroende redovisas dock inte.

De övriga måtten på allmänhetens inställning till samhällsinstitutionerna är relaterade till en mängd olika aspekter. Dessa spänner sammantaget över ett register som omfattar rena kunskapsmått, relativt neutrala bedömningar av deskriptiv karaktär, åsikter och utvärderingar med mer eller mindre normativ prägel samt uttryck för renodlat känslomässiga inställningar.

Analysens tonvikt beträffande denna senare kategori operationaliseringar varierar. I vissa delar av framställningen betraktar författarna dessa publikbedömningar som aspekter av begreppet förtroende (t ex i kap 1), i andra sammanhang hanteras bedömningarna mer i termer av förklaringsfaktorer än förtroendedimensioner (t ex i kap 3).

Sammanfattningsvis ser Lipset-Schneider begreppet förtroende som en faktor i en politisk kontext, där perspektivet domine-ras av förtroendets roll som vidmakthållare av det rådande politiska systemet och en viktig aspekt av innebörden blir erkännande av systemets legitimitet. Deras sätt att arbeta med begreppet i analytisk praxis lämnar emellertid utrymme för oklarhet beträffande den närmare innebörden av begreppet

förtroende som publikattityd. Termen förtroende definieras inte; förhållandet mellan begreppet förtroende och de mer specifika måtten på människors bedömningar av samhällsinstitutionerna klargörs inte - de senare kan ses både som orsak till och aspekter av förtroendet.

3.3 Arvidson

I och med att Lipset-Schneiders intresse är riktat mot förtroendets funktion för samhällsinstitutionerna, kan deras perspektiv på förtroendet som attityd sägas vara objektorienterat. Det är attitydens betydelse från attitydobjektets synvinkel som står i centrum för analysen snarare än attitydens betydelse för subjektet-publiken.

Peter Arvidsons framställning har ett annat perspektiv; här är fokus riktat mot förtroendet i dess egenskap av attityd hos publiken och dess betydelse för andra publikrelaterade egenskaper, t ex medieutvärdering och medieanvändning. Kontexten är publikens och perspektivet på attityden subjektorienterat. Här skall främst den begreppsanalys Arvidson presenterar redovisas.

Arvidson tar sin utgångspunkt i mediernas funktion som förmedlare av verklighetsbilder (Arvidson 1977). Det ger honom tre olika komponenter att laborera med: verkligheten, medierna och allmänheten/publiken. Relationerna dem emellan ter sig som följer:

Massmedierna återger verkligheten, men inte nödvändigtvis som en trogen återspeglning - det handlar här om resultatet av en urvals- och återgestaltningprocess som medför att mediebilderna aldrig kan bli identiska med den bakomliggande verkligheten. Mediepubliken tar sedan del av mediebilderna, men den föreställning av mediets bild som publiken refererar till i sitt medvetande är på motsvarande vis inte identisk med

mediebilden utan består av individens subjektiva varseblivning av mediebilden.

Trovärdighetsproblematiken kopplar Arvidson till relationen verklighet-mediebild i publikens medvetande. Begreppsligt sorterar han upp problematiken på följande vis (Arvidson 1977:18ff):

Begreppet trovärdighet definierar han som publikens bedömning av överensstämmelsen mellan mediebilden och verkligheten, eller - för att vara mer exakt - överensstämmelsen mellan publikens bild av mediebilden av verkligheten och publikens egen uppfattning om den verklighet mediet återger. Bedömningen görs i efterhand mot bakgrund av de prestationer mediet utfört i detta avseende. Trovärdighet ses således som en egenskap publiken tillskriver mediet.

Begreppet förtroende gäller publikens förväntan beträffande mediets trovärdighet i framtiden eller i en okänd situation. Förtroendet refererar alltså inte till en egenskap hos mediet, utan en egenskap hos publiken.

Trovärdighet ser Arvidson som ett ställningstagande som i hög grad är betingat av en rationell, medveten bedömning från publikens sida beträffande en specifik egenskap hos mediet. Förtroendet ser han däremot som ett totalt ställningstagande gentemot mediet, ett ställningstagande som dessutom i betydligt större utsträckning görs omedvetet, bl a som resultat av individens socialiseringsprocess (Arvidson 1981:131f). Detta totala ställningstagande gäller inte bara förväntad trovärdighet utan i princip tre olika saker:

- mediets sätt och förmåga att fylla sin funktion, dvs skildra verkligheten,

- om och under vilka omständigheter vi är beredda att låta de bilder av verkligheten som medierna förser oss med påverka vår egen bild av verkligheten,

- vårt intresse för och strävan efter att hålla vår bild av verkligheten så sann som möjligt, dvs en motivationsfaktor.

De båda senare punkterna knyter Arvidson till djupare liggande egenskaper hos individen, besläktade med en mer generell benägenhet att förhålla sig godtroget eller skeptiskt till företeelser i omvärlden (jfr Edelstein-Tefft 1974).

Återgår vi till Arvidsons utgångspunkt - mediernas funktion som återgivare av verkligheten - kan sammanfattningsvis trovärdighet sägas vara en utvärdering av hur mediet skött sin uppgift i detta avseende med publikens egen verklighetsbild som facit, och förtroende främst sägas utgöras av publikens förväntan på hur mediet skall fylla denna funktion framgent. Till förtroendet knyter Arvidson också dels en effektfaktor, dels en motivationsfaktor - båda med avseende på vår verklighetsuppfattning.

4 ARVIDSONS BEGREPP

4.1 Inledning

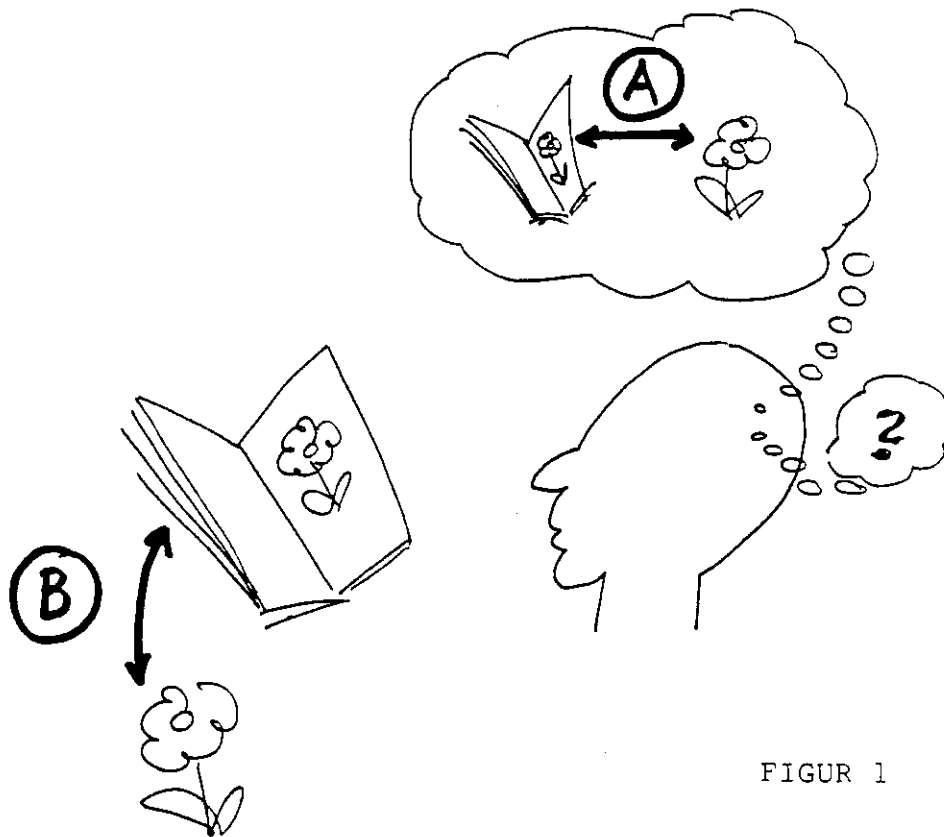
I följande avsnitt skall Peter Arvidsons definitioner av trovärdighetsbegreppen diskuteras och kommenteras. Diskussionens syfte är att tjäna som bakgrund till en teoretisk vidareutveckling av begreppet förtroende.

