

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Maja Zakrajšek

**UPORABA MEDIJEV IN ZAUPANJE V DRUŽBO: PRIMER
SLOVENIJE IN NIZOZEMSKÉ**

diplomsko delo

Ljubljana 2008

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Maja Zakrajšek

Mentorica: asist. dr. Maruša Pušnik

Somentor: asist. dr. Gregor Bulc

**UPORABA MEDIJEV IN ZAUPANJE V DRUŽBO: PRIMER
SLOVENIJE IN NIZOZEMSKÉ**

diplomsko delo

Ljubljana 2008

Zahvala

Hvala mentorici assist. dr. Maruši Pušnik za pomoč pri „piljenju“ diplomske naloge in za prijazno sodelovanje. Zahvala tudi somentorju assist. dr. Gregorju Bulcu za hitro posredovanje in pomoč pri dokončanju naloge.

Da pa je diplomska naloga sploh začela kliti, gre zahvala dr. Mauriceu Vergeerju, mojemu neuradnemu mentorju v času študentske izmenjave na Univerzi Radboud v Nijmegnu na Nizozemskem. Bil je v veliko pomoč pri nastajanju naloge.

Seveda se zahvaljujem tudi staršem za neprenehno podporo v času študija. Hvala tudi tebi Rok, ker mi stojiš ob strani.

UPORABA MEDIJEV IN ZAUPANJE V DRUŽBO: PRIMER SLOVENIJE IN NIZOZEMSKÉ

Pomemben del človekovega vsakdana sestavljajo mediji. So nujno potrebni za komunikacijo, hkrati pa je znano, da mediji objavljajo predvsem zanimive, senzacionalistične novice. Raziskano je tudi, da se v medijih pojavlja veliko nasilja, več kot se ga dejansko dogaja v realnosti. Po drugi strani pa družbe postajajo vse bolj odtujene, individualizirane. Zanimalo me je, ali sta omenjena pojava povezana, torej če vse več medijev in nasilja, prikazanega v njih, vpliva na zaupanje ljudi v družbo. Prvotna predvidevanja v skladu s kultivacijsko teorijo, da pogosta uporaba televizije vpliva na zaznavanje realnega sveta, so se v moji raziskavi izkazala za napačna. Ne samo, da ni močnejših povezav med uporabo medijev in zaupanjem v družbo, v določenih primerih se je izkazalo celo, da večja uporaba medijev prispeva k večji zaupljivosti v družbo (na slovenskem vzorcu). Res da obstajajo šibke povezave, ki nakazujejo vpliv pogostosti uporabe medijev na posameznikovo zaupanje v družbo, vendar jasnih, močnih in konsistentnih povezav ni zaznati ne na slovenskem ne na nizozemskem vzorcu. Kultivacijska teorija na slovenskih in nizozemskih tleh ne vzdrži in lahko le zaključim, da so mediji del našega življenja, vendar ne prispevajo k posameznikovemu nezaupanju v družbo znatno bolj kot kateri drugi dejavniki, na primer posameznikove izkušnje z nasiljem ali drugi osebni dejavniki.

Ključne besede: kultivacijska teorija, mediji, zaupanje v družbo, nasilje v medijih.

MEDIA USE AND SOCIETAL TRUST: A CASE OF SLOVENIA AND THE NETHERLANDS

Media are an important part of human life. They are essential for communication, and it is known that media are usually depicting most interesting, shocking and scandalous news. It is also proven that violence is often represented in media, more often than in real life. On the other hand, societies are getting more and more alienated and individualized. I was trying to figure out whether these two conditions are connected, if media saturation and violence in media drive to bigger distrust in society. First assumptions of cultivation theory – that often watching television impacts people's view on life – were proven wrong in my assignment. Not only I did not find any strong connections between media use and societal trust, I discovered that on Slovenian base bigger media consumption actually leads to bigger trust in society. Some weak links that confirm connection between media use and societal trust were found, but no clear, strong and consistent connections can confirm cultivation theory in Slovenia or in the Netherlands. Media are part of our lives, but do not lead to societal distrust any more than other factors like personal experience of being victim or some other personality traits.

Key words: cultivation theory, media, societal trust, violence in media.

KAZALO

1. UVOD	7
2. TEORETSKI OKVIR	10
2.1 RAZISKAVE MEDIJSKIH UČINKOV	10
2.2 DOSEDANJE RAZISKAVE NA TEMO NASILJE NA TELEVIZIJI	16
2.3 KULTIVACIJSKA TEORIJA	18
2.4 KRITIKE KULTIVACIJSKE TEORIJE	20
2.5 NADGRADNJA KULTIVACIJSKE TEORIJE	20
3. KULTURNO-EKONOMSKO-POLITIČNI KONTEKST (SLOVENIJA IN NIZOZEMSKA)	24
3.1 RAZMIŠLJANJE O MEDIJSKIH UČINKIH V KONTEKSTU.....	24
3.2 RAZLIKE MED DRŽAVAMA.....	25
3.3 VZOREC	27
4. TEORETSKI MODEL	28
4.1 OPIS SPREMENLJIVK	29
5. HIPOTEZE IN OBRAZLOŽITEV.....	31
5.1 UPORABA MEDIJEV	31
5.2 DRUŽBENO OZADJE IN INDIVIDUALNE RAZLIKE	32
5.3 RAZLIKE MED DRŽAVAMA	33
6. OPERACIONALIZACIJA SPREMENLJIVK	34
6.1 INDIKATORJI ZA 'ZAUPANJE V DRUŽBO'.....	34
6.2 INDIKATOR ZA 'POGOSTOST GLEDANJA TELEVIZIJE'	34
6.3 INDIKATOR ZA 'POGOSTOST GLEDANJA TELEVIZIJSKIH NOVIC' ..	35
6.4 INDIKATORJI ZA 'POGOSTOST UPORABE MEDIJEV'	35
6.5 INDIKATOR ZA 'IZOBRAZBO'	35
6.6 INDIKATORJA ZA 'DRUŽBENE AKTIVNOSTI'	35
6.7 INDIKATOR ZA 'STAROST'	36
7.8 INDIKATOR ZA 'OSEBNE IZKUŠNJE Z NASILJEM'	36
6.9 INDIKATOR ZA 'NACIONALNOST'	36
7. OPERACIONALNI MODEL	37

8. STATISTIČNA ANALIZA	39
8.1 PREDSTAVITEV OSNOVNIH PODATKOV	39
8.2 PREVERJANJE HIPOTEZ	41
8.2.1 IZRAČUN KORELACIJSKIH KOEFICIENTOV	41
8.2.2 REZULTATI MULTIPLE REGRESIJSKE ANALIZE	45
8.2.2.1 REZULTATI SLOVENIJA	45
8.2.2.2 REZULTATI NIZOZEMSKA	48
9. ZAKLJUČEK	53

1. UVOD

Mediji so prisotni v življenjih ljudi po vsem svetu, njihova pomembnost pa še vedno narašča. Kamorkoli se obrnemo, naletimo na nekoga, ki bere časopise, gleda televizijo ali »surfa« po medmrežju. Okoli nas je vse več medijev, njihova dostopnost se veča in tako imamo ljudje več možnosti, da pridemo do informacij. Znano je tudi, da mediji prikazujejo nasilje; na to temo je bilo narejenih že precej raziskav (Aust in Zillman 1996; Kepplinger 1994; Newhagen in Reeves 1992; O'Keefe in Reid-Nash 1987). Več analiz tekstov je pokazalo, da je v medijih zagotovo prikazanega več nasilja, kot se ga dejansko odvija v svetu okoli nas – vsaj v Združenih državah Amerike. Tam v povprečju 80 odstotkov vseh zabavnih dramskih programov v najbolj gledanem terminu prikazuje vsaj nekaj nasilja (Wober in Gunter 1988: 8). Poleg tega pa mediji ponavadi prikazujejo ekstremno nasilne dogodke, ki kot žrtve predstavljajo vedno ene in iste vrste ljudi - ženske, starejše in otroke, kot nasilneže pa temnopolte in druge manjšine (Gerbner in drug 1979; Signorielli in Morgan 1990: 30; Weimann 2000: 40).

Že odkar so začeli oddajati prvi televizijski kanali, je večina raziskovalcev postala zaskrbljena glede vplivov prikazovanja nasilja na televiziji. Ampak vse do danes niso našli dokazov - vsaj ne takšnih, ki bi veljali za celotno populacijo in ki bi potrdili, da nasilje v medijih povzroča posnemanje le-tega v realnosti (Wober in Gunter 1988: 17). Ugotovljeno pa je bilo, da izpostavljenost nasilju v medijih vpliva na spreminjanje odnosa do nasilja, drugih ljudi ali celo družbe v najširšem pomenu – ljudje lahko postanejo manj občutljivi na nasilje, bolj prestrašeni in nezaupljivi ali pa postanejo sami bolj nasilni (Hamilton 1998: 2).

V tej nalogi želim ugotoviti, ali in kako različna uporaba medijev vpliva na zaupanje ljudi v družbo (koliko zaupajo drug drugemu in družbi v širšem pomenu). Da bi o tem izvedela čim več in da bi prišla do kar najbolj zanesljivih rezultatov, bom vpliv uporabe medijev na zaupanje v družbo proučevala na

slovenski in nizozemski populaciji in primerjala rezultate. V bližnji preteklosti na to temo ni bilo narejenih mnogo raziskav, starejše ugotovitve pa še vedno ne morejo biti posplošujoče. Prav zato bi rada raziskala, kako so omenjene spremenljivke povezane v dveh državah, v Sloveniji in na Nizozemskem. S primerjanjem podatkov za obe državi pa bom skušala rezultate posplošiti. Preveriti torej želim, kaj je tisto, kar določa, kaj »dobi« občinstvo od medijev, katere okoliščine prispevajo k večjim vplivom medijev in kakšne vrste ljudje so najbolj dojemljive za takšne vplive.

V nalogi se bom osredotočila na prikazovanje nasilja v medijih in na možne posledice tega. V prvem delu bom raziskala teorije in ugotovitve o medijskih učinkih. Celotna naloga bo rasla iz Gerbnerjeve kultivacijske teorije in njene hipoteze, ki pravi: »Najbolj pogost in subtilen vpliv televizijskega nasilja se kaže v tem, da oblikuje gledalčev pogled na realni svet. Tisti, ki veliko gledajo televizijo, prej verjamejo, da je nasilje v realnem svetu pogosto, se bojijo kriminala, so nezaupljivi do drugih in se skušajo zaščititi pred zločini« (Gerbner in drugi 1994).

V drugem delu bom preverila več teorij za testiranje medijskih učinkov, vključujoč spremenljivke, ki bi lahko vplivale na občinstvo. S primerjanjem dveh držav bom skušala ugotoviti, če so učinki velike uporabe medijev uniformni. Menim, da se bo kljub različni demografski pripadnosti in socialni situaciji v državah pokazala povezava med uporabo medijev in zaupanjem v družbo v obeh proučevanih državah. Da to preverim, pa bom morala testirati, katere druge spremenljivke bi še lahko vplivale na zaupanje ljudi v družbo.

Moj prispevek na področju medijskih in družbenih raziskav je pomemben zato, ker nam bodo ugotovitve naloge povedale nekaj več o učinkih uporabe medijev. Rezultati bodo tudi pokazali, na katere ljudi mediji najbolj vplivajo. Zaželeno bi bilo, da se na tem področju opravi še kakšna raziskava, ki bi namesto nasilja obravnavala drugo tematiko in uporabila drugačne metode ter morda testirala še druge osebne dejavnike. Upam, da bo naloga prispevala tudi k raziskavam

moralne panike in medijev ter da bo prinesla nove statistične podatke, ki jih bo kdorkoli lahko uporabil v prihodnjih raziskavah.

