

Recensjoner

Redaktör: Ragnhild Mølster, Nordicom Norge

Christina Holtz-Bacha & Jesper Strömbäck, J. (eds.)

Opinion Polls and the Media. Reflecting and Shaping Public Opinion

Basingstoke: Palgrave MacMillan, 2012, 291 s.,

ISBN 978-0230278899

En sier gjerne at de moderne meningsmålingene så dagens lys en gang på 1930-tallet, gjerne i forbindelse med George Gallups nye metoder som innebar representative utvalg på en helt annen måte enn det en hadde hatt tidligere. Gallup klarte på bakgrunn av 3000 respondenter å forutsi valgutfallet i USA, mens *Literary Digest*, som tidligere hadde hatt suksess med å sende ut liksom-stemmesedler til sine abonnenter, bommet grovt, selv om over 2 millioner mennesker sendt inn stemmesedlene om hva de hadde tenkt å stemme. Gallups genistrek var at han forstod at det ikke betydde noe hvor mange som ble spurt, men hvor representative de var for populasjonen. I dag er typisk de fleste slike utvalg på om lag 1000 personer, noe som med en rimelig grad av sikkerhet kan fortelle oss noe om den faktiske situasjonen i en nær sagt hvilken som helst populasjon. Siden den gang har antallet gjennomførte meningsmålinger mer eller mindre steget for hvert år som er gått, og det er etter hvert også vanskelig å se for seg denne utviklingene uten også å se på medienes betydning.

Christina Holtz-Bacha og Jesper Strömbäck har sammen redigert denne antologien som nettopp har som mål å undersøke samspillet mellom den faktiske opinionen, massemediene og meningsmålingene. Strömbäck spør i sitt innledningskapittel om det er slik at mediene reflekterer eller former den offentlige opinion når de bruker og gjennomfører meningsmålinger. Å skulle svare på dette innebærer imidlertid at man også reflekterer over hva 'public opinion' faktisk er; hvilken rolle mediene har spilt og spiller i utviklingen og publiseringen av menings-

målinger; og ikke minst hva mulige konsekvenser av publiserte meningsmålinger har eller kan ha for både den faktiske opinionen og for politikken og politikerne.

Boka er delt inn i tre deler, hvor både den første delen, *Theoretical and Methodological Approaches*, og den siste og tredje delen, *Effects and Consequences of Published Opinion Polls*, i stor grad behandler disse spørsmålene teoretisk. I midtdelen, *The Media's Publication of Opinion Polls*, finner vi seks bidrag som tar for seg forholdet mellom mediene og meningsmålinger i en rekke ulike land. Disse seks bidragene er i ulik grad basert på historiske analyser og noe empirisk arbeid knyttet til medienes bruk av meningsmålinger, dette kommer jeg tilbake til litt senere.

Her er det imidlertid noe å innvende mot redigeringen av boka. Del 3 som tar for seg effekter og konsekvenser hører riktignok i en streng kronologisk forstand hjemme i siste halvdel, men jeg tror det ville vært hensiktsmessig for bokas mulighet til å kommunisere med et publikum som ikke kjenner denne litteraturen spesielt godt fra før, om også del 3 hadde vært plassert før de mer historisk og empirisk orienterte undersøkelsene fra hvert enkelt land. Da kunne man i større grad beredt grunnen for de ulike virkninger publiseringen av meningsmålinger kunne tenkes å ha på både publikum og politikere, for case-studiene knyttet til hvert enkelt land kommer. I tillegg ville for eksempel Moy og Rinkes kapittel (kapittel 11, *Attitudinal and Behavioral Consequences of Published Opinion Polls*) som er en del av del 3, hørt godt sammen med Thomas Petersens kapittel

(kapittel 3, *Regulation of Opinion Polls: A Comparative Perspective*) fra del 1 om reguleringer knyttet til publisering av meningsmålinger.