Med utgångspunkt i Arvidsons begreppsapparat blir begreppet trovärdighet centralt, eftersom en stor del av hans förtroendebegrepp faller tillbaka på utvärderingen av mediets prestationer vad gäller verklighetsåtergivning (jfr Hermerén 1978). Inledningsvis granskas därför hur Arvidson hanterat begreppet trovärdighet, därefter begreppet förtroende.

4.2 Trovärdighetsbegreppet

Det är främst två aspekter som förtjänar att uppmärksammas beträffande innebörden i Arvidsons definition: Dels de komponenter som ingår i begreppsmodellen, dels begreppets innebörd och tillämpningsområde.

Arvidson relaterar alltså trovärdighetsbegreppet till publikens upplevelse av relationen mediebild-verklighet. Den kontext som bildar ramarna för resonemanget återges enklast som i fig 1:



FIGUR 1

Trovärdighetsforskningen sysslar med den relation som betecknats med A. Relationen B faller inom objektivitetsforskningens område. /NOT 4.

Medietrovärdighet är således enligt Arvidsons definition graden av passning mellan mediebild och skildrad verklighet såsom iakttagaren uppfattar dem. Detta förutsätter att mediepubliken har bild av verkligheten att jämföra med. I annat fall kan inte publiken göra den bedömning som Arvidson rubricerar trovärdighetsbedömning.

Medietrovärdighet är vidare bara relevant i de fall publiken har eller tror sig ha en egen bild av den verklighet som mediet utger sig för att skildra. Trovärdighetsbedömningen blir under de omständigheterna avhängig individens faktiska förhandskunskaper om den skildrade verkligheten, hennes

förutsättningar att skaffa sig denna kunskap samt hennes medvetenhet om eventuella brister i bedömningsunderlaget.

Här måste kunskap om verkligheten ses i vid mening. En begränsning av trovärdighetsbegreppets relevans enbart till de fall individens kunskaper om verkligheten baseras på egen erfarenhet, eller någon annan typ av kvalificerad kunskap, är inte rimlig. Man får se publikens verklighetsbild som en föreställning om hur verkligheten i stort sannolikt ter sig och där det finns inslag som bygger både på egen erfarenhet och på förmedlad erfarenhet med hjälp av symboliska representationer av olika slag (talat språk, bilder, text osv). Här finns också utrymme att för publiken att dra egna slutsatser om sakernas tillstånd utifrån de övriga deskriptiva elementen. Vi talar med andra ord om den verklighetsbild som mer liknar det man vanligen menar med beteckningen världsbild.

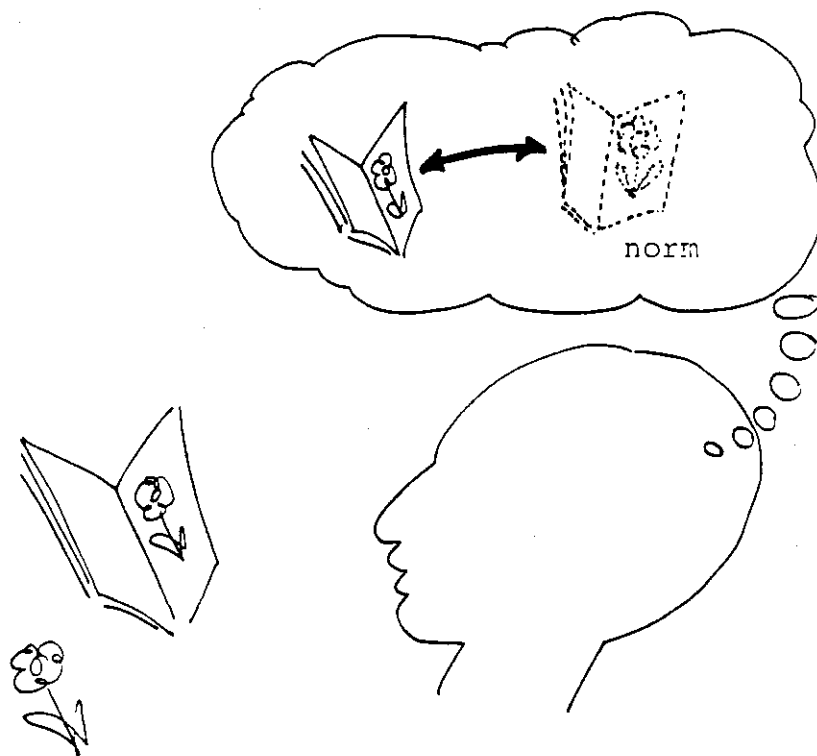
Arvidsons resonemang om trovärdighetsbegreppet kan här således utvecklas till att gälla publikens bedömning av passningen mellan mediebilden och den egna världsbilden. Här finns anledning att peka på de marginaler för avvikelser som finns mellan olika individer beträffande världsbild. Olika uppfattningar om verklighetens beskaffenhet leder till olika referensramar för trovärdighetsbedömningarna av samma medieinnehåll.

Frågan är emellertid om inte fokus för diskussionen borde ligga på en annan relation än den mellan mediebild och världsbild. När vi talar om trovärdighetsbedömningar med Arvidsons termer talar vi om ställningstaganden med ofrånkomliga **normativa** inslag: En bedömning av om mediebilden motsvarar verkligheten innebär egentligen en utvärdering av om mediebilden ser ut som den **borde** göra.

Det innebär att vi rör oss med en något mer komplicerad bild än i den som återges i figur 1. Vi måste i själva verket ta hänsyn till tre komponenter i människans medvetande när det gäller publikens bedömningsram: bilden av verkligheten,

bilden av mediets bild av samma verklighet och slutligen uppfattningen om hur mediet **borde** återge denna verklighet, dvs normen för verklighetsåtergivning i medierna.