So torej res mediji tisti, ki so odgovorni za nezaupanje v družbo? In če je tako, koliko odgovornosti jim lahko naprtimo? Do kakšnih razlik lahko pride med Slovenijo in Nizozemsko, če govorimo o uporabi medijev in zaupanju v družbo? To so glavna vprašanja, na katera upam, da bom našla odgovore v tej nalogi. S tem želim pripomoči k boljšemu vpogledu v teme kot so mediji, nasilje in zaupanje v družbo.

2. TEORETSKI OKVIR

2.1 RAZISKAVE MEDIJSKIH UČINKOV

Že od začetka širjenja množičnih medijev so med ljudmi obstajali strahovi o njihovih vplivih, še posebej na 'šibko' občinstvo, kot so otroci in nižje izobraženi. Skoraj vsakemu pojavu in vzponu novih medijev (film, strip, televizija in video ter računalniške igrice) je sledila moralna panika, ki je vodila do intenzivnejšega raziskovanja učinkov množičnih medijev (Weimann 2000: 44).

Medijske študije oziroma komunikološko raziskovanje se je pravzaprav razvilo iz vprašanja, kakšni so učinki medijev. Učinek je bil glavna tema začetkov tovrstnega raziskovanja. Medijske študije se resda ločijo po objektu raziskovanja – raziskovanje občinstev, analiza vsebin, proces nastajanja sporočil in študije recepcije so vse podteme komunikološkega raziskovanja. Vendar pa vse te teme stremijo k istemu, to je k razumevanju moči medijev. Že od daljne zgodovine se ljudje sprašujejo o učinkih medijev. Vprašanja kot "kakšno vlogo je igrala uporaba radia v Prvi svetovni vojni?", "ali televizijska soočenja kandidatov vplivajo na izid predsedniških volitev?" in "ali povečevanje nasilja v filmih povzroča nasilje v realnem svetu?" vsa skušajo razumeti vpliv medijev na realni svet (Katz 2001: 9472).

Raziskave medijskih učinkov so izvirale iz različnih domnev, to pa je vodilo k različnim zaključkom o učinkih medijev. Najzgodnejše študije, narejene na začetku 20. stoletja, so govorile, da med mediji in občinstvi obstajajo preproste povezave ter da so učinki medijske uporabe enaki za vse, da vsak sprejme enako sporočilo in na isti način ter močno odreagira nanj (Weimann 2000: 46).

Teorije medijskih učinkov so najprej zagovarjale šibke, nato močne, nato pa spet šibke medijske učinke. Ali povedano z drugimi besedami: najprej so o učinkih govorili kot o kratkoročnih, neposrednih in specifičnih, kasneje pa kot o dolgoročnih, posrednih in razpršenih (Mahle in Rosengren v Jensen in

Rosengren 1996: 310). Z leti pa se je spremenilo tudi konceptualiziranje občinstva. Sprejemnik medijskih sporočil je bil v začetku raziskovanja medijskih učinkov obravnavan kot tisti, ki ima le pasivno vlogo, kasneje pa ga dojemamo kot aktivnega in selektivnega uporabnika medijev (Klapper in drugi v Jensen in Rosengren 1996: 310).

Prve komunikološke raziskave, narejene v letih 1940 do 1960, so se torej osredotočale na prepričevalni učinek medijev in so se spraševale, ali nam lahko mediji zapovejo, kaj naj mislimo ali delamo. Glavno vprašanje je bilo, ali so mediji s prepričevalnimi kampanjami zmožni ustvariti spremembo v mnenjih, obnašanju in delovanju posameznika v kratkem času. **Prepričevalna paradigma** je tako raziskovala vojno oglaševalsko propagando, vpliv prikazovanja nasilja v medijih na otroke, kako se volilci odločajo na volitvah itd. Lazarsfeld in sodelavci so ugotovili, da imajo mediji na volilce le omejen vpliv, saj ti varujejo svoja primarna mišljenja s selektivno pozornostjo, zaznavanjem in spominjanjem. To pomeni, da sprejmejo tista sporočila, ki so v skladu z njihovo mentalno shemo. Množični mediji torej bolj kot spreminjajo, ojačujejo primarna mišljenja, mišljenja, ki jih oseba o nečem že ima. Takšne ugotovitve so pomirile medije in jih oprale krivde pranja možganov, hkrati pa so pomirile tudi raziskovalce, saj so občinstvo dojeli kot manj ranljivo, kot so na začetku domnevali (Katz 2001: 9473).

Prepričevalna paradigma je vključevala tudi teorijo magičnega metka (magic bullet) oziroma hipodermične igle. Teoriji sta predvidevali, da je množično občinstvo šibko in da mediji vplivajo na vrednote, prepričanja in čustva ljudi. Metafora hipodermične igle je nakazovala, kako naj bi mediji injecirali določeno sporočilo vsem članom občinstva. To pa naj bi ustvarilo uniformno mišljenje - točno tako, kot ga je želel sproducirati ustvarjalec sporočila (Lowery in DeFleur 1995: 400; Weimann 2000: 18).

Čez nekaj let pa je prišlo tudi do redefiniranja vloge občinstva in to ni bilo več razumljeno kot uniformno. Začele so se oblikovati nove ugotovitve, ki so se opirale na tezo, da imajo množični mediji pomemben vpliv na občinstva, vendar pa je narava in stopnja vpliva mnogovrstna (McQuaill 1994: 327). Večina

sledečih raziskav je pozornost tako usmerila k drugim, intervenirajočim spremenljivkam, ki posredujejo v procesu medijskega učinkovanja. Prepričevalni paradigmi je sledila **paradigma difuzije**. Ta je upoštevala, da so medosebne mreže in selektivno zaznavanje napoti neposrednemu vplivu medijev. Raziskovanje difuzije se osredotoča na to, v kolikšnem času se neka ideja ali inovacija razširi in vpelje v določeni družbi, izpostavljeni medijem in drug drugemu. Paradigma difuzije je torej upoštevala, da je za vpliv potreben čas (Katz 2001: 9473). Študije, kot so na primer **dvostopenjski tok komuniciranja**, so se osredotočile na bolj socialne dejavnike – za zelo pomembne v komunikacijskem procesu so obravnavale medosebne odnose. Model dvostopenjskega toka komuniciranja temelji na predpostavki, da mnenjski voditelji informacije pridobivajo iz množičnih medijev, nato pa jih delijo z ljudmi okoli sebe oziroma s t. i. 'pozorno javnostjo'. Pozorna javnost je zainteresirana za predmet sporočila, vendar se zanaša na informacije s strani mnenjskih voditeljev. Naslednja skupina pa je 'nepozorna javnost', ki se ne zanima za sporočilo in ostaja zunaj procesa oblikovanja javnega mnenja. V prvi fazi torej mnenjski voditelji dobijo informacije iz množičnih medijev, v drugi pa jih posredujejo bolj pasivnim članom občinstva. Na tak način naj bi torej mnenjski voditelji zavzemali zelo pomembno mesto pri oblikovanju splošnega javnega mnenja (Newbold 1995: 119).

Vzporedno s paradigmo difuzije pa se je razvijala **teorija uporabe in zadovoljitve**. Ko so raziskovalci na ljudi začeli gledati kot na posameznike, so ugotovili, da je pri raziskovanju treba upoštevati selektivno pozornost, izpostavljenost in zaznavanje ljudi (Weimann 2000: 21). Različni ljudje uporabljajo medije na različne načine, pri tem pa izbirajo, čemu bodo posvečali pozornost, kaj bodo gledali ali brali ter kaj si bodo mislili o sporočilu. Iz takšnega sklepanja se je torej razvila pomembna teorija uporabe in zadovoljitve (Blumler in Katz 1974), ki je predvidevala, da se ljudje ukvarjajo z določeno aktivnostjo, ker jim ta prinese neke vrste zadovoljitev. Teorija opisuje občinstvo kot aktivno, selektivno in usmerjeno k ciljem. Ljudje se sami odločajo, kako bodo uporabljali medije. Vsak se odloči, kaj bo gledal ali bral na podlagi svojih zanimanj, potreb,

prepričanj in vrednot (Lowery in DeFleur 1995: 400). Lahko rečemo, da se je raziskovalno vprašanje iz "Kaj mediji počno s posamezniki?" spremenilo v "Kaj posamezniki počno z mediji?". Mediji so torej pojmovani le kot eden od virov, s katerimi ljudje zadovoljujejo svoje potrebe (Katz 2001: 9474).

Teorija o **prednostnem tematiziranju** je naslednja teorija, ki upošteva, da so vplivi medijev omejeni in se zato sprašuje, na kakšen način vplivi postanejo močnejši in obidejo primarna mišljenja in skupinske norme, ki varujejo posameznika pred neposrednimi vplivi medijev. Pri tej teoriji gre za mišljenje, da lahko mediji vplivajo na spremembo posameznikove ali družbene pozornosti na kratki rok (Katz 2001: 9474). Teorija povzema, da se moč množičnih medijev kaže v njihovih vplivih na teme, predstavljene v medijih. S sporočanjem ljudem, katere teme so pomembne in s hkratnim zanemarjanjem drugih tem mediji ustvarijo lestvico pomembnih javnih zadev, ki jih ljudje poznajo (Robinson in Levy 1986: 44). Lippmann je v svojem delu "Javno mnenje" navajal, da so novičarski mediji primarni vir slik o širšem svetu javnih zadev v naših glavah. Ker je ta svet za večino ljudi nedostopen in oddaljen, so edini vir informacij o njem množični mediji. Od tega, kar se mediji odločijo sporočiti ljudem, je odvisno, kaj ljudje vedo o svetu javnih zadev. Rezultat takšnega posredovanega pogleda na svet je, da prioritete medijev močno vplivajo na prioritete javnosti. Prva študija vplivov prednostnega tematiziranja, izpeljana v Chapel Hillu, je raziskala mesec v času predsedniških volitev leta 1968 v ZDA. Ugotovitve so bile podobne kot čez desetletje na predsedniških volitvah. Potrjeni so bili močni učinki prednostnega tematiziranja, saj je bila povezava med objavami v novicah in trendih javnega mnenja močna. Več kot 300.000 objavljenih študij po vsem svetu, ki so sledile začetni študiji, je potrdilo omenjeni vpliv novičarskih medijev (McCombs 1998).

Naslednja teorija o vplivu medijev, ki se je razvila, je **teorija o informacijski luknji** oziroma "knowledge-gap" teorija. Glavna teza teorije se glasi, da se bo informacijska kampanja bolj prijela pri tistih, ki že posedujejo mnogo informacij o temi kampanje, kot pri "informacijsko revnih" osebah (Tichenor in drugi v Katz 2001: 9474), saj lahko bolj razvite strukture (t. j. informacijsko bogati ljudje)

hitreje in lažje sprejmejo novo znanje. S tem se bo seveda v prihodnosti še večal prepad med "informacijsko revnimi in bogatimi" osebami oziroma med družbenimi sloji. Pri tej teoriji gre torej za premiso, da se kot posledica informacijskih kampanj povečuje stratifikacija družb na kratki rok (Katz 2001: 9474).

Kritična Frankfurtska šola pa je v medijih videla agente hegemonije, ki zapovedujejo občinstvom, o čem naj ne mislijo. **Kritična teorija** si sicer deli podobne poglede na nemočno množično občinstvo in moč medijev s klasično prepričevalno paradigmo, vendar pa se je Frankfurtska šola zanimala za dolgoročne posledice vpliva medijev na družbo. Kritična teorija se zato osredotoča na lastništvo medijev, masovno proizvodnjo in distribucijo zabavnih vsebin, ki naj bi vsi zmanjšali možnost občinstev, da se branijo pred množičnimi mediji in da se posvečajo bolj inteligentnim vsebinam. Konformnost in konsenz predstavljata končni izid vpliva medijev na družbo, s tem ko občinstvom govorijo, o čem naj ne mislijo. Kritična teorija govori o učinkih medijev kot o spodbujanju družbene stratifikacije na dolgi rok, katero izvajajo medijski menedžerji in lastniki pod okriljem hegemoničnih medijev. Kritični teoretiki pa so se v drugi polovici dvajsetega stoletja začeli zanimati tudi za variacije v sprejemanju sporočil glede na občinstva in začeli razmišljati, da se lahko člani občinstev uprejo medijski dominanci in da lahko vsak različno prebere in doume določeno sporočilo (Katz 2001: 9475).