I all hovedsak er kapitlene i del 1 og 3 lesverdige og interessante, og de tar opp sentrale deler som er viktige både for å forstå den historiske konteksten til begrepet om 'public opinion' (Splichals kapittel 2, og til dels Strömbäcks innledningskapittel). Særlig fremstår Slavko Splichals bidrag som informativt, og som en god inngang til lesere uten særlig kjennskap til denne litteraturen. Det er også i dette kapitlet vi får den mest grundige og kritiske gjennomgangen av et av de uttalte kjernepunktene i boka, forholdet mellom meningsmålingene og den faktiske opinionen. En kunne derfor ha ønsket seg at dette ble tydeligere reflektert i de mer empiriske orienterte bidragene i boka, og at de i større grad undersøkte empirisk hvordan publiserte meningsmålinger også er med på å forme opinionen.

Også Petersens kapittel om regulering av meningsmålinger er nyttig lesning, men jeg kunne gjerne ha ønsket meg en noe bredere dekning av dette, gjerne koblet sammen med refleksjoner om effekter og påvirkning av publiserte meningsmålinger, slik Moy og Rinke foretar i sitt kapittel senere i boka. Slik kapitlet nå fremstår bringer det ikke vesentlig mye mer informasjon enn allerede tilgjengelige publikasjoner som for eksempel Spangenberg (2003) eller Donsbach (2001), som er mer rapportpregede publikasjoner knyttet til argumenter for og imot regulering av meningsmålinger og publisering av disse, særlig knyttet til valgkontekster.

Også redaktørenes avsluttende kapitler (Strömbäcks kapittel 12 og Holtz-Bachas kapittel 13) er gode oppspark til videre forskning, men fremstår som de selv også vedgår, som noe underutviklede. Etter 80 år med moderne meningsmålinger er det altså fortsatt mye vi ikke vet.

Del 2, hvor de empiriske case-studiene er plassert, fremstår som bokas svakeste. Dette er særlig knyttet til tre aspekter; bokas litt for løse redigering, usikkerheten knyttet til hvorfor akkurat disse seks landene er med (Tyskland, USA, Brasil, Australia, Sør-Afrika, Taiwan), og til slutt, de noe begrensede analysene som foretas. Jeg begynner med det siste punktet.

Når man snakker om mediens publisering av meningsmålinger har en særlig (og etter min mening i for stor grad) vært opptatt av om mediene lever opp til de retningslinjer som bransjen (via organisasjoner som WAPOR, AAPOR, og ESOMAR) har satt. Det er ingen tvil om at det er viktig at mediene bidrar med informasjon om metoder som er brukt,

tidspunkt for undersøkelsen, hvem som har betalt for den og utført den, samt feilmarginer etc. (den interesserte leser kan finne disse på nettsidene til WAPOR, AAPOR, eller NCPP). Sett fra publikums side er det imidlertid vel så viktig at denne informasjonen, og de begrensningene den legger på tolkningene av resultatene formidles og forklares av journalistene. For eksempel er det viktigere at en journalist kritisk vurderer om de statistiske feilmarginene gir grunn til å si at man har observert endring eller ikke, enn at han publiserer feilmarginene med liten skrift i tilknytning til grafikken. Det er også viktigere for publikum å vite hva det betyr at en har en lav svarprosent på en web-survey, enn at det kun står at undersøkelsen er gjennomført som enn en web-survey med slik og slik svarprosent.

Dette reflekteres imidlertid i liten grad i de ulike empiriske bidragene i boka (kapittel 5-10). I den grad det undersøkes hvordan mediene presenterer meningsmålinger er det stort sett med henblikk på de ovennevnte kriteriene, som altså er viktige, men sannsynligvis relativt uforståelige for en stor del av publikum som altså nok kunne ha trengt en ytterligere journalistisk bearbeiding av denne informasjonen.