Om man förutsätter att den subjektiva verklighetsbilden och normen för hur medierna bör återge denna verklighet sammanfaller, blir den begreppsliga distinktionen mellan dessa två komponenter i individens medvetande irrelevant. Då skulle det mest vara en teoretisk randanmärkning att facit vid trovärdighetsbedömningen inte är bilden av verkligheten, utan en normativ föreställning, vilket medför att den relation vi talar om inte ser ut som i figur 1, utan som nedan i figur 2:



FIGUR 2

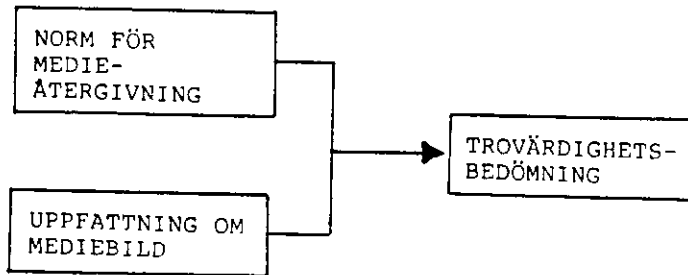
Det är emellertid på intet sätt självklart att publikens bild av verkligheten sammanfaller med dess norm för hur verkligheten bör återges i medierna. Som Arvidson själv påpekar finns forskningsresultat som ställer det självklara i önskvärdheten av en "objektiv" verklighetsåtergivning i ett tveksamt ljus (Arvidson 1977:20). Människor tenderar att ge dagspressen

relativt stort spelrum beträffande partiskhet i nyhetsbevakningen (Elliot 1986). Inom masskommunikationsforskningen har det givet önskvärda i en objektiv nyhetsförmedling diskuterats ingående bl a i samband med objektivitetsforskningens metoder och resultat (se t ex Hemånus 1981, Furhoff 1986). I en diskussion av objektivitetsmätningarna framhäver Rosengren betydelsen av publikens antipatier och sympatier när det gäller bedömningen av mediernas partiskhet och därmed också trovärdighet (Rosengren 1977:209f). Från journalistkårens sida har förekommit att man i praxis ifrågasatt den objektiva journalistiken och medvetet odlat subjektiva reportagegenrer, t ex new journalism.

Det finns således anledning, att ifrågasätta om allmänheten verkligen alltid önskar full passning mellan verklighet och mediebild. Arvidson är medveten om detta och diskuterar det även kortfattat samtidigt som han pekar på betydelsen i detta sammanhang av individens subjektivism i verklighetsuppfattning och betydelsen av normativa föreställningar i samband med synen på mediernas verklighetsåtergivning (Arvidson 1977:20f). Emellertid lämnar han sedan detta problem åt sidan när han definierar trovärdighet utifrån förutsättningen att en överensstämmelse mellan mediebild och verklighet är önskvärd, eller med hans skrivning: "Allmänheten anser massmediet trovärdigt om allmänheten anser att den verklighetsbild massmediet förmedlar är förenlig med den verklighetsbild allmänheten utgår från som riktig" (Arvidson 1981:8).

En mer adekvat definition i detta avseende vore: "Allmänheten anser massmediet trovärdigt om allmänheten anser att den verklighetsbild massmediet förmedlar är förenlig med den norm för verklighetsåtergivning i medierna allmänheten utgår från som riktig". En sådan definition knyter trovärdighetsbedömningen till relationen mellan publikens norm för verklighetsåtergivning i medierna och publikens bild av verklighetsåtergivningen i medierna (fig 3). En sådan definition innebär också att trovärdighet inte med absolut nödvändighet förutsätter kunskap om verkligheten - däremot en uppfattning om

hur den borde te sig återgiven i medierna, en uppfattning som publiken bildar sig på fler grunder än enbart kännedom om verkligheten, även om föreställningen om hur verkligheten ser ut givetvis spelar stor roll som underlag för hur normen utformas.



FIGUR 3

Detta aktualiserar hur de komponenter som framställs i figur 2 fungerar i sammanhanget - hur de är sammansatta, vad som betingar dem och hur de är relaterade till varandra inbördes. Här begränsar jag mig till att peka på ett par av de mest betydelsefulla aspekterna.

Normen för mediebedömning spelar en central roll. Trovärdighetsbedömningen kommer att i stor utsträckning bli en funktion av de faktorer som betingar normen. Här får man föreställa sig, att normen för mediebedömning är kopplad till individernas generella normsystem, liksom till de värden som individen är bärare av.

Av särskilt intresse här är förhållandet mellan publikens norm för medieåtergivning och publikens verklighetsuppfattning eller världsbild. I vilken utsträckning och på vilka sätt betingar föreställningen om hur verkligheten ser ut publikens normer för hur den skall återges i medierna? I vilka avseenden blir andra faktorer än den "objektiva" verkligheten mer betydelsefulla för normen, dvs under vilka

omständigheter uppträder avvikelser mellan verklighetsbild å ena sidan och norm för verklighetåtergivning i medierna å den andra?

Att utreda under vilka villkor normen för verklighetsåtergivning i medier utbildas, tillämpas och förändras är med andra ord en central uppgift för trovärdighetsforskningen.

Beträffande publikens uppfattning om mediebilden måste en åtskillnad göras mellan denna och den faktiska mediebilden. Det faktiska medieinnehållet är givetvis en faktor som i hög grad bestämmer publikens uppfattning om innehållet, men det faktiska innehållet är inte samma sak som publikens uppfattning om innehållet. Medieinnehållet skapas först i och med att mottagaren tolkat det, gett de tecken som förmedlar innehållet innebörd (jfr Findahl-Höijer 1975). Innehållet är således inte givet och framför allt inte entydigt givet. Inom den s k receptionsforskningen studeras hur sociala, kulturella, ekonomiska och ideologiska faktorer bidrar till att olika grupper till viss del prefererar olika tolkningar av samma innehåll, även om det oftast finns en dominerande "preferred reading" (se t ex Jensen 1986).

Trovärdighetsbedömningen bygger på relationen mediebild-norm, närmare bestämt den grad av överensstämmelse denna relation karakteriseras av. Vad innebär denna överensstämmelse? Vad är det som skall stämma överens? Vi har här kommit in på den andra aspekt av Arvidsons definition som är viktig att ta upp till diskussion: begreppets innebörd och tillämpningsområde.

Arvidson avhåller sig från resonemang om begreppets innebörd i förhållande till individen. En sådan bakgrund är emellertid nödvändig för den vidare förståelsen av begreppet. Vi talar ju här om en bedömning publiken gör. Trovärdighetens betydelse för publiken blir därför väsentlig i sammanhanget. Här ges inte någon fördjupad diskussion; jag inskränker mig till att peka på några viktiga utgångspunkter.

Trovärdighet måste kopplas till de processer som hänger samman med individens benägenhet att acceptera, att internalisera i sin föreställningsvärld eller sin världsåskådning. En trovärdig mediebild skulle med en sådan tolkning beteckna en verklighetsåtergivning som individen anser vara värd att införliva med den egna världsåskådningen. Om man med Nordenstrengs termer (Nordenstreng 1978:104f) låter världsåskådningen omfatta både världsbild, dvs deskriptiva föreställningar om världen, och ideologiskt stoff, dvs värden och normer, faller det sig naturligt att lägga in motsvarande element som relevanta bedömningsaspekter.

Det är med andra ord motiverat att knyta trovärdighet inte enbart till det som skulle kunna betecknas som en "ren" verklighetsåtergivning som bara består av beskrivningar av händelser och tillstånd i omvärlden, utan till ett verklighetsbegrepp som vidgas till att även omfatta vår sociala verklighet där värden och normer ingår som viktiga byggelement. Att "verkligheten", som människor erfar och upplever den, ofrånkomligt måste ses som en helhet av både fysiska tillstånd och sociala och kulturella komponenter, och att vårt upplevande av denna verklighet i stor utsträckning är betingat av sociala och kulturella normer, konventioner och värden har varit grundtanken bakom flera betydande arbeten inom kunskapsociologin (se t ex Berger-Luckmann 1967) och kultursociologi (se t ex Williams 1961).

Det innebär, att trovärdighetsbedömningens ställningstagande beträffande mediets verklighetsåtergivning även skulle omfatta värden och normer. Till skillnad från de mer deskriptiva verklighetsbilderna återfinnes värden och normer i praktiskt taget allt medieinnehåll - inte bara det innehåll som utger sig för att återspegla verkligheten.