Naslednji pristop k proučevanju učinkov medijev pa se osredotoča na tehnološke spremembe v medijih, ki naj bi povzročale spremembe v družbah. Gre za **tehnološko teorijo**, ki se ne ozira na vsebino medijev, ampak samo na tehnologijo. Glavni protagonist te teorije je McLuhan, ki pravi, da nam mediji zapovedujejo, kako razmišljati. Mediji naj bi disciplinirali naše možgane in ustvarjali osebnosti in družbe, ki razmišljajo in delujejo enoznačno, naučeno. Po načelih tehnološke teorije naj bi si razlagali vpliv iznajdbe tiska na religijo, znanost in šolo, vpliv telegrafa na ekonomsko integracijo Združenih držav Amerike ali pa vpliv dosegljivosti televizije na manjšanje razlik med generacijami,

spoli in sloji. Pri tehnološki teoriji je torej poudarek na spremembi družbene organizacije v določeni družbi ali instituciji na dolgi rok, povzročeni s strani medijskih tehnologij (Katz 2001: 9475).

Ker pa je bila tudi tehnološka teorija kritizirana, saj lahko isto tehnologijo uporabljamo na različne načine v različnih časih z različnim učinkom, ista tehnologija pa ima lahko različne vplive v različnih družbenih in kulturnih okoliščinah, se je razvila **družbena teorija**. Glavni predstavnik teorije je čikaška univerza, ki se osredotoča na družbeno organizacijo in dezorganizacijo. Zagovorniki te teorije, John Dewey, Robert Park, Herbert Blumer in drugi, so se začeli zanimati za vplive obvladljivih medijskih tehnologij na družbene organizacije, pri tem pa poudarjali obstanek in napredek družbe, ne pa družbenih sprememb. Premisa te teorije temelji na vzpodbudi integracije družb, mest, narodov in narodnosti na dolgi rok, saj si le-ti delijo iste izkušnje z vsebino in tehnologijo. Družbena teorija proučuje predvsem asimilacijo imigarantov, integracijo narodov in vlogo medijev v teh procesih (Katz 2001: 9476).

Kmalu se je razvila še **situacijska teorija**. Ta se osredotoča na okoliščine, ki določajo uporabo medijev. Zanima jih, kakšna je razlika, če bereš novice v časopisu ali na internetu ali gledaš film v kinoteki ali na televiziji. Gre torej za spremembo ali spodbujanje identitete oziroma vloge posameznika na kratki rok. Mediji nam torej govorijo, kdo (trenutno) smo (Katz 2001: 9476).

Katz (2001) v svoji shemi teorij, opisani zgoraj, ni posebej omenjal Gerbnerjeve kultivacijske teorije, oziroma jo je omenil kot začetek za kritično teorijo. Če povzamem Volčičevo (2001: 47–62), pa se kultivacijska teorija umešča med teorije medijskih učinkov. Po njeni klasifikaciji med takšne teorije spadajo še Lazarsfeldov model dvostopenjskega komuniciranja, teorija uporabe in zadovoljitve ter teorija o prednostnem tematiziranju.

Podrobneje se bom torej osredotočila na Gerbnerjevo teorijo kulturnih indikatorjev (1969, 1973), ki je sestavljena iz trodelne analize. Prva je analiza institucionalnih procesov in se osredotoča na načine delovanja in poslovanja

medijskih institucij. Druga analiza proučuje sistem sporočil in se osredotoča na produkte medijskih institucij – na medijska sporočila. Tretji del Gerbnerjeve teorije pa je kultivacijska analiza (oz. teorija) in ta je morda tudi najpomembnejša, saj se osredotoča na implikacije prejšnjih dveh analiz. Raziskuje vpliv medijskih sporočil na ljudi in družbo kot celoto. Gerbner na medijske učinke gleda z drugega zornega kota kot McCombs in Shaw – medije vidi kot enega od socializacijskih agentov, ki na dolgi rok oblikujejo človekova prepričanja in percepcije o svetu. Gerbner je proučeval uporabo in učinke televizije. Glavni učinki televizije na ljudi naj bi bili po njegovem inkulturacijski. Televizija kultivira stabilnost in sprejemanje statusa quo v družbah. Ali kot pravita Gerbner in Gross: “Televizija je učinkovito prevzela naloge plemenskih starešin, religije in celo formalne izobrazbe pri vlogi pripovedovanja mitov. Ritualni in mitologije so vitalni za družbe, saj delujejo kot agenti simbolične socializacije in nadzora ter kot takšni z dramatisiranjem norm in vrednot prikazujejo, kako družba deluje” (1976: 173).

2.2 DOSEDANJE RAZISKAVE NA TEMO “NASILJE NA TELEVIZIJI”

Zanimanje za raziskovanje nasilja v medijih sega nazaj v čase, ko je televizija postajala popularna in so ljudje predvidevali, da lahko prikazano nasilje povzroči agresivno in družbeno neprimerno vedenje. Gerbner je svojo kultivacijsko teorijo osnoval na primeru nasilja, zanimalo ga je ali nasilje na televiziji govori ljudem, da je svet nevaren. Nasilje je torej tema, ki so jo proučevali od samih začetkov raziskovanja medijskih učinkov, s tem pa postavili temelje komunikologiji, ki se dandanes še vedno ukvarja z učinki medijev. Prav zato menim, da lahko preko te teme raziskujem vlogo medijev v družbi. Kasneje je več analiz tekstov pokazalo, da je v medijih zagotovo prikazano več nasilja, kot se ga dejansko dogaja okoli nas, vsaj v Združenih državah Amerike. V povprečju 80 odstotkov vseh zabavnih dramskih programov v najbolj gledanem terminu na televiziji prikazuje vsaj nekaj nasilja (Wober in Gunter 1988: 8).

Poleg tega pa mediji ponavadi prikazujejo ekstremno nasilne dogodke in stigmatizirajo določene vrste ljudi kot zločince, spet druge pa kot žrtve (Gerbner 1977; Gerbner in drugi 1979; Signorielli in Morgan 1990: 30; Weimann 2000: 40).

Kar je torej že bilo ugotovljeno o vlogi nasilja v medijih, mi bo pomagalo pri raziskovanju morebitnega vpliva medijev na družbo, natančneje na posameznikovo zaupanje v družbo. Predvidevam, da je zaupanje v družbo povezano z zaznano stopnjo nasilja v družbi.

Tudi v televizijskih novicah se nasilje velikokrat pojavlja. Kot je znano iz empiričnih raziskav novic (Gunter 1987; 1997; Kamps in Meckel 1998), je žanr novic sestavljen iz zelo kompleksnih in heterogenih delov in detajlov. Zillmann (1996) je ugotovil, da je predvsem nasilje tisto, ki vzbudi zanimanje pri občinstvu. Študije televizijskih novic so pokazale, da so novice skonstruirane in prikazujejo predvsem teme, ki so nenavadne in škandalozne, takšne pa privlačijo veliko ljudi. Novičarski mediji so zanimanje za zločinstvo in nasilje začeli kazati že od začetkov tiska za en peni naprej (Altschull 1995: 176).

Na področju uporabe medijev je bilo narejenih več študij, odkrile pa so nekaj specifik uporabe novic. Konzumpcija novic je različna, če govorimo o različnih spremenljivkah, kot so spol, stopnja izobrazbe ali starost. Konzumpcija informacij je prav tako različna za tiste, ki so vpleteni v določeno zadevo, ki jo medij predstavlja, in za druge, ki vanjo niso vpleteni. Nekateri na primer spremljajo novice, da se odmaknejo od vsakodnevnih skrbi, medtem ko jih drugi gledajo, ker želijo biti obveščeni o pomembnih stvareh. Takšne rutine gledanja novic pa se za vsakega spreminjajo tudi glede na okoliščine, v katerih gledajo televizijo (Robinson in Levy 1986: 31–32). Lahko torej rečemo, da teme, predstavljene v novicah, vplivajo na zaznavo zunanjega sveta, vendar je ta vpliv odvisen od vsakega posameznika in okoliščin, v katerih spremlja novice.

Poleg novic je tukaj treba omeniti še fikcijo. V celotni Evropi je fikcija najbolj pogosto zastopan žanr, saj ponavadi predstavlja kar 30 odstotkov vse televizijske vsebine. Na Nizozemskem je sicer odstotek fikcije nižji (18% leta 2002), v Sloveniji pa dva javna nacionalna programa (Slovenija 1 in Slovenija 2) oddajata skupno 24 odstotkov fikcije dnevno. Večino uvoza v zahodno Evropo predstavlja ameriška fikcija; njihovih je še vedno 65 odstotkov vsega uvoza. Nizozemci so

leta 2002 oddajali 4026 ur ameriške fikcije v primerjavi s 8303 urami vse uvožene fikcije, torej je bilo kar polovico oddajane fikcije ameriške produkcije (European Audiovisual Observatory 2003). Nacionalne študije nasilja na televiziji iz let 1996, 1997 in 1998 so pokazale, da 60 odstotkov analiziranih ameriških programov vsebuje nasilje in da tipičen "nasilen program" prikaže vsaj šest nasilnih prizorov na uro. Nasilje pa narašča v najbolj gledanem terminu. Če povežemo te ugotovitve s številko uvoza ameriške fikcije, lahko zaključimo, da več ameriške vsebine pomeni več nasilja.

V Sloveniji komercialni programi prikazujejo 40 odstotkov (od celotnega programa) nasilja dnevno, javni nacionalni pa manj – okoli 18 odstotkov (Petrovec 2003: 50). Tudi na Nizozemskem se na komercialni televiziji predvaja veliko nasilja, številke se skoraj ne razlikujejo od rezultatov ameriških raziskav njihovih programov. Na uro se povprečno pojavi šest nasilnih dejanj. Največ nasilja pa vsebuje žanr drame – kar okoli 80 odstotkov (Bouwman 1987: 83–85; Bouwman in drugi 1987).

2.3 KULTIVACIJSKA TEORIJA

Gerbnerjeva raziskava povezav med nasiljem v medijih in vplivih na družbo, narejena med leti 1960 in 1970, je vzpodbudila veliko debato. Gerbner je želel predstaviti, da se človekova percepcija družbe, družbenih struktur in vlog spolov z gledanjem televizije in tematik, predstavljenih na televiziji, potrdi ali spremeni. Televizija naj bi kultivirala zavedanje o tem, kaj je prav in kaj narobe; televizija je simbolični sistem, ki kultivira naše percepcije o svetu okoli nas (Katz in Lazarsfeld 1995: 120).

Kultivacijska teorija (Gerbner in drugi 1979: 179) se začne s premiso, da se informacija, pridobljena iz dramatičnega televizijskega materiala, vsede v posameznikove koncepte družbene realnosti. Z analizo razmerja med poročanimi navadami gledanja televizije (predvsem čas gledanja) in percepcijami posameznikov o njihovem družbenem in kulturnem okolju sta Wober in Gunter

(1988: 3) ugotovila, da je možno odkriti prispevek televizije k različnim vrednotam in prepričanjem, ki jih imajo ljudje.