Kapitlene som dreier seg om de empiriske case-studiene er også for løst redigert i forhold til resten av boka, det er få referanser mellom disse kapitlene og de mer teoretiske bidragene, og i noen grad er disse kapitlene preget av en for anekdotisk fremstilling. Selv om det absolutt er interessante passasjer i en del av kapitlene, som for eksempel Mattes bidrag om Sør-Afrika, hvor vi får vite en del om meningsmålingenes bidrag til utformingen av demokratiet etter apartheid på 90-tallet, er det vanskelig å finne en rød tråd gjennom disse kapitlene. Dette knytter også an til mitt tredje ankepunkt knyttet til disse kapitlene, begrunnelsen eller heller mangelen på en god begrunnelse for hvorfor akkurat disse seks landene er valgt. Vel representerer de geografisk sett flere verdenshjørner, og flere ulike politiske systemer, men noen ytterligere begrunnelse er det vanskelig å finne. Det fremstår også som noe lite gjennomtenkt å la forfatterne av disse bidragene ha såpass frie tøyler når det gjelder forholdet mellom historisk gjennomgang, meningsmålingenes plass i det politiske systemet, og det før nevnte poenget med mediens presentasjon av målingene. Alt i alt kan en kanskje si at visjonene i de mer teoretiske og metodiske bidragene i bokas første og siste del i mindre grad følges opp på en fruktbar måte i bokas andre del.

Til tross for disse innvendingene er boka et kjærkomment bidrag til et felt hvor det til tross for mange gode bidrag er mye ugjort. Denne boka kan forhåpentligvis, slik redaktørene selv peker på helt avslutningsvis, bidra som et oppspark til videre forskning, selv om jeg nok kunne ønske at boka selv hadde bidratt med noe mer av dette i den empiriske delen.

*Audun Beyer
Institutt for medier og kommunikasjon
Universitetet i Oslo*

Arne H. Krumsvik

Medienes privilegier – en innføring i mediepolitikk

Kristiansand: Cappelen Damm Høyskoleforlaget, 192 s., ISBN 978-82-7147-347-1

Arne H. Krumsviks på én gang kortfattede og stofmættede bog om "Medienes privilegier" beskæftiger sig med udvalgte sider af norsk mediepolitikk. De emner, som bogen tager op, er mediestøtte, regulering af public service-medierne (som på norsk kaldes almenkringkastning) og eierskapsregulering. Som baggrund for analysen af disse tre mediepolitiske kjerneområder giver Krumsvik dels en kort gennemgang af de officielle målsætninger for norsk mediepolitikk og dels en indføring i de forskellige mediebranchers aktuelle situation set fra en virksomhedsøkonomisk tilgang. Bogens sidste kapittel har form som et efterord, hvor Krumsvik reflekterer over mediepolitikens ofte konserverende funktion, altså det forhold, at megen mediepolitikk tager sigte på at bevare et mediesystem, som er under forandring, og at mange af aktørene først og fremmest kæmper for at bevare deres privilegier. Pointen er, at dette i virkeligheden står i vejen for at gennemføre nødvendige ændringer.

Mange af de problemstillinger, Krumsvik behandler i bogen, spiller ikke blot en viktig rolle i norsk mediepolitikk, men har også en bredere europæisk relevans, bl.a. fordi medierne i stigende grad opererer på tværs af de nationale grænser og er underlagt EU's forskjellige former for regulering (som EØS-medlem er Norge på dette område ikke anderledes stillet end EU-medlemslandene). Som overordnet teoretisk udgangspunkt knytter Krumsvik da også an til Hallin og Mancinis mediemodeller, herunder teorien om en voksende homogenisering, hvor den nord-vest-europæiske demokratisk-korporative mediemodel med betydelig direkte mediestøtte og omfattende statslig regulering af medierne, bevæger sig i retning af et mere liberalt mediesystem. Krumsviks analyse peger

