



A.

1) Hegemoni betyr herredømme og forbindes ofte med ordene tro og mening. Hegemoni sees ofte i forbindelse med staten eller andre grupper sin dominerende stilling over noen andre, underlegne grupper. I følge McNairs spilles også media en rolle i hegemoniet. Medias rolle i hegemoniet er ikke nødvendigvis at de direkte støtter ett, eller flere, politiske partier, det kan også være ved at de bidrar til å opprettholde og forsterke den generelle populære konsensus. Media kan også legge vekt på saker som forsterker de overlegne sin posisjon. Dette ser vi også igjen i Chomsky og Herman's "Manufacturing Consent" der de viser hvordan USA over flere tiår har vist sitt publikum saker som er i amerikansk militær sin interesse. Dette er en måte å bevare/styrke hegemoniet.

2) Maktfordelingsprinsippet kan vi koble helt tilbake til 1700-tallet og fransmannen Montesquieu. Det innebærer at makten skal fordeles for å hindre maktmisbruk.

Makten er fordelt mellom den lovgivende (Stortinget), den utøvende (Regjeringen) og den dømmende makt (domstolene). I tillegg blir ofte media omtalt som den 4. statsmakt, ved at de skal kontrollere de tre andre.



Emnekode : SV-212  
Kandidatnr. : 7904  
Dato : 11.05.2012  
Ark nr. : 2 av 10

Dette kan vi belyse ved å trekke inn McNair sin liberale tese om media og demokrati. Han gir en normativ beskrivelse av medias rolle i demokratiske samfunn. For det første skal media informere borgerne om viktige hendelser, og hva som skjer rundt de. For det andre skal de fremlegge saker med vekt på fakta. Dette har også med journalistenes sin objektivitet i saker å gjøre. For det tredje skal de legge til rette for offentlig debatt, der også borgernes synspunkter skal komme frem. For det fjerde skal de gi plass til saker slik som f. eks korrupsjon og maktmisbruk, gjøre slike saker kjent. Til slutt skal media gi støtte til politiske partier. De trenger en kanal for sine synspunkter og politiske programmer, og det skal media være åpent for.

Media som den 4. statsmakt skal altså sørge for at alle har en rett og en mulighet til offentlig deltakelse, og konkret og faktabasert informasjon som borgerne kan bruke og hindre maktmisbruk.

Det er derimot ting som kan tyde på at denne tesen ikke holder mål. Gamson argumenterer for en sosialt konstruert virkelighet, der han mener at vi går rundt med sosialt konstruert og skapte mediebilder, som vi legger til grunn for synspunkter og handling. Disse er derimot ikke objektive men konstruert av økonomiske og politiske eliter i samfunnet.



Emnekode : SV-212  
Kandidatnr. : 79041  
Dato : 11.05.2012  
Ark nr. : 3 av 10

Proessen blir gjort på en slik måte at det ikke er merkbart. Også McNair snakker om dette. Han sier den politiske "irrheligheten" består av tre kategorier; en objektiv irrhelighet, som er slik ting faktisk skjer. En subjektiv irrhelighet, som er slik individet tolker det. Og til slutt en konstruert irrhelighet, som er slik media fremlegger det. Dette gjør altså at vi kan se til til medias objektive rolle, selv om de i stor grad "overvaker" de andre maktøverne og skal gi oss som borgere et objektivt og faktabasert bilde av verden rundt oss.

3) Begrepsparret encoding og decoding kan på norsk kalles innkoding og avkoding. Dette er begreper vi blant annet finner igjen i Stuart Hall sin kjente kommunikasjonsmodell. Her viser han til hvordan "støy" gjør at kommunikasjonen ikke alltid går slik man har tenkt. For å forklare dyper: Senderen koder inn (putter inn) et budskap i det som blir sendt ut, f.eks en nyhetsartikkel. Poenget er at ikke alle tolker budskapet likt. Individet avkoder/tolker budskapet ulikt på bakgrunn av etnisitet, alder, kjønn, kultur og sosiale omstendigheter.