Kasnejše raziskovanje na tem področju je tudi pokazalo, da televizija neproporcionalno prikazuje nasilje, spolne in druge stereotipe (Weimann 2000: 40). Ugotovljeno je bilo, da je v množičnih medijih, predvsem v navičarskih in fikcijskih žanrih, prikazanega več nasilja, kot ga je v resničnem svetu, mediji pa pretiravajo tudi z rastjo nasilja, ko to v resnici upada. Ameriško občinstvo meni, da je na ulicah vsako leto več nasilja, kriminalistične statistike pa se ne višajo oziroma celo malce upadajo (Curtis 1985: 23).

Kultivacijska teorija pravi, da je vsako sporočilo družbeno in zgodovinsko definiran izraz trenutnih fizičnih in družbenih razmerij. Sporočila vključujejo namige in prepričanja, ki so razumljivi le na področju družbenih odnosov, kjer so bila ustvarjena. Hkrati pa ta ista sporočila redefinirajo odnose in kontekste ter s tem poudarjajo strukture in prakse, ki oblikujejo sporočila (Shanahan in Morgan 1999: 11).

Gerbnerjev projekt kulturnih indikatorjev vključuje dve obširni domnevi o naravi televizijske vsebine, občinstva in o funkcionalnih odnosih med njima. Prvič, televizijske podobe, ponujene kot dejstvo ali fikcija, kultivirajo stereotipne predstave o družbenem okolju. Druga domneva pa je, da ima večina ljudi raje neselektivno ali rutinizirano gledanje televizije (Gerbner in drugi 1979: 180). Posledično seveda več časa ko posameznik preživi pred televizijo, bolj na njegova družbeno-kulturna prepričanja vpliva dramatična vsebina. Ugotovljeno je bilo, da tisti, ki veliko gledajo televizijo (več kot štiri ure na dan), dajejo drugačne odgovore kot tisti, ki televizije ne gledajo veliko. Gledalci, ki ogromno časa preživijo pred televizijo, v anketah podajo odgovore, ki so bolj v skladu s predstavitvijo ljudi in dogodkov na televiziji (Gerbner in Gross 1976).

Televizija prek stereotipiziranih predstavitev različnih skupin in institucij predstavi dramatičen svet z natančno definirano strukturo moči, v katerem dominirajo močni in pravični, pokvarjenci (lahko so močni ali šibki) pa so zatirani ali odstranjeni. Gerbner in njegovi kolegi poročajo, da je pogosto gledanje televizije

tako med odraslimi kot med mladimi povezano z njihovimi pogledi na svet, tudi če upoštevamo vplive demografskih faktorjev (Gerbner 1977).

2.4 KRITIKE KULTIVACIJSKE TEORIJE

Obstaja kar nekaj kritik Gerbnerjeve kultivacijske teorije. Najbolj dvomljiva naj bi bila veljavnost rezultatov, saj naj bi bila raziskava konceptualno in metodološko preveč preprosta (Hirsch 1980; Hughes 1980). Kultivacijska analiza je za testiranje povezave med gledanjem televizije in določeno odvisno spremenljivko vedno uporabljala le enostavno kontrolo. Ker pa so takšni odnosi med spremenljivkami bolj kompleksni, bi za zanesljive teste hipotez morali uporabiti bolj dodelano testiranje (Wober in Gunter 1988: 37).

Gerbnerjeva kultivacijska teorija je bila testirana tudi v Veliki Britaniji, kjer so Piepe, Crouch in Emerson (1977) ter kasneje tudi Wober (1978) ugotovili, da med gledanjem televizije in osebnimi strahovi ter medsebojnim nezaupanjem ni neposredne povezave. Raziskava v Kanadi (Tate 1976; Suedfeld in drugi 1985) je pokazala, da televizija nima neodvisnega vpliva na družbene koncepte, ki jih je raziskoval Gerbner, po tem ko so iz raziskave izločili vplive ostalih spremenljivk, kot so na primer osebnostne lastnosti. Po kontroli osebnostnih razlik med gledalci v omenjeni kanadski študiji postal vpliv televizije nepomeben (Wober in Gunter 1988: 28). Nadaljne študije v Veliki Britaniji so dognale, da ima televizija kvečjemu šibke vplive na družbena prepričanja in da se še ti nanašajo na gledanje določenih tipov programa, ne pa na skupno količino gledanja. Podobna analiza je bila opravljena na Nizozemskem (Bouwman 1984) in je pokazala, da kultivacija strahu preko televizije na Nizozemskem ni zaznan fenomen. Bouwman je razložil, da je do takšnega rezultata verjetno prišlo zaradi več dejavnikov; eden od njih naj bi bil ta, da je vloga televizije na Nizozemskem manjša kot v ZDA, saj oddaja manj ur na dan na manjšem številu kanalov (Wober in Gunter 1988: 29).

2.5 NADGRADNJE KULTIVACIJSKE TEORIJE

Novejše raziskave so začele proučevati učinke medijev, upoštevajoč nove faktorje, ki bi lahko vplivali na posameznikovo predstavo o svetu. Ugotovitve teh

raziskav so pomembne, saj nam povedo več o različnih rabah medijev v različnih okoliščinah in kulturah.

Shinichi Saito (1995) natančno opiše Gerbnerjevo kultivacijsko teorijo, njene kritike in novejša teorije, ki so Gerbnerjevo teorijo preiskovale z vključitvijo novih spremenljivk.

Kritiki kultivacijske teorije, Zillmann, Gunter, Wober, Zillmann in Wakshlag, so ugotovili, da je model kultivacijske analize konceptualno omejen in se ne ozira na ostale enako pomembne teoretične interpretacije ugotovitev (Saito, 1995). Omenjeni kritiki trdijo, da je posameznikov pogled na določene zadeve odvisen od večih dejavnikov, na primer od posameznikove osebnosti, izkušenj in od vplivov drugih ljudi. Potter je dvomil tudi v to, da Gerbnerjevi "televizijski odgovori" temeljijo na vseh možnih dejavnikih, ki bi lahko vplivali na posameznikovo percepcijo televizijskih sporočil (Potter v Weimann 2000: 48).

Gerbner in njegovi sodelavci so vztrajali, da so elementi, ki vodijo do kultivacije, razporejeni med večino programov in žanrov ter da občinstva gledajo televizijo neselektivno. Sledi torej, da je bolj pomembno, koliko časa se televizija gleda, kot kaj se gleda. Hawkins, Pingree, Weaver, Wakshlag, Potter in Chang pa so ugotovili, da so nekateri tipi programov močnejše povezani z vplivi kultivacije kot skupni seštevek gledanja televizije (Hawkins in Pingree; Weaver in Wakshlag; Potter in Chang v Saito 1995). Omenjeni raziskovalci trdijo, da količina gledanja ni najpomembnejši dejavnik za razlago kultivacijskih vplivov, saj so lahko kultivacijska razmerja specifična za različne vsebine.

Zillmann, Wakshlag, Weaver, Wober in Gunter (Saito 1995) so predlagali, da je možno tudi, da je vzročna povezava med izpostavljenostjo televiziji in percepcijami o družbi obrnjena. Gledalčeva prepričanja o družbeni realnosti bi lahko povzročila pogosto zatekanje k gledanju televizije. Zillmann in Wakshlag ugotavljata, da bi mogoče bilo bolj relevantno razmišljati, da strah povzroča pogosto gledanje televizije. Avtorja menita, da bi bilo zato potrebno raziskati,

kako si gledalci razlagajo programe, napolnjene z nasiljem. Če jih gledalci razumejo, kot jih razlaga analiza vsebine – gre za to, da naj bi mediji v večini prikazovali nenavadne, škandalozne, nasilne dogodke in s tem ustvarjali sliko o zlobnem in nevarnem svetu - in ob tem doživljajo stres, avtorja ne vesta, zakaj bi se ljudje potem sploh izpostavljali takšnim stresnim situacijam.

Teoretiki kulturnih študij so ugotovili, da so pomeni televizijskih vsebin polisemični in odprti. Tako se razumevanje vsebin lahko razlikuje glede na gledalčevo ozadje - glede na družbeni sloj iz katerega prihaja, spol ali subkulturo (Hall; Liebes; Livingstone v Saito 1995). Ideja aktivnega gledalca je empirično podprta, vendar pa to še ne pomeni, da je originalna kultivacijska perspektiva neprimerna. Vsakodnevna količina izpostavljenosti medijem, predvsem televiziji, je velika, ljudje pa so ponavadi delno pozorni na medijsko vsebino. Množično občinstvo bi tako lahko uvrstili "nekam na sredino lestvice od pasivnega do aktivnega" (Neuman v Saito 1995).

Perse, kritik, ki izhaja iz teorije uporabe in zadovoljitev, trdi, da je kultivacijska teorija spregledala pomembnost motivacij gledanja televizije, saj teorija pravi, da do "vsakršnega gledanja televizije pride zaradi istih motivov" (Saito 1995). Selektivna izpostavljenost je tako naslednji dejavnik, ki je bil zanemarjen v Gerbnerjevih raziskavah – Cotton (v Saito 1995) ugotavlja, da veliko ljudi išče in gleda takšna sporočila, ki potrjujejo njihova prepričanja in občutke ter se izogibajo tistim, ki so v nasprotju z njihovim mišljenjem.

Hawkins in Pingree, Perse, Potter ter Rubin (v Saito 1995) trdijo, da bolj kot gledalci verjamejo, da televizija pravilno predstavlja družbeno realnost, večje je možnost, da bo televizijska vsebina vplivala na njih. Potter (v Saito 1995) tudi ugotavlja, da se gledalci razlikujejo glede stopnje verjetja, da televizija realno prikazuje svet. Gledalčevo dojetje realnosti na televiziji je torej pomemben dejavnik, ki prispeva k izboljšavi originalne teorije. Vendar pa zgoraj omenjene študije nimajo konsistentnih dokazov za to, da če gledalec bolj verjame

televizijski vsebini, da je tudi večja možnost, da bo televizijska vsebina nanj vplivala.

Sparks in Ogles (v Saito 1995) sta ugotovila, da je pogosto gledanje televizije res povezano s strahom pred kriminalnim napadom na družbeni ravni, ni pa povezano s posameznikovo oceno možnosti biti napaden. Množični mediji pa lahko imajo tako družben kot tudi osebosten vpliv takrat, "ko mediji prepričljivo predstavijo, da problem obstaja in ko je pogostost dogajanja visoka, ali ko se posameznik identificira s problemom in ga aplicira nase" (Tyler in Cook v Saito 1995). V določenih primerih mediji torej vplivajo na družbeno in tudi osebno zaznavanje nasilja.

Jasno je torej, da množični mediji niso edini, ki jih lahko "krivimo" za kultivacijske učinke. Vse zgoraj naštetih novejših teorij so prišle do pomembnih zaključkov o vplivih medijev na družbo in posameznike v njej. Vse pa zagovarjajo, da je na tem področju potrebnih še več raziskav, da bi razjasnili naravo medijskih učinkov. Enotne pa so si v tem, da so mediji le del širše družbe, ki vpliva na posameznikovo predstavo o svetu in da učinki niso enaki za vsakega posameznika.