Referanser

- Donsbach, W. (2001) *Who's Afraid of Election Polls? Normative and Empirical Arguments for the Freedom of Pre-Election Surveys*. Amsterdam: ESOMAR/WAPOR.
Spangenberg, F. (2003) *The Freedom to Publish Opinion Poll Results. Report on a Worldwide Update*. Amsterdam: Foundation for Information.

på, at Hallin og Mancinis overordnede tese har gyldighet også i Norge, men at utviklingen dog langt fra er så entydig og lineær, som man kunne forvente, når man ser på de strukturelle forhold, der ligger bag. Krumsvik ser tydeligvis utviklingen hen imod en liberal mediemodel som ønskværdig, bl.a. fordi han har et vågent øje for konflikten mellom statslig regulering og yttringsfrihet, som man ellers let overser i de skandinaviske velfærdsstater, hvor tilliden til staten er betydelig større end i de fleste andre lande.

I de senere år har mediepolitikk og medieregulering utviklet sig til et prominent forskningsområde, hvilket afspejler dette områdes voksende økonomiske og samfundsmæssige betydning – og de mange kulturelle og sociale utfordringer, medieutviklingen har ført med sig. Der findes en del vigtige norske bidrag til denne forskning, blandt de mest kendte er nok Trine Syvertsens *Mediemangfold. Styring av mediene i et globalisert marked* (2004) og Helge Østbyes *Mediepolitikk. Skal medieutviklingen styres?* (1995). Krumsviks bog falder naturligt ind i denne tradition og er først og fremmest betydningsfull i kraft af at levere en opdateret analyse, idet den koncentrerer sig om den norske medieutvikling og utviklingen i mediepolitikken inden for det seneste tiår. Dermed afspejler den i særlig grad de vilkår, som er opstået som følge af den voksende mediekonvergens og de ændrede markedsvilkår.

Krumsvik vil imidlertid ikke blot ajourføre tidligere analyser, men også anskue medieutviklingen på en anden måte, end den der hidtil har været dominerende. Han finner, at medieforskningen primært har behandlet medieutviklingen ud fra en kulturpolitisk synsvinkel, som næsten per automatik gør statslig

mediestyling relevant, men til gengæld overser betydningen af mediernes markedsmessige fundering. I et så kommercialiseret mediesystem som det norske er det en relevant og yderst fornuftig betragtning, og Krumsviks analyse af mediemarkedet og konkurrenceforholdene er da også både væsentlig og interessant. Det, der står i fokus, er et markeds helt basale dynamik, nemlig mulighederne for fortjeneste, som her udpeges som den centrale drivkraft. I den sammenhæng er forskellige (medie)privilegier bare at betragte som elementer i den samlede lønsomhed.

En anden vigtig side af Krumsviks analyse er, at han fastholder, at medierne ikke udgør én samlet sektor på trods af den voksende mediekonvergens, men at de forskellige medier har temmelig forskellige vilkår, når det gælder konkurrence og indtjening. Digitaliseringen og den øgede internationalisering virker ganske enkelt forskelligt på de forskellige medier, og at det derfor er nødvendigt at belyse de specifikke forhold, som gælder for de enkelte sektorer. Han analyserer konkurrence- og markedsforholdene i avisbranchen, i fjernsynsbranchen og i branchen for netmedier. Hvor aviserne udfordres af annonce- og nyhedstjenester på nettet, er problemet i tv-branchen især øget konkurrence mellem eksisterende aktører, mens net-branchen er udfordret af stærkt konkurrence bl.a. på grund af lave etableringsomkostninger og vanskeligheder ved overhovedet at opnå fortjeneste. Det er vigtige forskelle, for de har stor betydning for, hvordan medieregulering virker i praksis.