Det innebär också, att villkoren för individens benägenhet att ta åt sig ny kunskap både på det deskriptiva och det ideologiska planet blir av stor betydelse för de ramar inom vilka trovärdighetsbedömningen äger rum.

Enligt Arvidson betecknas trovärdighetsbedömningarna i hög grad av rationalism från publikens sida - bedömaren gör en medveten, rationell utvärdering på saklig grund (Arvidson 1981:130f). Frågan är, om den praktiska betydelse trovärdigheten har verkligen är förknippad med en sådan rationalism och medvetenhet som Arvidson tillskriver trovärdighetsbedömningen. Om individens bedömningen av mediebildens överensstämmelse med normen för verklighetsåtergivning äger rum som en jämförelsevis omedveten skuggprocess parallellt med individens rationella förhållande till medierna, lämnas större spelrum för inslag i bedömningsobjektet som faller utanför de konventionella bedömningskategorierna.

Arvidsons utgångspunkt för trovärdighetsbegreppet är publikens utvärdering av mediernas uppgift att återge verkligheten i kunskapsförmedlande syfte. Detta innebär att trovärdighetsbegreppet enbart skulle vara aktuellt i förhållande till mediernas verklighetsåtergivning. Medieutbud som endera inte inbegriper verklighetsåtergivning eller är relaterat till en användning där publiken inte fäster vikt vid denna dimension skulle således falla utanför trovärdighetens relevansområde - medier med ett sådant utbud skulle aldrig bli föremål för en trovärdighetsklassning.

Mediernas funktioner har varit en av de centrala frågorna i den s k uses-and-gratifications-traditionen inom masskommunikationsforskningen, en tradition som betraktar medieanvändning som instrumentella handlingar i syfte att tillfredsställa vissa behov hos användaren. Synen på vilka funktioner medier kan ha för publiken och hur människor förhåller sig till dessa funktioner har därför ägnats stor uppmärksamhet inom uses-and-gratifications-forskningen (se t ex Blumler-Katz 1974, Rosengren m fl 1985).

Exempel på funktioner som förekommit i teorierna och analyserna utöver den rent kunskapsförmedlande är socialisation och integration med omgivningen, underhållning, tidsfördriv,

fly vardagen, känslomässig stimulans, underlag för självinsikt och identitet samt värde- och beteendemässiga förebilder (Katz m fl 1974, McQuail 1987:72f).

Mediernas funktioner utöver den kunskapsförmedlande är således flera. Även i dessa fall torde människor ha en norm för hur mediet bör fungera. Även i dessa fall är det med andra ord relevant med utvärderingar från publikens sida av hur väl mediet fyllt sin uppgift. Tar vi fasta på principen bakom Arvidsons trovärdighetsbegrepp - utvärdering av mediefunktion - ligger det nära till hands att ifrågasätta begränsningen av tillämpningsområdet till blott en av mediernas funktioner, dvs informationsfunktionen. Trovärdighetsbegreppet kan och bör vidgas till att omfatta publikens normer för fler mediefunktioner.

Sammantaget innebär detta, att trovärdighetsbedömningar är aktuella beträffande en betydligt större andel av medieutbudet än det rent verklighetsbeskrivande. Vad publiken tar fasta på i utvärderingen är en av de frågor som måste besvaras. Vilka delar av medieutbudet är relevant i förhållande till olika mediefunktioner? Vilka aspekter av mediet och/eller innehållet tjänar som underlag för bedömningarna? Vad är det som skall överensstämma i passningen norm-medium? Analysen av människors trovärdighetsbedömningar måste med andra ord ske mot bakgrund av en total utvärderingskontext.

4.3 Förtroendebegreppet

Arvidson ser som tidigare sagts förtroendet som ett totalt ställningstagande gentemot medier som i betydligt större utsträckning än trovärdighetsbedömningen är mönster som lärs in omedvetet via socialisationsprocessen. En sådan åtskillnad mellan förtroende och trovärdighet blir dock mindre självklar mot bakgrund av det resonemang som förts ovan beträffande trovärdighetsbegreppet - även människors utvärderingen av

trovärdighet låter sig kopplas till mer djupt liggande skikt i människors medvetande och socialiseringsmönster.

De olika typer av ställningstagande som Arvidson urskiljer i förtroendevalet gäller mediets sätt och förmåga att skildra verkligheten, publikens beredskap för att låta sin världsbild påverkas av mediernas verklighetsskildring och publikens strävan efter att hålla sin världsbild "så sann" som möjligt.

Låt oss se närmare på dessa olika typer av inslag i förtroendebegreppet.

Om vi börjar med inställningen till **mediets förmåga att skildra verkligheten** ligger vi här nära det som tidigare sagts om trovärdighetsbegreppet. Arvidson tillskriver också förtroendebegreppet ett starkt inslag av förväntad trovärdighet (Arvidson 1977:24f, Arvidson 1981:132). Men han är också benägen att lägga in ytterligare betydelser i detta ställningstagande (Arvidson 1981:131f). Exakt vad framgår inte helt klart, inte heller om den bredare innebörden gäller attityder utöver förväntningar och/eller attitydobjekt utöver trovärdighet.

Det rimliga torde vara att låta publikens ställningstagande i detta avseende falla tillbaka på ett mer utvecklat trovärdighetsbegrepp efter de linjer som skisserades i föregående avsnitt. Då inbegrips automatiskt den vidgade betydelse som Arvidson vill lägga in i förtroendebegreppet beträffande mediernas sätt att skildra verkligheten. I samband med förtroende blir det dessutom självklart att låta förväntningen gälla samtliga funktioner som är relevanta för individen - inte bara den som gäller återgivande av verkligheten. Förtroende blir då kopplat till individens förväntningar rörande de kvaliteter och de funktioner man vill tillskriva mediet eller finner relevanta, även funktioner som rör underhållning, socialisering osv.

Det blir då naturligt att se förtroendets förväntanskomponent i ljuset av den totalitet av skilda dimensioner, aspekter och

kvaliteter som kan relateras till ett medium.

Beträffande beredskapen att låta sig påverkas finns påtagliga paralleller med det som anfördes tidigare i samband med trovärdighetsutvärderings syfte för individen: att internalisera, införliva i sin världsåskådning. Det ter sig rimligt att lägga in en sådan acceptansfaktor i förtroendebegreppet. Liksom beträffande trovärdigheten ter det sig också rimligt att låta denna acceptansfaktor omfatta inte bara beskrivande världsbildselement utan även det ideologiska stoffet i mediernas utbud.

Skillnaden mellan trovärdighet och förtroende i detta avseende är densamma som Arvidson lyfter fram som väsentlig även beträffande förväntningen. Trovärdighetsbedömningen är en utvärdering som individen gör, en medveten eller omedveten klassning av i vilken utsträckning medieinnehållet kvalificerar sig som underlag för kunskapsbildning. Förtroendet inbegriper benägenheten att låta själva internaliseringsprocessen äga rum.

Likaså förefaller det rimligt att liksom Arvidson koppla denna acceptansfaktor till egenskapen hos individen att tro eller vara skeptisk, ett generellt personlighetsdrag beträffande omvärlden som helhet (Arvidson 1981:132, jfr även Arvidson 1977:23). Jag tror dock att det är viktigt att framhålla, att denna egenskap inte skall ses som en del av förtroendet för medier, utan snarare en faktor i individens personlighet som betingar förtroendet.