3. KULTURNO-EKONOMSKO-POLITIČNI KONTEKST (SLOVENIJA IN NIZOZEMSKA)

3.1 RAZMIŠLJANJE O MEDIJSKIH UČINKIH V KONTEKSTU

Kritike in nadgradnje kultivacijske teorije so pokazale, da medijskih učinkov ne smemo pojmovati kot uniformnih in neodvisnih dejavnikov, ki vplivajo na občinstva. Vedno moramo upoštevati kontekst, v katerem naj bi mediji vplivali na posameznika. Vpliv nasilja, prikazanega v medijih, je torej pogojen z mnogimi dejavniki, ne le s pogosto uporabo medijev. Na zaznavanje nasilja v družbi oziroma na posameznikovo zaupanje v družbo prav gotovo vplivajo družbeno ozadje in individualne razlike. Vsak posameznik je samosvoje bitje, različno vzgojeno, z različnimi osebnimi izkušnjami in pojmovanji sveta okoli sebe. Prvi takšen dejavnik, ki bi lahko vplival na posameznikovo zaupanje v družbo, je **družbeno-ekonomski status**. Teorija o informacijski luknji predpostavlja, da je družbeno-ekonomski status, ki ga predstavljata izobrazba in/ali prihodki, pomembna družbena kategorija, saj predstavlja več drugih individualnih dejavnikov, kot so večji dostop do sofisticiranih virov, boljše komunikacijske sposobnosti in boljše znanje o javnih zadevah in političnem interesu (Perse 2001: 36). Višja izobrazba pa je tudi faktor, ki dela ljudi bolj tolerantne. Če so ljudje bolj tolerantni, zaznavajo manjšine (npr. etnične) in posledično celotno družbo kot manj škodljivo in nevarno (Vergeer 2000: 103).

Naslednja pomembna dejavnika, ki bi lahko vplivala na stopnjo zaupanja v družbo, sta **pogostost medosebnih pogovorov in mreža prijateljev**, ki prispevata k višji informiranosti (Robinson in Levy 1986: 64). Slovenska raziskava (Vilhar 2005: 93) je dognala, da tisti, ki več sodelujejo v družbenih aktivnostih, zaznavajo nižjo stopnjo nasilja v družbi, kot tisti, ki niso preveč družbeno aktivni. Tudi Potter (1999: 252) je zaključil, da je kultivacijski učinek močnejši za ljudi v anomičnem, prestrašenem stanju. Takšni ljudje namreč niso dobro socializirani in imajo manj medosebnih kontaktov, tako da na njih nasilje v medijih učinkuje bolj neposredno.

Ugotovljeno je bilo tudi, da je lahko **starost** kategorija, ki vpliva na posameznikovo zaupanje v družbo. Mišljenje, da so največkrat napadeni starejši

Ljudje, je bilo značilno za starejše udeležence neke raziskave, medtem ko med mlajšimi in srednje starimi takšnega mišljenja ni bilo zaznati (Wober in Gunter 1988: 44). Možno je tudi domnevati, da na takšne ugotovitve vpliva dejstvo, da starejši ljudje izvirajo iz precej drugačne dobe, ki ni bila toliko medijsko zasičena, in da ne hodijo ven tako pogosto kot mladi.

Potrjeno pa je bilo tudi, da tisti, ki so že imeli **osebne izkušnje z nasiljem**, bolj verjamejo v tezo o »zlobnem svetu« kot ostali (Weimann 2000). Ljudje, ki so že bili žrtve nasilja ali so videli nasilna dejanja, morda tudi več ostajajo doma in posledično pogosteje gledajo televizijo.

Medijski učinki torej niso uniformni, na vsakega človeka lahko delujejo drugače. Mediji vedno vplivajo v nekem kontekstu, zato moramo o njihovih učinkih govoriti v sklopu več spremenljivk. Treba pa je upoštevati tudi, da ima vsaka država nekoliko drugačen medijski prostor, zato lahko imajo mediji na Nizozemskem nekoliko drugačno vlogo in vpliv na občinstva kot na primer mediji v Sloveniji.

3.2 RAZLIKE MED DRŽAVAMA

Kako nasilje, prikazano v medijih, vpliva na ljudi, je torej odvisno tudi od **medijskega prostora**, v katerem ti ljudje živijo. Slovenija ima še vedno manj razvite medije, predvsem po tehnični plati. Prav tako je na Nizozemskem mnogo več javnih in lokalnih televizijskih postaj, tako da je izbira medijev večja. Na Nizozemskem oddajo trije javni servisi (NED1, NED2, NED3), imajo enega satelitskega ponudnika, deset kabelskih operatorjev, dve digitalni televiziji in tri ponudnike IPTV (Internet Protocol Television). V Sloveniji imamo dva javna servisa (TVS1, TVS2), tri privatne postaje, en digitalni program, enega glavnega ponudnika kableske televizije in dva IPTV ponudnika. Nizozemci lahko gledajo 11 javnih programov, 44 privatnih, 13 regionalnih in mnogo lokalnih programov. Slovenci pa lahko spremljamo dva javna, sedem privatnih, dva regionalna in nekaj lokalnih programov (<http://www.obs.coe.int/db/persky/index.html>). Omeniti pa je treba tudi veliko podobnost v medijskih prostorih v Sloveniji in na Nizozemskem: ameriški medijski izdelki so v obeh državah najbolj pogosti uvozni artikel. Podatki o medijskih prostorih v Evropi so sistematično urejeni in dostopni

na Evropskem avdiovizualnem observatoriju, ki je bil ustanovljen 1992 in deluje pod okriljem Sveta Evrope. Zbira, obdeluje in razširja informacije o razvoju dogodkov na trgu na pravnem področju in na področju virov. Zbirajo se informacije iz 36 evropskih držav, ki so trenutno članice Observatorija in iz Evropske komisije. Poslanstvo Observatorija je ustvariti transparentnost v evropskem avdiovizualnem sektorju in zagotoviti informacijske storitve za avdiovizualne strokovnjake (<http://www.obs.coe.int>, <http://www.coe.si>).

Naslednji dejavnik, ki bi lahko vplival na posameznikovo zaupanje v družbo, je **število pripadnikov drugih narodnosti** v določeni državi in splošen odnos ljudi do njih. V Sloveniji se je za Slovence opredelilo 83% prebivalstva, zato lahko ostalih 17% štejemo med druge narodnosti (Taštanoska 2005). Na Nizozemskem pa je okoli 20 odstotkov prebivalstva s tujimi koreninami (<http://statline.cbs.nl>). Ponavadi so ljudje do pripadnikov tujih narodov bolj nezaupljivi. Leta 1994 se je na Nizozemskem 40 odstotkov ljudi strinjalo z bolj restriktivno imigracijsko politiko, skoraj 40 odstotkov pa je nasprotovalo enakopravnemu obravnavanju etničnih manjšin na trgu delovne sile (Scheepers in drugi 1997). Je pa tudi res, da za Slovence kot prebivalce tranzicijske države velja višja raven predsodkov do priseljencev. Na podlagi podatkov Evropske družboslovne raziskave je ugotovljeno, da se prebivalstvo nekdanjih evropskih komunističnih držav (vključno s Slovenijo) zavzema za strožja merila sprejemanja priseljencev kot prebivalstvo zahodnoevropskih držav, prav tako prebivalci vzhodnoevropskih (tranzicijskih) držav dajejo večji pomen rasnemu merilu. Tudi etnična distanca je bolj prisotna v vzhodnoevropskih državah (Malnar 2004: 90, 101). Vidimo torej, da je morda večje število pripadnikov prebivalstva s tujimi koreninami tudi dejavnik, ki vpliva na večje nazaupanje v družbo.

Ugotovljeno je bilo tudi, da po kontroli dejanske stopnje nasilja v posameznikovi okolici ni bilo najti splošne povezave med gledanjem televizije in strahom postati žrtev nasilja (Doob & MacDonald 1979). **Dejanska stopnja zločinov** je torej pomemben dejavnik, ki bi lahko vplival na posameznikovo zaznavanje 'zlobnega sveta'. Če primerjamo Slovenijo in Nizozemsko, je na Nizozemskem malce več zločinov kot v Sloveniji (povprečno število umorov na 100.000 prebivalcev je na Nizozemskem na leto 1.51, v Sloveniji pa 1.18). Se pa število nasilnih zločinov

tudi hitreje večja na Nizozemskem kot v Sloveniji - od leta 2000 do 2001 se je odstotek takšnih zločinov v Sloveniji zvišal za 4, na Nizozemskem pa za 11 odstotkov (Barclay in drugi 2003: 3).

Iz teoretske podlage, ki predstavlja ozadje empirične raziskave, lahko izpeljemo naslednje ugotovitve, ki so pomembne za našo raziskavo: na posameznikovo zaupanje v družbo vpliva več dejavnikov, na primer osebne izkušnje z nasiljem, dosežena stopnja izobrazbe, vključenost v družabne aktivnosti, družbene mreže. Da bi lahko ugotovila, če je pogosto spremljanje medijev eden od dejavnikov, ki je močno povezan z zaupanjem v družbo, moram izvesti multivariantno analizo, ki bo preverjala povezanost vseh naštetih dejavnikov.

3.3 VZOREC

Baza podatkov, ki sem jo uporabila za analizo, je Evropska družboslovna raziskava (European social survey = ESS) iz leta 2004. ESS je družboslovna raziskava, ki je namenjena akademskim krogom in skuša pojasniti interakcije med vedno spreminjajočimi se institucijami, stališči ter vzorci vedenja raznolike populacije Evrope (<http://www.europeansocialsurvey.org/>). Glavni cilj ESS je kontinuirano in sistematično opazovanje pomembnih stanj in procesov v evropskih družbah, zato je projekt tudi longitudinalno zasnovan. Namen ESS je merjenje družbene klime, torej dolgoročnih trendov, ne le začasnih kratkoročnih nihanj. Metodologija raziskave ESS je med vsemi tovrstnimi mednarodnimi projekti najbolj kakovostna in dosledna kar zadeva raven standardizacije. Zbiranje podatkov poteka na način osebnega intervjuja. Prva meritve raziskave ESS je potekala leta 2002 v 22 evropskih državah, druga, katero bom tudi uporabila za analizo, pa leta 2004 v 26 državah. Tako Nizozemska kot Slovenija sta sodelovali že v prvi meritvi raziskave. V Sloveniji je na vprašanja iz leta 2004 odgovarjalo 1442 ljudi, na Nizozemskem pa 1881 (Malnar 2004: 5). V raziskavo pa bom vključila nekaj manj enot, saj ne bom upoštevala manjkajočih vrednosti. Število enot iz Slovenije bo tako 1328, iz Nizozemske pa 1830. Skupno število proučevanih enot v moji analizi bo torej 3155.

4. TEORETSKI MODEL

Glavna teoretska pojma raziskave sta “**uporaba medijev**” (kako pogosto ljudje spremljajo različne medije, v kakšnih okoliščinah) in “**zaupanje v družbo**” (koliko ljudje zaupajo širši družbi, ljudem okoli sebe, koliko se počutijo varni/ogroženi). Želim raziskati, kakšna je povezanost med tema dvema pojmomoma, zato vključujem še nekaj drugih konceptov ali pojmov, saj na osnovi teoretskega okvira sodeč predvidevam, da obstajajo še številni drugi dejavniki, ki pomembno vplivajo na povezanost uporabe medijev in zaupanja v družbo.

Med takšnimi dejavniki in značilnostmi so “**družbeno ozadje in individualne razlike**”. Vsak posameznik ima svoje izkušnje z družbo in vsak posameznik se po nekaterih lastnostih (in tudi aktivnostih) razlikuje od drugega. Poleg tega pa se ljudje spreminjajo tudi z leti, razlikujejo se glede na izobrazbeni status, spol itd. Na to zvezo pomembno vplivajo tudi nacionalni kontekst oziroma kulturno privzgojene izkušnje v teh dveh različnih državah, odtod uvajam pojem “**razlike med državama**”. Življenje na Nizozemskem se razlikuje od življenja v Sloveniji. Različni narodi imajo različne navade, različno razvito gospodarstvo, različno pravno regulacijo, itd. Prav to pa zagotovo vpliva na zaupanje ljudi v družbo v Sloveniji in na Nizozemskem in vpliva tuudi na razlike med njima.

Na podlagi teoretskega modela bom poskušala teorijo kulture preveriti v praksi. V ta namen bom sestavila teoretski model, ki bo krožil nadaljno raziskavo.