4) Begrepet offentlig sfære kan enkelt sies å stå i kontrast til det vi kaller privat liv. Det er et rom som skal være åpent for innsyn



og debat. Ifølge Habermas skal alle ha like rettigheter i den offentlige sfære. Det kan derimot diskuteres hvor vidt det er slik i virkeligheten, og hvor vidt begrepet "leveropp til" sin betydning. Politikere og andre makt-havere har flere ganger undrøftet ting fra offentligheten i sitt favor. Det kan derimot sies at nye sosiale medier er med på å styrke den offentlige sfære ved at personer uten direkte makt får mulighet til å uttrykke seg, samt dele informasjon som kan skape samtale og diskusjon i offentligheten.

B.

2) I denne oppgaven skal jeg drøfte påstanden om at nye informasjonsteknologi styrker ikke-statlige organisasjoners påvirkningskraft i den offentlige meningsdannelsen. Jeg skal ta for meg argumenter om medieeffekt som peker i begge retninger. For å best mulig kunne besvare oppgaven skal jeg starte med å definere hva som ligger i begrepene ikke-statlige organisasjoner og medieeffekt, samt nye informasjonsteknologi.

Ikke-statlige organisasjoner (NGO'er) utgjør det vi kaller "civil society".





Civic Society er en autonom sfære av sosiale interaksjoner der aktive individer og grupper dannet frivillige organisasjoner og nettverk. De ønsker å påvirke politikk, normer og dyper sosiale forhold i samfunnet. Ikke-statlige organisasjoner varierer i forhold til hva de arbeider for, størrelse, makt og innflytelse. Ikke-statlige organisasjoner kan f.eks være fredsorganisasjoner, ungdomsorganisasjoner og kvinnetilhjelpere.

Etter 1990-tallet kan vi også snakke om et global civil society. Dette er organisasjoner der kommunikasjonen overskider landegrensene, de adresserer internasjonale spørsmål og problemer og/eller organisasjonene er av internasjonal sammensetning.

Studier av medieeffekt går ut på hvilken påvirkningskraft mediene har på oss. Det handler om å holde hodet kaldt. Når det kommer nye medier og teknologier har man ofte en tendens til å se på de som farlige og tillegge de stor betydning. Studier av medieeffekt har derimot hatt en skiftning.

Den første perioden kan vi kalle "Allmektige medier". Denne perioden var rundt 1920-30. Her var "hypodermic needle" eller nålestilks teorien sentral. Teorien går ut på at media har en sterk, direkte og målbart effekt. Dette var en



Emnekode : SV-212  
Kandidatnr. : 7904  
Dato : 11.05.2012  
Ark nr. : 6 av 10

teori som stod svært sentralt hos både amerikanere og europeere i 1930-årene. Det var to grunner til det. For det første det de så på som effektiv bruk av propaganda i 1. verdenskrig, og den store påvirkningen fra reklame.

Denne perioden ble avsluttet av perioden vi kan kalle "symmetriske medier", som varfe fra ca 1940-60. Her var "to-steps" hypotesen sentral som la vekt på opinionsledere sin betydning, og den sosiale konteksten. Det ble også et større fokus på hvordan folk brukte media.

Den siste perioden, fra 1960 og utover kalles "asymmetriske medier". Dette kan sees som en mellomting av de to andre. Media blir her sett på som viktige, men ikke like viktige som i første fase. Man har gått bort fra å bare se på massene som noe som lett kan påvirkes, til å se individene og det kulturelle aspektet.

Medier betyr "det som er i mellom" og fungerer som en viderefører av et budskap. Begrepet medier kom rundt 1920 da man så hvordan man kunne ta i bruk teknologien til kommunikasjon. Massemedier og medier brukes ofte om hverandre, det spesielle ved massemedier er derimot at de kan sende ut budskap over



Emnekode : SV-212  
Kandidatnr. : 7904  
Dato : 11.05.2012  
Ark nr. : 7 av 10

stere områder, på kort tid. Slike som f.eks TV og radio. Dette kan vi kalle tradisjonelle medier. Nye medier er kommunikasjons muligheter gitt ved datateknologi. Nye medier, (også kalt sosiale medier) gjør det mulig å kommunisere med hverandre, dele og kommentere uavhengig av tid og rom. Siden Internett for alvor kom rundt 1995 har bruken av det stadig økt.