Samma resonemang är giltigt beträffande det tredje inslaget i Arvidsons förtroendeberepp: **strävan att hålla världsbilden sann**. Detta är något som med all sannolikhet är knutet till förtroendet, men knappast som en komponent i själva begreppet. Vårt intresse för att ta del av mediernas utbud måste ses som en motivation till medieanvändning, och frågan är om motivationen kan räknas som något som konstituterar förtroendet som förhållningssätt. Ett vanligt synsätt på motivationen

är att den är en målinriktad strävan, ett inlärt sätt att kanalisera mer eller mindre grundläggande behov hos människan (Berglind 1977:38f). Begreppsligt torde detta vara skilt från de dimensioner vi här talar om: förhållningssätt och ställningstaganden.

Däremot är det som sagt uppenbart, att begreppen hör nära samman. Att erhålla kunskap om omvärlden är ett viktigt behov hos människor. Kunskapsbildningen i vid mening är fundamental för mänskligt varande överhuvudtaget, världsåskådningen upprättas, vidmakthålles och förändras i kraftfältet mellan ny kunskap utifrån och strävan att hålla världsåskådningen konstant (Nordenstreng 1978:109). Perceptionsteoretikerna har liknande tankar om hur vårt perceptionssystem fungerar: en pendling mellan att söka ny sinnesinformation och att hålla de befintliga varseblivningarna stabila (Söderberg 1982:50). Mot bakgrund av detta är det naturligt att tillskriva individen ett förhållningssätt som inbegriper benägenheten att acceptera ny information utifrån.

5 FÖRTROENDE FÖR MEDIER

5.1 Inledning

Avsikten med detta avsnitt är att utveckla innebörden i begreppet förtroende för medier. Detta görs utifrån synsättet att det rör sig om en attityd hos publiken. Kontexten är individorienterad, dvs det är perspektivet förtroende som individegenskap som är referensram för framställningen.

Inledningsvis presenteras en kortfattad redogörelse för begreppet attityd allmänt.

5.2 Attitydbegreppet

En mycket allmän definition är att en attityd är en känslomässigt präglad inställning till något, en inställning som omfattar vårt tänkande, våra känslor och vår vilja att handla på ett visst sätt i förhållande till detta något. Attityden i sig är inte observerbar - bara dess yttringar i form av åsikter, känslor och handlingar. Attityden finns emellertid alltid, även då den inte ger sig till känna. En attityd är således att se som en **disposition** hos individen att agera på ett visst sätt i tanke, känsla och handling inför ett visst objekt (eller komplex av objekt) i omvärlden. (Jfr Nowak m fl 1966:145ff, Berglind 1977:50ff)

Inom sociologin och socialpsykologin har det varit vanligt, att betrakta attityden ur ett funktionellt perspektiv, dvs som instrument för att fylla vissa behov hos individen (se t ex Smith m fl 1956, Katz 1960, McGuire 1969).

Begreppet har visat sig svårhanterligt i empiriska sammanhang. I praktiken sammanfaller flera olika indikatorer på

attityden i en och samma yttring från individen. Klassificeringen i kognitioner, känslor och handlingsberedskap får ses som analytiska distinktioner som i praktiken är svåra att avgränsa från varandra. (Jfr Nowak m fl 1966:146)

Numera har man till stor del frångått attitydbegreppet inom forskningen på grund av de empiriska vanskligheterna. Det kan ändå vara fruktbart att använda sig av det i samband med begreppsanalys. Vad man kan ta fasta på, är att det rör sig om en disposition hos individen, att det omfattar ett brett mentalt register, att man resonera i termer av kognitiva, affektiva och handlingsorienterade komponenter.

5.3 Förtroendet för medier som attityd

Om förtroendet för medier skall beskrivas med de termer som är relevanta i attitydsammanhang, skulle en allmän definition se ut som följer:

Förtroende för medier är en disposition hos individen att reagera kunskapsmässigt, känslomässigt och i praktisk handling på ett visst sätt i förhållande till medierna. Det innebär med andra ord benägenheten att ha vissa föreställningar om medier, hysa vissa känslor gentemot dem, värdera dem på ett visst sätt samt handla på ett visst sätt gentemot dem enligt ett mönster som äger inbördes konstans även om mönstret kan te sig svårgripbart.

Att arbeta med förtroendebegreppet utifrån en sådan utgångspunkt, dvs betrakta förtroendet för medier som en attityd, förefaller vara ett fruktbart angreppssätt. Med attitydperspektivet fångar man in flera av de aspekter som kan knytas till förtroendebegreppet: att det rör sig om en mångfacetterad, komplex egenskap hos publiken med anknytning till individens kognitiva, affektiva och normativa processer och strukturer, att dessa tar sig olika uttryck utåt och att det

handlar om inlärda mönster som sannolikt berör djupt liggande, omedvetna skikt.

Återigen måste understrykas, att man bör se attitydperspektivet i första hand som ett heuristiskt hjälpmedel, inte en strikt mall som analysen i varje steg konsekvent måste svara mot. En följd för analysen om utgångspunkten tas i attitydbegreppet, är att själva förtroendet - dispositionen - inte kan studeras i egentlig mening; det är bara de olika yttringarna av förtroende som är tillgängliga för analys. Frågan blir då närmast vilka yttringar av mänsklig verksamhet som skall betraktas som indikatorer på förtroende.

Här görs ett försök, att utifrån synen på förtroendet som en attityd söka urskilja de komponenter som är mest karaktäristiska för förtroendet för medier och vilka indikatorer dessa komponenter är främst är knutna till.

5.4 Komponenter i förtroendebegreppet

Framställningen är strukturerad utifrån utgångspunkten, att förtroendebegreppet rymmer tre olika komponenter:

- a) kognitiva eller kunskapsmässiga
- b) affektiva-evaluativa eller värderande
- c) handlingsorienterande.

a) Kognitiva

Här ryms kunskapsmässiga element med referens till mediet. Dessa kan gälla strukturella egenskaper hos mediet i sig eller deskriptiva uppfattningar om mediets konsekvenser för individen, direkt genom medieanvändningen eller indirekt genom den betydelse mediet har i andra sammanhang på mikro-nivå (t ex i primärgruppen) eller makronivå (för samhället). Vad beträffar medieanvändningen bedömer individen denna

antingen utifrån det utfall användningen faktiskt får för individen själv, eller normativt i förhållande till hur individen uppfattar förväntningar från andra (FishbeinAjzen 1975).

Individen kan förvärva kunskaper om medier på i princip tre olika sätt (jfr Fishbein-Ajzen 1975):

- 1) direkt genom egen erfarenhet av mediet, dvs medieanvändning,
- 2) indirekt genom andra informationskällor, t ex andra människor eller andra medier,
- 3) genom egen tankeverksamhet, dvs logiska resonemang där man drar slutledningar mot bakgrund av antagna kausalsamband.

Det är rimligt att anta, att de kognitiva elementen i förtroendet utmärks av stabilitet, en stabilitet som samvarierar positivt med graden av förtroende. Man är med andra ord mindre benägen att revidera sina föreställningar om medier ju mer förtroende man har för dem - en motvillighet som kan variera i styrka från tveksamhet till hårdnackat, irrationellt motstånd där empirisk evidens avvisas per omgående.