Slika 4.1: Teoretski model

“uporaba medijev”:

“pogostost uporabe medijev”

“pogostost gledanja televizije”

“pogostost gledanja televizijskih novic”

“družbeno ozadje in individualne razlike”:

“izobrazba”

“družbene aktivnosti”

“starost”

“osebne izkušnje”

“razlike med državama”:

“država stalnega prebivališča”

“zaupanje v družbo”

```
graph LR; A1["pogostost uporabe medijev"] --> D["zaupanje v družbo"]; A2["pogostost gledanja televizije"] --> D; A3["pogostost gledanja televizijskih novic"] --> D; B1["izobrazba"] --> D; B2["družbene aktivnosti"] --> D; B3["starost"] --> D; B4["osebne izkušnje"] --> D; C["država stalnega prebivališča"] --> D;
```

4.1 OPIS SPREMENLJIVK

Zaupanje v družbo

Zaupanje v družbo opredeljujem kot posameznikovo zaupanje v ljudi, širšo družbo okoli sebe. Zaupanje v družbo je opredeljeno tudi kot vera v poštenost, integriteto in zanesljivost drugih, ali z drugimi besedami, “vera v ljudi” (Taylor in drugi 2007). Ker predvidevam, da je zaupanje v družbo povezano z zaznano stopnjo nasilja v družbi, bom z omenjeno spremenljivko merila, koliko se ljudje počutijo ogrožene al varne v družbi oziroma kakšno predstavo o svetu okoli sebe imajo.

Pogostost uporabe medijev

S to spremenljivko bom merila, koliko časa dnevno ljudje namenijo gledanju televizije, branju časopisov, poslušanju radia in brskanju po internetu.

Pogostost gledanja televizije

Zagovorniki kultivacijske teorije trdijo, da se pogosto gledanje televizije odraža v popačenih zaznavah družbene realnosti. Tisti, ki več spremljajo televizijo, naj bi tudi svet okoli sebe zaznavali kot takšnega, kakršen je predstavljen na televiziji (Signorielli in Morgan 1990). S to spremenljivko bom torej merila, koliko časa dnevno ljudje gledajo televizijo.

Pogostost gledanja televizijskih novic

Ta spremenljivka bo merila, koliko časa dnevno ljudje spremljajo televizijske novice.

Izobrazba

Spremenljivka bo merila, kakšno stopnjo izobrazbe so dosegli posamezniki.

Družbene aktivnosti

Pod spremenljivko "družbene aktivnosti" spada udeleževanje raznih družbenih srečanj. Merila bo torej, kako pogosto se ljudje udeležujejo družabnih srečanj.

Starost

Spremenljivka bo merila, katerega leta so bili posamezniki rojeni.

Osebne izkušnje

Osebne izkušnje so mišljene kot osebne izkušnje z nasiljem, ki jih je posameznik že imel v svojem življenju. Gre za izkušnje z nasiljem; če je posameznik že osebno doživel nasilje ali bil priča nasilnim dejanjem.

Država stalnega prebivališča

Ta spremenljivka bo opredelila, ali posameznik prihaja z Nizozemske ali iz Slovenije.

5. HIPOTEZE IN OBRAZLOŽITEV

Iz teoretičnega ozadja raziskave lahko izpeljem sodbe o odnosih med danimi spremenljivkami. Vzročne zveze med spremenljivkami so razvidne v teoretskem modelu. Hipoteze, ki jih bom empirično preverjala, so razdeljene na tri sklope. Prvi sklop hipotez se nanaša na preverjanje kultivacijske teorije, torej na to, kako in če sploh uporaba medijev vpliva na posameznikovo zaupanje v družbo. Drugi sklop hipotez združuje hipoteze, ki bodo preverjale, če na zaupanje v družbo vpliva družbeno ozadje in individualne razlike med posamezniki. Zadnja hipoteza iz zadnjega sklopa pa bo preverjala, če razlike med državama vplivajo na posameznikovo zaupanje v družbo.

5.1 UPORABA MEDIJEV

Preveriti želim hipotezo, ki bo slonela na dejstvu, da je danes veliko nasilja prikaznega v vseh vrstah medijev (Perse 2001: 198–199). Kot je ugotavljal Gerbner (1979: 179), televizija predstavlja simbolični sistem, ki kultivira naše percepcije o svetu okoli nas. Lahko pa sklepam, da izpostavljanje televiziji, zraven pa še ostalim medijem, ta učinek kultivacije še poveča. Na kultivacijske učinke bi torej lahko gledala tudi kot na splošne učinke visoke izpostavljenosti medijem:

H1: Več kot posameznik uporablja medije (televizijo, tisk, radio in internet), manj je zaupljiv do družbe.

Naslednja hipoteza, ki se nanaša na uporabo medijev, izvira iz Gerbnerjevega dela, ki pravi, da ljudje gledajo televizijo dokaj neselektivno (Gerbner in drugi 1979: 180). Osnovna Gerbnerjeva hipoteza se glasi, da tisti, ki pogosto gledajo televizijo, bolj verjamejo, da je na televiziji prikazan realen zunanji svet. Ker pa je znano tudi, da je na televiziji prikazanega več nasilja kot se ga dejansko zgodi v

realnem svetu in da mediji pretiravajo o rasti nasilja (Curtis 1985: 23; Walker 1985: 3), se druga hipoteza glasi:

H2: Več kot posameznik gleda televizijo, manj je zaupljiv do družbe.

Nekatere zvrsti oddaj so močnejše povezane s kultivacijskimi učinki kot splošno gledanje televizije (Hawkins in Pingree 1981; Weaver in Wakshlag 1986; Potter in Chang 1990), stopnja zaznane realnosti pa je pomembna spremenljivka, ki skuša redefinirati Gerbnerjevo teorijo. Teorija družbenega učenja pravi, da je bolj verjetno, da se ljudje naučijo obnašanj, ki so predstavljena bolj realistično (Bandura 1994). Bolj kot je medijska vsebina realistična, bolj verjetno aktivira mentalne podobe (Jo in Berkowitz 1994). Gerbner (v Nathan Seppa 1996: 9) je ugotovil, da so se novice o zločinih v lokalnih televizijskih novicah podvojile med letoma 1995 in 1996, Vilharjeva (2005: 94-95) pa je odkrila, da lahko zaznana stopnja nasilja v družbi pojasnimo s stopnjo realnosti prikazanega nasilja.

Graber (1980: 28) je ugotovil tudi, da visok delež prikazovanja zločinov in nasilja v televizijskih novicah preusmeri pozornost iz tem, ki ne govorijo o zločinih. S tem pa se povečuje strah družbe pred zločini in posledično tudi družbeno škodljive posledice takšnega strahu.

Čeprav Vilharjeva v svoji raziskavi ni našla povezave med gledanjem televizijskih novic in zaznana stopnja nasilja v družbi, bom vseeno še enkrat preverila tako na slovenski kot na nizozemski populaciji, če morda pogosto gledanje televizijskih novic vpliva na stopnjo zaupanja v družbo:

H3: Več kot posameznik gleda televizijske novice, manj je zaupljiv do družbe.

5.2 DRUŽBENO OZADJE IN INDIVIDUALNE RAZLIKE

Višja izobrazba je dejavnik, ki predstavlja posameznikovo boljšo informiranost in večjo tolerantnost (Perse 2001: 36; Vergeer 2000: 103). Glede na to, da naj bi torej bili višje izobraženi posamezniki bolj informirani tudi o načinih delovanja medijev (saj imajo večji dostop do sofisticiranih in alternativnih virov) ter da so takšni posamezniki tudi bolj tolerantni, se naslednja hipoteza glasi:

H4: Bolj kot je posameznik izobražen, bolj je zaupljiv do družbe.

Ljudje, ki so družabni, so srečnejši in bolje informirani (Robinson in Levy 1986: 64), na njih nasilje v medijih potemtakem manj vpliva in bolj zaupajo v družbo.

H5: Bolj kot je posameznik družbeno aktiven, bolj je zaupljiv do družbe.

Mišljenje, da so največkrat napadeni starejši ljudje, je bilo značilno za starejše udeležence neke raziskave, medtem ko med mlajšimi in srednje starimi takšnega mišljenja ni bilo zaznati (Wober in Gunter 1988: 44). Možno je tudi, da se starejši bolj bojijo biti napadeni, saj se ne morejo braniti, ker so šibkejši.

H6: Starejši kot je posameznik, manj je zaupljiv do družbe.

Bolj verjetno je, da bo posameznik, ki je že imel izkušnje z nasiljem, bolj verjel, da je svet resnično nasilen (Weimann 2000). Tisti, ki je že izkusil nasilje na svoji koži, bo torej bolj verjel hipotezi o 'zlobnem svetu'.

H7: Več kot je imel posameznik osebnih izkušenj z nasiljem, manj je zaupljiv do družbe.

5.3 RAZLIKE MED DRŽAVAMA

Na Nizozemskem se zgodi nekoliko več nasilnih zločinov (Barclay in drugi 2003: 3), ljudje imajo dostop do večjega števila medijev (<http://www.obs.coe.int/db/persky/index.html>), imajo pa tudi nekaj več pripadnikov tujih narodnosti, do katerih so najmanj zaupljivi (<http://statline.cbs.nl>). Tako lahko zapišem sledečo hipotezo:

H8: Anketiranci na Nizozemskem so manj zaupljivi do družbe kot anketiranci v Sloveniji.

6. OPERACIONALIZACIJA SPREMENLJIVK

S pomočjo teoretskega aparata in Evropske družboslovne raziskave bom poiskala primerne indikatorje za merjenje spremenljivk. Spremenljivke imajo že v Evropski družboslovni raziskavi opredeljena vprašanja, ki jih merijo. Zato jih le povzemam.

6.1 Indikatorji za “zaupanje v družbo” (zaupanje)

Posameznikovo zaupanje v družbo bom merila s tremi vprašanji, ki so bila postavljena v Evropski družboslovni raziskavi ravno v ta namen:

- a) “Če govorimo na splošno, ali bi rekli, da večini ljudi lahko zaupamo, ali menite, da je treba biti z ljudmi zelo previden?” (0 = “treba je biti zelo previden”, 10 = “večini ljudi lahko zaupamo”) - **zaup**

- b) “Ali menite, da bi vas večina ljudi skušala izkoristiti, če bi za to dobila priložnost, ali pa bi večina skušala ravnati pošteno?” (0 = “večina bi me skušala izkoristiti”, 10 = “večina bi skušala ravnati pošteno”) - **izkor**

- c) “Kaj bi rekli, ali so ljudje večinoma pripravljeni pomagati drugim ali pa večinoma gledajo predvsem nase?” (0 = “večinoma gledajo predvsem nase”, 10 = “večinoma so pripravljeni pomagati drugim”) - **pomag**

6.2 Indikatorji za “pogostost uporabe medijev” (mediji)

Spremenljivko “pogostost uporabe medijev” bom merila z naslednjimi vprašanji:

- a) “Koliko časa na dan gledate televizijo na običajen dan v tednu?” (0 = “nič”; 1 = “manj kot pol ure”; 2 = “pol ure do eno uro”; 3 = “več kot eno uro, do ure in pol”; 4 = “več kot uro in pol, do dve uri”; 5 = “več kot dve uri, do dveh ur in pol”; 6 = “več kot dve uri in pol, do tri ure”; 7 = “več kot tri ure”) – **gledtv**

- b) “Koliko časa na dan poslušate radio na običajen dan v tednu?” (0 = “nič”, 7 = “več kot tri ure”) - **radio**

c) "Koliko časa na dan berete časopise na običajen dan v tednu?" (0 = "nič", 7 = "več kot tri ure") - **casop**

d) "Kako pogosto uporabljate internet (doma ali v službi) za osebne zadeve?" (0 = "nimam dostopa ne doma ne v službi", 1 = "nikoli", 2 = "manj kot enkrat mesečno", 3 = "enkrat mesečno", 4 = "nekajkrat mesečno", 5 = "enkrat tedensko", 6 = "večkrat tedensko", 7 = "vsak dan") – **inter**

6.3 Indikator za "pogostost gledanja televizije" (gledtv)

Za meritev pogostosti gledanja televizije prav tako uporabljam vprašanje iz Evropske družboslovne raziskave. Ta se glasi: "Prosimo ocenite, koliko časa na dan gledate televizijo na običajen dan v tednu?" (0 = "nič"; 1 = "manj kot pol ure"; 2 = "pol ure do eno uro"; 3 = "več kot eno uro, do ure in pol"; 4 = "več kot uro in pol, do dve uri"; 5 = "več kot dve uri, do dveh ur in pol"; 6 = "več kot dve uri in pol, do tri ure"; 7 = "več kot tri ure").