Så er spørsmålet: styrkes denne nye informasjons-teknologien ikke-statlige organisasjoners påvirkningskraft i den offentlige meningsdannelsen?

Det kan være vanskelig å gi et konkret svar på slike medieeffekter. Påstanden sier altså at den nye informasjonsteknologiene styrker disse gruppene sin påvirkningskraft, og det er etter mitt syns punkt holdbart å finne i dette argumentet. Nye sosiale medier gir flere en mulighet til å få sagt sin sak. Det gir i hvertfall ikke-statlige organisasjoner en arena der de kan prøve å påvirke den offentlige meningsdannelsen.

Argumenter for at den nye teknologien gir en sterk medieeffekt kan vi set ved å ta utgangspunkt i hvordan noen styresmakter velger å sensurere slike informasjonskanaler. J.eks i Kina har de 30 000 "internett port" som



Emnekode : SV-212  
Kandidatnr. : 7904  
Dato : 11.05.2012  
Ark nr. : 8 av 10

overvåker befolkningens bruk av Internett. Samtidig betaler myndighetene i Kina personer for å kommentere ting i deres favor på Internett. Dette kan tyde på at ikke-statlige organisasjoners bruk av ny informasjonsteknologi har en påvirkningskraft, hvis ikke hadde ikke myndighetene i noen land fryktet det. Ikke-statlige organisasjoner kan spre sitt budskap på Internett og vekke engasjement hos flere. F.eks i land som er misfornøyd med styresettet. Dette har flere ganger de siste årene resultert i store demonstrasjoner og opptøyer, som videre har ført til regimenes fall.

"Kony2012" kampangen av Invisible Children har vært mye omtalt de siste månedene. De ønsket å åpne myndighetenes øyne og få fangt mannen som har stått bak store adferdsproblemer og barn bortføringer, for å gjøre de om til soldater. Nemlig genita lederen Kony.

For å gjøre dette folde i bruk sosiale medier. De lagde en film der de fortalte hvordan situasjonen var, og hvordan i alle kunne være på å endre dette, ved å dele filmen og gjøre Kony kjent.

Filmen har blitt sett over 104 millioner ganger på YouTube, og i en periode kunne man ikke logge på Facebook uten at noen man kjente



dette videoen.

I slutten av april var det klart for "Cover the night". Folk skulle samles i gatene og bilder av Kony skulle være på hvert gate hjørne i hver by, verden over. Tusener av menneskers verden over hadde trykket på Facebook at de skulle delta, men når kvelden kom var det så og si ingen å se i gatene. Var ikke medieeffekten så sterk som man hadde trodd?

Dette er et godt eksempel på kortsiktig effekt. Vi mottar et budskap, påvirkes det og da, men glemmer det raskt igjen. Dette kan være noe av problemet med "likes" og "tommel opp" samfunnet. Den nye informasjonsteknologien gjør at vi stadig blir utsatt for reklamer, videoer o.l. Vi ser det, og tenker over det, helt til det kommer en ny sak og tar oppmerksomheten vår, det har ikke en sterk langsiktig effekt på våre handlinger og synspunkt.

Ny informasjonsteknologi kan altså være med på å styrke ikke-statlige organisasjoners påvirkningskraft i den offentlige meningsdannelsen ved at det gir de en arena for å uttrykke sine meninger. De har mulighet til å skape oppmerksomhet, samtale, diskusjon og oppslutning rundt sine saker. Jeg mener derimot også at effekten av dette ofte er kortsiktig, og ikke alltid vil kunne endre holdninger



Emnekode : SV-212  
Kandidatnr. : 7904  
Dato : 11.05.2012  
Ark nr. : 10 av 10

og handlinger på lang sikt.