De kognitiva föreställningarna om mediet motsvarar det PalmgreenRayburn betecknar individens förväntan (expectancy) på mediet: "the perceived probability that an object possesses a particular attribute or that a behavior will have a particular consequence" (Palmgreen-Rayburn 1985:62). Termen förväntan används här i en neutral bemärkelse, att man utgår från att en viss omständighet föreligger.

Antaganden i samband med förtroende torde i hög grad vara relaterade till medieanvändningens utfall och då äga en hög stabilitet, dvs man litar på att användning av mediet ger ett visst resultat, att mediet kan fylla vissa funktioner om det är önskvärt eller blir nödvändigt. Ju starkare övertygelse, desto högre grad av förtroende. Liknande tankegångar har framförts av Arvidson som tidigare framgått: Förtroende för medier innebär att publiken litar på att mediet besitter

vissa egenskaper och kan tjäna vissa syften. (Jfr även Lundberg-Hulténs resonemang om individens skattning av mediets instrumentalitet, Lundberg-Hultén 1968.)

Detta knyter förtroendet till individens behov och benägenheten att koppla mediers eller ett visst mediums potential till dessa behov. Det är emellertid missvisande att låta behov i positiv bemärkelse styra synen på vilka kognitioner som är relevanta för individen. Frånvaron av vissa egenskaper eller konsekvenser kan spela lika stor roll som förekomsten av dem. Det handlar då inte om att mediet fyller vissa positiva behov, utan om vikten av att undvika negativa konsekvenser - förtroendet består i det fallet av visshet om att mediet inte hotar, skadar eller på annat sätt medför obehag. (Jfr McLeod-Beckers avoidance-begrepp, McLeod-Becker 1974)

Behov är också knutet till något som har vikt för individen och vi kommer då också in på den affektiva komponenten i förtroendebegreppet. Innan vi övergår till denna kan kort summeras vad som kännetecknar den kognitiva komponenten:

- a) **kunskapsmässiga** element om mediers egenskaper eller konsekvenser,
- b) hög stabilitet, dvs mer eller mindre stark **övertygelse** om att mediet besitter dessa egenskaper/konsekvenser.

b) **Evaluativa-affektiva komponenten**

Evalueringen av de kognitiva elementen innebär dels placering utmed en positiv-negativskala (attitydens riktning), dels bedömning av deras vikt för individen (attitydens centralitet). Förtroende för medier innebär i det här avseenden att de föreställningar, som utgör attitydens kognitiva komponent, också värderas **positivt** och som **angelägna** på ett eller annat sätt.

Det ligger nära till hands att föreställa sig, att viktighetsbedömningen i stor utsträckning görs mot bakgrund av de

funktioner medieanvändningen har för individen, ett synsätt som utgör en av grundstenarna i uses-and-gratifications-traditionen (se t ex Blumler m fl 1974). Enligt detta synsätt skulle egenskaper, som individen kopplar till ett uppskattat utfall av medieanvändningen, värderas högre än andra.

Sannolikt torde så vara fallet. Det är emellertid viktigt, att här inte se funktioner i en snäv, instrumentell mening. Med funktioner måste också menas användningsområden där medieanvändningen har ett rent egenvärde, dvs leder till lustkänslor eller liknande. Nyfikenhet, stimulans, impulser, lek och andra mindre instrumentella användningsområden kan också vara anledningen till mediekonsumtion. Man kan diskutera, om inte termen "användbarhet" är lämpligare än "funktion". /NOT 5

c) Handlingsberedskap

Generellt kan en individs beteenden i samband med medier ta sig flera olika former. Här görs skillnad mellan två olika typer av beteenden, varvid begreppet beteende givits en mycket vid innebörd: En typ av beteende som gäller individens ageranden utåt, och en typ som rör en inre process i individen: medvetandeprocessen.

Beträffande de utåtriktade handlingarna kan dessa sägas bestå antingen av ett agerande i förhållande till mediet, dvs olika aspekter av mediekonsumtion, eller ett agerande som inte orienteras mot mediet utan mot andra delar av omvärlden men där mediet spelar en viktig roll, t ex benägenheten att referera till mediet eller tilllämna det stoff som man inhämtat i interaktionen med omgivningen eller benägenheten att inta en försvarande eller förespråkande hållning beträffande mediet gentemot omvärlden. /NOT 6

Sammantaget kan dessa två slag av aktiviteter sägas utgöra varianter av vad som i bred bemärkelse avses med medieanvänd-

ning. Det som i första hand är förknippat med förtroendet för medier, när det gäller handlingsberedskap i relation till medieanvändning, är benägenheten att orientera sig mot eller vända sig till medier i allmänhet eller ett visst medium i synnerhet. Förtroendet kan här ses som en selektiv faktor i en situation om valmöjlighet föreligger. Förtroendet kan också ses som en faktor som upprätthåller den användningsvana som valet resulterat i - en spärr mot att individen prövar alternativ. Det betyder inte att orienteringstendensen bara är relevant i situationer där valmöjligheter beträffande funktionella alternativ föreligger; den utväljande och upprätthållande funktionen är lika giltig i förhållande till alternativet att förbli passiv, dvs avstå från att vända sig till förtroendeobjektet.

Här gör sig åter synen på förtroendet som starkt kopplat till behov gällande. Tanken att förtroendet är att se som en orientering mot ett objekt synes förutsätta att något har utlöst en handlingstendens, initierat agerandet, satt individen i rörelse - dvs ett bakomliggande behov av något slag. Förtroendet är med andra ord en disposition för att individen mer eller mindre målinriktat skall söka sig till medier eller ett visst medium i en situation som ställer krav på individen att agera på ett eller annat sätt, dvs när ett behov gör sig gällande. Detta aktualiserar också Arvidsons tankar om att se strävan efter att hålla världsbilden aktuell som nära knuten till förtroendebegreppet (Arvidson 1981:131f).

Att betrakta förtroendet mot bakgrund av den funktion som beteendet har för individen innebär att man framhäver individens aktiva roll i skeendet. Orienteringskomponenten förutsätts spela roll först då individen aktiverats.

Dessa tankegångar är i stort desamma som genomströmmar de funktionalistiska förklaringsmodellerna. Som tidigare påpekats bör man akta sig för att fasta i ett så trångt synsätt. Ett sätt att vidga perspektivet utöver det funktionella är att se på individens fundamentala utgångspunkt som social varelse: interaktionen med omgivningen. Det är i denna inter-

aktion som människan lever och överlever, både som fysisk organism och i social mening. Det är här hon förverkligar sig själv och det är denna relation som är en förutsättningarna för medvetande- och kunskapsbildningsprocessen (se t ex Klaus 1972, Wiio 1980), den process som också är att se som en grundläggande kommunikationsprocess (Nordenstreng 1978, jfr även Williams 1961).

Samspelet med omvärlden är dubbelriktat. Det består dels av att människan hämtar in kunskap utifrån samtidigt som hon behöver ett inflöde av social bekräftelse på sig själv, en bekräftelse bestående av ett erkännande och bevis på delaktighet med den sociala omgivningen. Det består också av att människan agerar utåt i syfte att påverka omgivningen på olika sätt och i syfte att förverkliga sig själv, ge uttryck för sin existens och därigenom bekräfta sin identitet (Thunberg m fl 1979:17ff, jfr även Piaget 1970, Mead 1967).

Dessa två riktningar av relationen är inte oberoende av varandra - tvärtom betingar de varandra i hög utsträckning. Det rör sig om en dialektisk process där människan hela tiden skapar nya förutsättningar för kunskap och bekräftelse från omvärlden genom de handlingar hon riktar utåt, handlingar som i sin tur faller tillbaka på den kunskap hon fått från omvärlden.