6.4 Indikator za "pogostost gledanja televizijskih novic" (gledtvnov)

Pogostost gledanja televizijskih novic bom merila z naslednjim vprašanjem: "Koliko časa gledanja televizije porabite za gledanje novic ali programov o politiki?" (0 = "nič"; 1 = "manj kot pol ure"; 2 = "pol ure do eno uro"; 3 = "več kot eno uro, do ure in pol"; 4 = "več kot uro in pol, do dve uri"; 5 = "več kot dve uri, do dveh ur in pol"; 6 = "več kot dve uri in pol, do tri ure"; 7 = "več kot tri ure").

6.5 Indikator za "izobrazbo" (izobr)

Vprašanje za merjenje posameznikove izobrazbe se glasi: "Katera je najvišja raven izobrazbe, ki ste jo dosegli?" (1 = "nedokončana osnovna šola", 2 = "dokončana osnovna šola", 3 = "2-3 letna poklicna šola", 4 = "splošna gimnazija, poklicna gimnazija, štiriletna strokovna šola", 5 = "2-letna višja (strokovna) šola", 6 = "visoka šola ali fakulteta", 7 = "magisterij, doktorat").

6.6 Indikatorja za "družbene aktivnosti" (drakt)

Z naslednjim vprašanjem bom merila, koliko so ljudje družbeno aktivni:

“Če se primerjate z drugimi ljudmi vaše starosti, kako pogosto bi zase rekli, da se udeležujete različnih družabnih srečanj?” (1 = “precej manj kot večina drugih”, 2 = “manj kot večina drugih”, 3 = “približno enako”, 4 = “več kot večina drugih”, 5 = “precej več kot večina drugih”).

6.7 Indikator za “starost” (star)

Podatke o starosti anketirancev bom pridobila z odgovori na vprašanje “Katerega leta ste bili rojeni?”.

6.8 Indikator za “osebne izkušnje z nasiljem” (osizk)

Indikator bo meril, če so anketiranci že bili napadeni oziroma so jim vlomili.

“Ste bili vi ali kdo od članov vašega gospodinjstva v zadnjih petih letih žrtev vloma ali fizičnega napada?” (1 = “da”, 2 = “ne”).

6.9 Indikator za “državo stalnega prebivališča” (drzav)

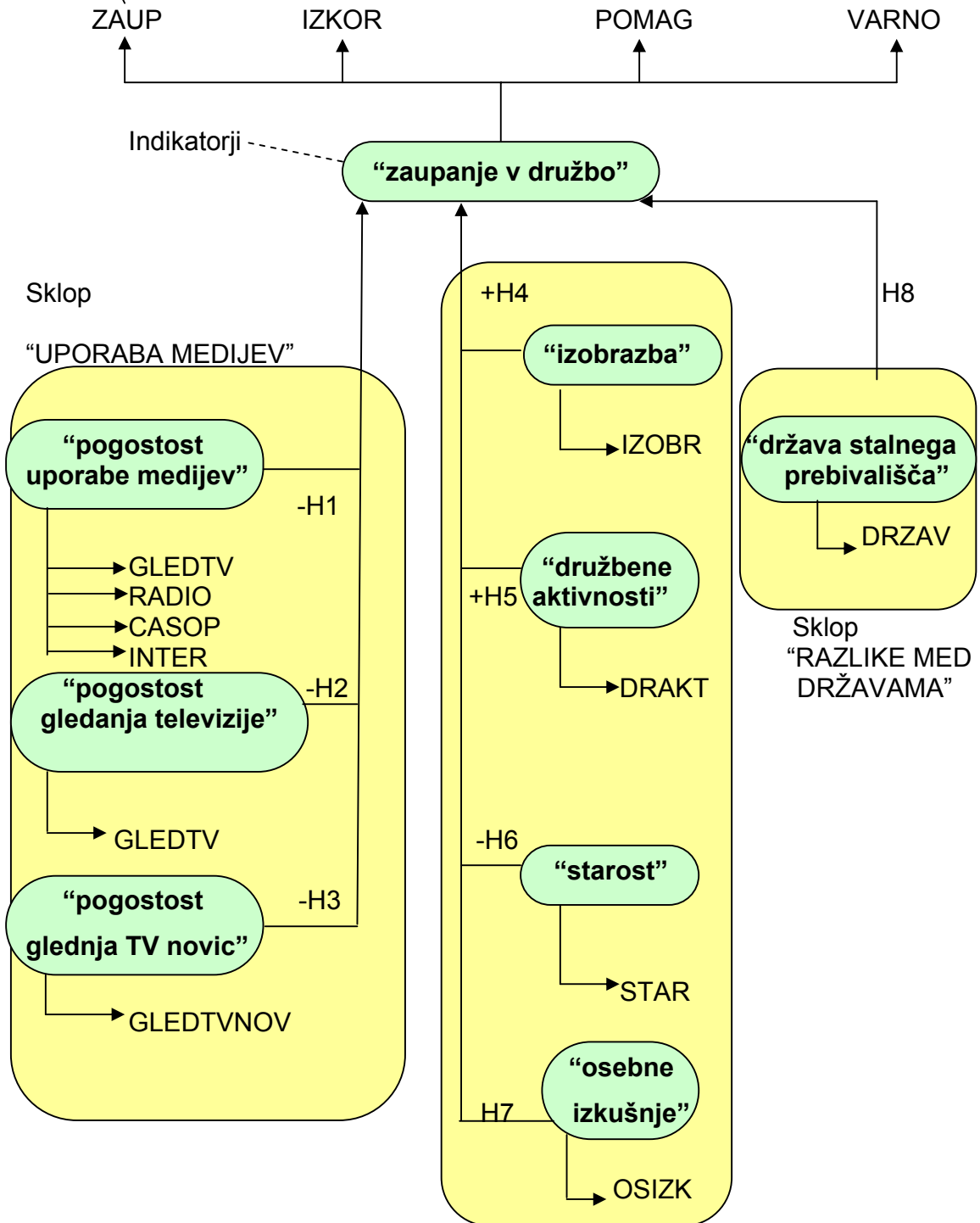
Tukaj bom upoštevala število vseh sodelujočih v raziskavi iz Slovenije oziroma z Nizozemske ($n(\text{SLO}) = 1328$, $n(\text{NL}) = 1830$). Indikator bo torej meril, če anketiranec prihaja iz Slovenije ali z Nizozemske.

7. OPERACIONALNI MODEL

Model predstavlja povezave med spremenljivkami, indikatorji pa kažejo na glavne zveze med spremenljivkami. Na "zaupanje v družbo" torej kažejo indikatorji "pogostost uporabe medijev", "pogostost gledanja televizije" "pogostost gledanja televizijskih novic", "izobrazba", "družbene aktivnosti", "starost", "osebne izkušnje" in pa "država stalnega prebivališča". Zanimalo me bo tudi, če kateri sklop indikatorjev ("uporaba medijev", "družbeno ozadje in individualne razlike" ali "razlike med državama") najbolj vpliva na posameznikovo zaupanje v družbo.

Slika 7.1: Operacionalni model

Spremenljivke



Sklop "DRUŽBENO OZADJE IN INDIVIDUALNE RAZLIKE"

8. STATISTIČNA ANALIZA

8.1 PREDSTAVITEV OSNOVNIH PODATKOV

Podatke za sekundarno raziskavo sem vzela iz Evropske družboslovne raziskave. Število proučevanih enot iz Slovenije je 1328, iz Nizozemske pa 1830.

Najprej bom predstavila osnovne podatke o anketirancih iz Slovenije in iz Nizozemske, ki so vključeni v mojo raziskavo, nato pa bom uporabila regresijsko analizo, da bom lahko ugotovila morebiten vpliv neodvisnih spremenljivk na odvisno.

Anketiranci iz Slovenije, ki so odgovarjali na vprašanja, so bili v povprečju blizu 40 let, z dokončano osnovno in srednjo šolo. Podobno velja tudi za anketirance iz Nizozemske, le da so v povprečju malo starejši, okoli 42 let, imajo pa tudi višjo povprečno izobrazbo od anketirancev iz Slovenije, in sicer za 0,35 odstotne točke. To pomeni, da imajo v povprečju zaključeno srednjo šolo.

Večina anketirancev, kar 88,3% anketirancev iz Slovenije in 81,5% anketirancev iz Nizozemske, je odgovorila, da še nimajo osebnih izkušenj z nasiljem (glej tabelo 8.1).

Tabela 8.1.1: Kratek pregled spremenljivk

SPREMENLJIVKE SLO / NL	n	Povprečje	SD	Koeficient asimetrije
<u>Zaupanje v družbo</u> (0 – ne zaupam, 10 - zaupam)	1328/1830	4,11/5,49	1,990/1,562	-,218/,802
<u>Pogostost uporabe medijev</u> (0 – ne spremlja medijev, 3 – nadpovprečno pogosto spremlja)	1328/1830	1,49/1,67	,651/,638	,084/-,672
<u>Pogostost gledanja televizije</u> (0 – ne gleda, 3 – tri ure in več dnevno)	1328/1830	1,90/2,35	,828/,752	,801/1,042
<u>Pogostost gledanja televizijskih novic</u>	1328/1830	1,09/1,33	,537/617	-,155/-,188

(0 – ne gleda, 3 – tri ure in več dnevno)				
Izobrazba (0 – nedokončana osnovna, 4 – magisterij, doktorat)	1328/1830	1,82/2,17	,757/1,677	-,183/-,363
Družbene aktivnosti (1 – manj kot ostali, 3 – več kot ostali)	1328/1830	1,81/1,87	,710/1,731	,286/1,201
Starost (1 – do 19, 6 – nad 60)	1328/1830	3,82/4,19	1,699/1,508	-,147/-,343
Osebne izkušnje (1 – da ali 2 - ne)	1328/1830	1,88/1,81	,322/1,389	-2,379/-1,617

Standardni odklon je povprečni odklon od aritmetične sredine, z njim je mogoče opisati približno normalne in unimodalno porazdeljene spremenljivke. Vse spremenljivke so približno normalno porazdeljene. V slovenski bazi so spremenljivke "Zaupanje v družbo", "Pogostost gledanja televizijskih novice" in "Izobrazba" asimetrične v levo (bolj pogosti so odgovori z visokimi vrednostmi), ostale v desno. V nizozemski bazi pa gre za asimetrijo v levo pri spremenljivkah "Pogostost uporabe medijev", "Pogostost gledanja televizijskih novic" in "Izobrazba", ostale so asimetrične v desno (glej tabelo 8.1.1).

Tabela 8.1 nam pove, da tako anketiranci iz Slovenije kot anketiranci iz Nizozemske nekje srednje zaupajo v družbo, Slovenci manj (4,11), Nizozemci pa bolj zaupajo, s povprečjem 5,49 od 10. S tem lahko hkrati zavrnilo zadnjo, osmo hipotezo. Slovenci so torej tisti, ki manj zaupajo v družbo, pa čeprav se v Sloveniji zgodi manj nasilnih zločinov, imamo manj medijev in manj pripadnikov etničnih manjšin, do katerih bi bili ljudje morda še posebej nezaupljivi.