Bogen er i væsentlig grad baseret på materiale, der indgår i den statslige rapport om norsk mediestøtte, NOU: *Lett å komme til orde, vanskelig å bli hørt – en moderne mediestøtte* (2010), som Krumsvik har været sekretariatsleder for. Store dele af bogen kan i virkeligheden ses som en lidt opstrammet version af denne den statslige rapport. Faktisk er det kun bogens kapitel 4 om radio og fjernsynsregulering og kapitel 5 om ejerskabsregulering, som er helt nyskrevne. Det er der ikke nødvendigvis noget galt i, men det synes dog at medføre en vis ujævnhed i fremstillingen, hvor de dele af bogen, som bygger på mediestøtterapporten, fremstår væsentligt mere veldokumenterede end de øvrige dele, som i højere grad bygger alene på dokumentanalyser.

Gennemgangen af pressestøtten og vanskelighederne ved at gennemføre en omlægning, som giver plads også til nye medier, er sammen med analysen af den statslige koncessionspolitik på tv-området informative og demonstrerer tydeligt, hvor forskellig en situation dagbladene og fjernsynet befinder sig i. Når det gælder analysen af fjernsynsreguleringen, bliver nogle af begrænsningerne i Krumsviks branchebaserede og virksomhedsøkonomiske tilgang

imidlertid tydelige. Han overser således betydningen af en programpolitiske udvikling, som konkurrencen på tv-markedet har initieret, og som har gjort NRK langt mere vedkommende for seerne. Der er her tale om en dynamik mellem marked og stat (regulering), som har skabt langt større programpolitisk spillerum og en højere grad af uafhængighed. Når Krumsvik skriver, at NRK "gir oss ikke vesentlig andre typer medieinnhold enn det rene kommersielle kanaler ville gitt oss" (s. 129), er det ganske enkelt forkert. NRK's programflade er væsentlig anderledes end eksempelvis TV 3's – både når det gælder genremangfoldighed og hvilke målgrupper sendefluden orienterer sig mod.

Et andet problem, som følger af Krumsviks tilgang, er, at han i for ringe grad forholder sig til den regulering, der sigter mod at undgå konkurrenceforvridning, når tidligere adskilte mediesektorer på grund af digitaliseringen bliver konkurrenter. Det gælder bl.a. kravet om forhåndsgodkendelse af NRK's nye tjenester, hvor der eksplicit tages skridt til at begrænse NRK's effekt på markedet. Krumsvik peger på, at markedsudviklingen og dereguleringen på tv-området har ført til mere mangfoldighed og mindre indgreb i mediernes ytringsfrihed (s. 132). Forhåndsgodkendelsesproceduren for NRKs nye tjenester peger for mig at se i en helt anden retning, og det er svært at se, hvordan den slags forhåndscensur reelt skulle kunne bidrage til ytringsfrihed.

Det kan i øvrigt også undre, at Krumsvik slet ikke forholder sig til, at EU's regulering under tiden står direkte i vejen for at gennemføre fornuftig regulering på nationalt plan. Dette er eksempelvis tilfældet, når TV 3 i kraft af sit satellit-up-link fra England reelt unddrager sig norsk jurisdiktion og dermed underminerer nogle af de kulturpolitiske målsætninger, som den norske reklamelovgivning tilstræber.

Som en indføring i mediepolitik synes jeg, at Krumsviks bog er ret snæver, men som et bidrag blandt andre vejer den til gengæld tungt. Jeg savner en bredere teoretisk ramme for forståelse af mediepolitik og af dens forankring i samfundsteori, som bedre kunne begrunde, hvordan mediepolitik virker i et samspil med andre politikområder. Desuden savner jeg en mere nuanceret forståelse af, hvad de forskellige medier kan, og hvordan mediereguleringen indholdsmæssigt kommer til udtryk. Den markedsanalytiske tilgang er vitterlig spændende og vigtig, men de mediepolitiske problemstillinger bliver simplificeret for meget, når man helt ser bort fra mediernes indhold.

*Henrik Søndergaard
Institut for Medier, Erkendelse og
Formidling,
Københavns Universitet*