När man talar om vilka syften kommunikation har för människan är det vanligt att se dessa funktioner på samma vis: Informationsfunktionen (att skaffa kunskap), den sociala funktionen (att upprätta delaktighet med omgivningen), kontrollfunktionen (att påverka) och den expressiva funktionen (att ge uttryck för sig själv, sin identitet) (Thunberg m fl 1979:70 ff). Korrespondensen får ses som ett uttryck för den grundläggande roll man ofta vill ge mänsklig kommunikation - att konstituera mänsklig existens.

Ser man förtroendet mot bakgrund av denna interaktion kan det uttryck för handlingsberedskap, som orienteringskomponenten utgör, knytas till den aspekt av relationen individ-omvärld

som gäller den agerande människan som riktar sin energi utåt mot yttervärlden. Men förtroendet kan även ses mot bakgrund av den andra aspekten, den där människan utgör en mottagare av den kunskap från omvärlden som utgör stoffet för medvetandeprocessen (se Nordenstreng 1978:96ff). Här kan förtroendet ses som en benägenhet att acceptera information, att internalisera föreställningar, värden och normer, som förmedlas via förtroendeobjektet, mer villigt än motsvarande stoff från andra källor, mer villkorslöst och i större utsträckning utan den prövning som inkommande information normalt underkastas innan individen är beredd att inlemma stoffet i sin föreställningsvärld.

Denna acceptansbenägenhet behöver inte ses enbart i samband med acceptans av det innehåll mediet förmedlar. Den kan också appliceras på exempelvis mediets status och mediets betydelse i andra sammanhang.

6 SAMMANFATTNING

Förtroendet för medier kan således sägas bestå av följande komponenter:

- * En kognitiv komponent, som består av vissa föreställningar om hur mediet är beskaffat, föreställningar som är jämförelsevis stabila.
- * En evaluativ-affektiv komponent som innebär att värdera dessa egenskaperna på ett positivt sätt och att egenskaperna är betydelsefulla för individen.
- * En orienterande komponent som dels fungerar som selektiv faktor i en situation då individen behöver fylla vissa behov, dels har en upprätthållande funktion beträffande vissa vanemässiga beteenden och som även kan innebära utestängande av funktionella alternativ.
- * En acceptanskomponent, som innebär att individen tenderar att i sin världsåskådning införliva föreställningar som knyts till mediet lättare än föreställningar från andra källor.

Tillsammans innebär de två första komponenterna, den kognitiva och den affektiv-evaluativa, att individen litar på att mediet har vissa, för individen betydelsefulla egenskaper, dvs att individen har vissa förväntningar på mediet (förväntning används här i en positivt laddad bemärkelse: att de egenskaper man antar finns för handen också är av positiv innebörd).

Förväntanskomponenten får ses som bakomliggande i förhållande till orienteringskomponenten: man orienterar sig mot mediet eftersom man anser sig fått anledning att lita på att mediet besitter betydelsefulla egenskaper. Emellertid måste samtliga komponenter i viss utsträckning ses i ömsesidig påverkan. En

exponeringssituation, som äger rum mot bakgrund av en förtroendelrelation, påverkar exempelvis perceptionen av mediet i en viss riktning.

De föreställningarna som ingår i förväntansfaktorn är inte samtliga föreställningar som individen hyser beträffande mediet. Individen kan ha kunskap om mediet som inte är relevanta för förtroendet - även sådan kunskap som i sig är positivt värderad. Att kartlägga de faktorer som styr urvalet i detta avseende är att klarlägga en viktig källa till uppkomst och påverkan av förtroende för medier. En sådan faktor, som vara rimlig att se närmare på, är de användningsområden eller funktioner som mediet har eller får för individen. De egenskaper hos mediet, som av individen kopplas till dessa användningsområden, torde spela stor roll för individens förtroende för mediet (jfr även Edelstein 1974).

Detta riktar uppmärksamheten inte bara mot de användningsområden som medier har och frågeställningar i anslutning till detta, utan också mot hur individer egentligen uppfattar medier, hur tolkningsprocessen äger rum och vad som påverkar den. Den s k receptionsforskningen kan ge svar på frågor i anknytning till hur människor tillgodogör sig medieinnehåll.

Ytterligare frågeställningar som aktualiseras är hur människor uppfattar mediernas egenskaper till formen och vilka dimensioner som spelar roll i samband med förtroende. Relationen mellan funktionens angelägenhetsgrad å ena sidan och de medierelaterade egenskaperna å den andra är väsentligt att få grepp om. Leder vissa funktioner automatiskt till högre förtroende för mediet oavsett hur mediet fyller funktionen, eller finns större spelrum för olika medieegenskaper?

Förtroendet har här genomgående setts i sin positiva bemärkelse -som närvaron av en viss disposition hos individen. Frågan är då vad förtroendets motsats skall ses som. Handlar det här enbart om frånvaron av egenskapen förtroende, eller är det rimligt att tänka sig en annan egenskap som utgör

förtroendets motpol och som står i ett ömsesidigt uteslutande förhållande till förtroendet?

Hur ter sig förhållandet mellan förtroendet för medier å ena sidan och förtroendet som generellt förhållningssätt hos individen å den andra? Vilka likheter och skillnader finner vi här - motsvaras de strukturer och processer, genom vilka förtroendet generellt kan beskrivas, av liknande strukturer och processer beträffande förtroendet för medier, eller utmärks det senare av specifika drag?

Dessa och fler frågor måste besvaras innan vi kan få grepp om förtroendets betydelse för människors användning av massmedier och mediernas effekter på individer och samhälle.

NOTER

1. Här bör distinktionen mellan objektivitetsforskning och trovärdighetsforskning framhållas. Inom objektivitetsforskningen studerar man överensstämelsen mellan verkligheten och mediernas bild av denna verklighet, dvs om medierna är trovärdiga. Inom trovärdighetsforskningen studerar man hur publiken bedömer mediernas trovärdighet (Arvidson 1977:6ff).

2. Publikaspekten hade emellertid inte varit fullständigt negligerad. Arvidson nämner att Lazarsfeld och Field 1946 uppmärksammar hur radiopublikens trovärdighetsbedömningar skiljer sig från dagspresspublikens (Arvidson 1977:14). Intressant i sammanhanget är även Cantrils klassiska studie från 1940 om den amerikanska radiopublikens reaktioner på Orson Welles dramatisering av H G Wells "Världarnas krig" (Cantril 1966). En av Cantrils viktigaste frågeställningar gäller varför vissa lyssnare utgick från att utsändningen var ett autentiskt nyhetsprogram medan andra tenderade att ställa sig mer skeptiska. Det anmärkningsvärda är att Cantril här arbetar både med medieanknutna variabler och publikanknutna variabler som individegenskaper och lyssnarsituation. Det skulle dröja 25 år innan ansatsen att arbeta med publikvariabler ur ett sådant perspektiv slog igenom på allvar.

3. Exempel på interjvufrågor som använts i de mätserier som författarna utnyttjar är "...would you say you have a great deal of confidence, only some..." (s 41) och "...would you tell me how much confidence you, yourself, have in each..." (s 57) (min kurs). För en mer ingående diskussion av de operationaliseringar som oftast förekommit i olika surveyundersökningar se Nordström 1974 eller Arvidson 1977.

4. Distinktionen mellan objektivitetsforskning och trovärdighetsforskning blir tämligen tveksam med utgångspunkt i figur 1. Om man föreställer sig att det som i figuren symboliserar publiken i stället får beteckningen "objektivitetsforskare", så skulle den egentliga skillnaden mellan de båda forskningsgrenarna bara falla tillbaka på subjektets egenskap att vara eller inte vara forskare.

5. Man kan även föreställa sig, att som ett element i den evaluativa-affektiva komponenten även finns en renodlad förtroendekänsla, dvs en för förtroendet specifik känslomässig kvalitet. Vi talar här om den förtröstan, trygghet, lugn, välbehag osv ett förtroendeförhållande medför för individen och som färgar både intellektuella föreställningar om och värderingar av objektet. Man kan också tänka sig möjligheten, att denna affektiva aspekt i vissa fall kan vara så betydelsefull för individen att det blir ett självändamål att erfara den.

6. Det senare rymmer inslag av att inte agera i eget utan i andras intresse, inklusive mediets. Graden av identifikation med mediet är en viktig faktor i detta avseende - vilket i och för sig gör det möjligt att argumentera för att även

detta agerande primärt fyller en funktion för individen - den som är knuten till att skaffa sig en jag-bild.

REFERENSER

- Arvidson, Peter (1977): Trovärdighet hos massmedier. Psykologiskt försvar nr 81. Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar.
- Arvidson, Peter (1981): Tror vi på våra massmedier? Psykologiskt försvar nr 109. Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar.
- Berger, Peter L, Thomas Luckmann (1967): The Social Construction of Reality. Penguin Press.
- Berglind, Hans (1977): Individen och den sociala miljön. Studentlitteratur.
- Blumler, JG, E Katz (ed.) (1974): The Uses of Mass Communication. Sage, Beverly Hills.
- Cantril, Hadley (1966): The Invasion from Mars. Princeton University Press, Princeton.
- Edelstein, Alex S (1974): The Uses of Communication in Decision-Making. Praeger, NY Washington London.
- Edelstein et al (1987): International Communication and Comparative Behavior. (stencil)
- Elliot, Maria (1986): Allmänhetens syn på massmediernas trovärdighet. Arbetsrapport. Avdelningen för masskommunikation, Göteborgs universitet.
- Fishbein, M, I Ajzen (1975): Belief, Attitude, Intention, Behavior. Reading MA: Addison-Wesley.
- Furhoff, Lars (1986): Makten över medierna. Natur och kultur.
- Findahl, Olle, Birgitta Höijer (1975): Att uppfatta verkligheten genom massmedia. PUB/Sveriges Radio.
- Gaziano, Cecilie, Kristin McGrath (1986): Measuring the Concept of Credibility. Journalism Quarterley. Autumn 1986.
- Harding, Stephen, David Phillips with Michael Fogarty (1986): Contrasting Values in Western Europe. Macmillan Press and European Value Systems Study Group.
- Hemánus, Pertti (1981): Massmedierna och objektiviteten. AWE/Gebers.
- Hermerén, Göran (1978): Trovärdighetsbrister. Psykologiskt försvar nr 90. Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar.

- Hovland, Carl et al (1953): Communication and Persuasion. New Haven.
- Izard, R S (1985): Public Confidence in the News Media. Journalism Quarterly 62.
- Jensen, Klaus Bruhn (1986): Making Sense of the News. Aarhus University Press.
- Katz, D (1960): The Functional Approach to the Study of Attitude Change. Public Opinion Quarterly 24.
- Katz, D, Barbara A Gutek, Robert L Kahn, Eugenia Barton (1975): Bureaucratic Encounters. Ann Arbor, Mich., Institute for Social Research, University of Michigan.
- Klaus, G (1972): Kybernetik und Erkenntnistheorie. Berlin, VEB Deutscher Verlag der Wissenschaften.
- Listhaug, Ola (1983): Norska verdier i et komparativt perspektiv: En sammenligning av Norge, Vest-Europa, USA og Japan. Institutt for sosiologi og samfunnskunnskap, Universitetet i Trondheim.
- Lipset, Seymour Martin, William Schneider (1983): The Confidence Gap. Business, Labor, and Government in the Public Mind. The Free Press, New York.
- Lundberg, Dan (1973): Medietroværdighet och informationsinämning. Studier i ekonomisk psykologi 85.
- Lundberg, Dan, Olof Hultén (1968): Individen och massmedia. EFI/Norstedts.
- McGuire, W J (1969): The Nature of Attitudes and Attitude Change. Handbook of Social Psychology, vol. III.
- McLeod, Jack, Lee Becker (1974): Testing the Validity of Gratification Measures Through Political Effects Analysis. I: Blumler-Katz: The Uses of Mass Communications. Sage.
- McQuail, Denis (1987): Mass Communication Theory. Sage.
- Mead, G (1967): Mind, Self and Society. The University of Chicago Press.
- Nowak, Kjell, Benny Carlman, Karl-Erik Wärneryd (1966): Masskommunikation och åsiktsförändring. Ekonomiska forskningsinstitutet. Stockholm.
- Nordenstreng, Kaarle (1978): Kommunikationsteori. AWE/Gebbers.
- Nordström, Bengt (1975): Förtroendet för massmedia. SR/PUB nr 26.

- Palmgreen, Philip, J D Rayburn (1985): An Expectancy-Value Approach to Media Gratifications. I: Rosengren m fl: Media Gratifications Research. Sage.
- Parisot, Laurence (1988): Attitudes about the Media: A Five Country Comparison. Public Opinion. Jan/Feb 1988.
- Pettersson, Thorleif (1988): Bakom dubbla lås. Institutet för framtidsstudier.
- Piaget, Jean (1970): Barnets själsliga utveckling. Natur och Kultur, Stockholm.
- Smith, B, J Bruner, R White (1956): Opinions and Personality. New York.
- Söderberg, Sven (1982): Psykologi och arbetsorganisation. Liber, Malmö.
- Rosengren, Karl Erik (1977): Värderade nyheter. Statsvetenskaplig tidskrift 3.
- Rosengren, Karl Erik, Lawrence Wenner, Philip Palmgreen (red) (1985): Media Gratifications Research. Sage.
- Thunberg, Anne-Marie, Kjell Nowak, Karl Erik Rosengren, Bengt Sigurd (1979): Samverkansspiralen. Liber förlag, Stockholm.
- Törnqvist, Kurt (1977): Opinion 77. Psykologiskt försvar 84.
- Törnqvist, Kurt (1978): Opinion 78. Psykologiskt försvar 92.
- Törnqvist, Kurt (1979): Opinion 79. Psykologiskt försvar 97.
- Törnqvist, Kurt (1980): Opinion 80. Psykologiskt försvar 106.
- Törnqvist, Kurt (1981): Opinion 81. Psykologiskt försvar 111.
- Törnqvist, Kurt (1982): Opinion 82. Psykologiskt försvar 116.
- Törnqvist, Kurt (1983): Opinion 83. Psykologiskt försvar 121.
- Törnqvist, Kurt (1984): Opinion 84. Psykologiskt försvar 128.
- Whitney, Charles (1985): The Media and the People: Soundings from Two Communities. Gannett Center for Media Studies, Columbia University, New York.
- Wiio, Osmo (1980): Kommunikation - vad är det? Natur och Kultur. Borås.
- Williams, R (1961): The Long Revolution. London. Chatto and Windus.