Anketiranci iz Nizozemske tudi več uporabljajo medije kot anketiranci iz Slovenije, povprečno dnevno okoli eno uro do dve, medtem ko jih anketiranci iz Slovenije uporabljajo od pol ure do ure in pol. Anketiranci iz Nizozemske dlje časa gledajo televizijo, povprečno več kot dve uri na dan, anketiranci iz Slovenije pa povprečno od ene do dveh ur dnevno. Tudi televizijske novice so bolj priljubljene pri anketirancih iz Nizozemske, povprečno jih spremljajo okoli eno uro

na dan, anketiranci iz Slovenije pa manj od ene ure dnevno. Anketiranci iz Nizozemske se malo večkrat udeležujejo družabnih srečanj kot Slovenci, oboji pa se jih udeležujejo približno enako ali malo manjkrat kot njihovi znanci.

8.2 PREVERJANJE HIPOTEZ

V prvem delu sem prikazala osnovne podatke, sedaj pa bom preverila hipoteze s klasično multivariantno metodo, regresijsko analizo. Poskušala bom ugotoviti, ali obstaja regresijska linearna odvisnost med odvisno in neodvisnimi spremenljivkami. Še prej bom izračunala korelacijske koeficiente. V drugem delu analize bom torej raziskovala vpliv različnih neodvisnih spremenljivk na odvisno, to je zaupanje v družbo.

8.2.1 IZRAČUN KORELACIJSKIH KOEFICIENTOV

Koeficiente sem računala za vsako državo posebej. Uporabila sem Pearsonov koeficient, ki meri linearno povezanost med (vsaj) interavalnimi spremenljivkami. Definiran je na intervalu od -1 do 1, pri čemer 0 pomeni, da povezanosti ni, -1 obratno linearno povezanost in 1 linearno povezanost. Upoštevala sem 0,05 ali 0,01 raven significance.

Naj najprej opišem rezultate na slovenski bazi. Z odvisno spremenljivko "Zaupanje v družbo" so najbolj močno pozitivno povezane spremenljivke "Pogostost uporabe medijev" in "Izobrazba". Sklepam lahko, da tisti, ki več spremljajo medije tudi bolj zaupajo v družbo. Prav tako tisti z višjo izobrazbo bolj zaupajo družbi.

Povezanost se kaže tudi med samimi neodvisnimi spremenljivkami. Seveda so najmočnejše pozitivno povezane spremenljivke "Pogostost uporabe medijev" in "Pogostost gledanja televizije" ter "Pogostost gledanja televizije" in "Pogostost gledanja televizijskih novic", saj se vse nanašajo na spremljanje medijev in je "Pogostost gledanja televizije" tudi del sestavljene spremenljivke "Pogostost uporabe medijev".

Opazim pa močno pozitivno povezavo med spremenljivkama "Starost" in "Pogostost gledanja televizijskih novic". Pove nam, da s starostjo narašča tudi spremljanje televizijskih novic. Druga zanimivost se kaže v povezanosti med spremenljivkama "Pogostost uporabe medijev" in "Izobrazba". Vidimo, da višje izobraženi posamezniki tudi več uporabljajo medije.

Na drugi strani pa opazimo negativno povezanost med spremenljivkama "Pogostost uporabe medijev" in "Starost", kar nam pove, da starejši ljudje vse manj uporabljajo medije. Še malce močnejša pozitivna povezava pa obstaja med spremenljivkama "Pogostost gledanja televizije" in "Starost", kar kaže na to, da starejši ljudje bolj pogosto gledajo televizijo. Iz zadnjih dveh povezanosti lahko sklepamo, da torej starejši ljudje vse manj uporabljajo medije in vse več gledajo televizijo, kar pomeni, da s starostjo opustijo spremljanje ostalih medijev in jim primaren medij postane televizija.

Močna pozitivna povezanost nastopi tudi med spremenljivkama "Družbene aktivnosti" in "Izobrazba". Tisti z višjo izobrazbo se torej bolj družbeno udeležujejo.

Negativno povezavo pa je moč najti med spremenljivkama "Družbene aktivnosti" in "Starost". Sklepam, da se starejši ljudje vse manj udeležujejo družabnih srečanj. Prav tako so negativno povezane spremenljivke "Starost" in "Izobrazba", "Osebne izkušnje" in "Izobrazba" ter "Osebne izkušnje" in "Starost". Rečem lahko, da imajo starejši ljudje nižjo izobrazbo in manj osebnih izkušenj z nasiljem kot mlajši, prav tako pa imajo ljudje z višjo izobrazbo manj osebnih izkušenj z nasiljem (glej tabelo 8.2.1.1).

Tabela 8.2.1.1: Stopnja in smer korelacij med spremenljivkami – SLOVENIJA

SPREMENLJIVKE	Zaupanje v družbo	Pogostost uporabe medijev	Pogostost gledanja televizije	Pogostost gledanja televizijskih novic
Zaupanje v družbo	1,000			
Pogostost uporabe medijev	P= ,160 ,000	1,000		
Pogostost gledanja televizije	P= ,054 ,051	P= ,403 ,000	1,000	
Pogostost gledanja televizijskih novic	P= ,005 ,852	P= ,103 ,000	P= ,411 ,000	1,000
Izobrazba	P= ,104 ,000	P= ,186 ,000	P= -,073 ,008	P= ,044 ,106
Družbene aktivnosti	P= ,088 ,001	P= ,174 ,000	P= -,002 ,935	P= -,037 ,182
Starost	P= -,052 ,056	P= -,168 ,000	P= ,178 ,000	P= ,354 ,000
Osebne izkušnje	P= -,010 ,722	P= -,091 ,001	P= ,027 ,319	P= ,044 ,108

SPREMENLJIVKE	Izobrazba	Družbene aktivnosti	Starost	Osebne izkušnje
Zaupanje v družbo				
Pogostost uporabe medijev				
Pogostost gledanja televizije				
Pogostost gledanja televizijskih novic				
Izobrazba	1,000			
Družbene aktivnosti	P= ,151 ,000	1,000		
Starost	P= -,118 ,000	P= -,141 ,000	1,000	
Osebne izkušnje	P= -,110 ,000	P= -,060 ,030	P= -,107 ,000	1,000

Na nizozemski bazi se rezultati nekoliko razlikujejo. Z odvisno spremenljivko "Zaupanje v družbo" je najbolj močno pozitivno povezana spremenljivka "Osebne izkušnje". Sklepam, da tisti, ki so že imeli izkušnje z nasiljem, najmanj zaupajo v družbo. Močno negativno povezanost opazimo še med spremenljivkama "Zaupanje v družbo" in "Pogostost gledanja televizije", kar nakazuje, da tisti, ki več gledajo televizijo, manj zaupajo v družbo.

Tudi med neodvisnimi spremenljivkami najdemo povezave. Tudi tukaj so najmočnejše pozitivno povezane spremenljivke "Pogostost uporabe medijev" in "Pogostost gledanja televizije" ter "Pogostost gledanja televizijski novic". Zelo močno pozitivno povezavo najdemo med spremenljivkama "Starost" in "Pogostost gledanja televizijski novic", prav tako kot na slovenski bazi. Močna negativna povezava pa se kaže med spremenljivkama "Izobrazba" in "Pogostost gledanja televizije". To nam pove, da tisti višje izobraženi manj spremljajo televizijo.

Pozitivna povezava med spremenljivkama "Starost" in "Pogostost gledanja televizije" nakazuje, da starejši vse več gledajo televizijo. Prav tako pozitivna povezava med spremenljivkama "Osebne izkušnje" in "Izobrazba" pa pove, da imajo tisti z višjo izobrazbo več osebnih izkušenj z nasiljem kot tisti z nižjo.

Tabela 8.2.1.2: Stopnja in smer korelacij med spremenljivkami - NIZOZEMSKA

SPREMENLJIVKE	Zaupanje v družbo	Pogostost uporabe medijev	Pogostost gledanja televizije	Pogostost gledanja televizijskih novic
Zaupanje v družbo	1,000			
Pogostost uporabe medijev	P= -,007 ,755	1,000		
Pogostost gledanja televizije	P= -,150 ,000	P= ,287 ,000	1,000	
Pogostost gledanja televizijskih novic	P= -,032 ,172	P= ,193 ,000	P= ,446 ,000	1,000
Izobrazba	P= ,093 ,000	P= ,125 ,000	P= -,280 ,000	P= ,020 ,385
Družbene aktivnosti	P= -,019 ,427	P= -,036 ,122	P= -,040 ,084	P= -,043 ,067
Starost	P= ,013 ,571	P= -,140 ,000	P= ,160 ,000	P= ,235 ,000
Osebne izkušnje	P= ,102 ,000	P= -,063 ,007	P= ,002 ,949	P= -,017 ,479

SPREMENLJIVKE	Izobrazba	Družbene aktivnosti	Starost	Osebne izkušnje
Zaupanje v družbo				
Pogostost uporabe medijev				
Pogostost gledanja televizije				
Pogostost gledanja televizijskih novic				
Izobrazba	1,000			
Družbene aktivnosti	P= ,015 ,526	1,000		
Starost	P= -,060 ,011	P= -,015 ,509	1,000	
Osebne izkušnje	P= ,160 ,000	P= -,068 ,004	P= ,087 ,000	1,000

8.2.2 REZULTATI MULTIPLE REGRESIJSKE ANALIZE

Model sem preverila z regresijsko analizo in s tem ugotavljala, ali obstaja značilen vpliv neodvisnih spremenljivk na odvisno oziroma preverjala sem domnevo o regresijskih koeficientih, da niso enaki 0.

8.2.2.1 REZULTATI SLOVENIJA

Tabela 8.2.2.1.1: Vpliv neodvisnih spremenljivk na odvisno - SLOVENIJA

SPREMENLJIVKE	Zaupanje v družbo		
	Standariziran regresijski koeficient	t-statistika	Stopnja značilnosti
Pogostost uporabe medijev	0,128	4,025	0,000
Pogostost gledanja televizije	0,018	0,546	0,585
Pogostost gledanja televizijskih novic	-0,001	-0,019	0,985
Izobrazba	0,073	2,566	0,010
Družbene aktivnosti	0,052	1,882	0,060
Starost	-0,019	0,649	0,516
Osebne izkušnje	0,015	0,533	0,594

Tabela 8.2.2.1.2: Statističen povzetek modela

R (korelacija med odvisno in vsemi neodvisnimi spremenljivkami)	0,186
R ² (odstotek pojasnjene variance)	0,035
Adj. R ² (popravljen odstotek pojasnjene variance)	0,029
F	6,751
Stopnja značilnosti	0,000

R-statistika ali multipli korelacijski koeficient (R), ki predstavlja povezavo med spremenljivko "Zaupanje v družbo" in ostalimi neodvisnimi spremenljivkami, je enak 0,186. To nam pove, da so spremenljivke z odvisno spremenljivko povezane in da ima model kot celota nek smisel, je statistično značilen (stopnja značilnosti = 0,000). F-statistika, ki je kvocient med pojasnjeno in nepojasnjeno varianco, ni visoka (6,751), kar nakazuje, da lahko model le s tveganjem pojasnimo z izbranimi neodvisnimi spremenljivkami. Nizek je tudi popravljen odstotek pojasnjene variance (0,029), kar pomeni, da lahko le nekaj manj kot 3 odstotke odvisne spremenljivke pojasnimo z neodvisnimi.

Spremenljivko "Zaupanje v družbo" torej lahko pojasnim le s spremenljivko "Pogostost uporabe medijev". Prva hipoteza je torej statistično značilna, saj je regresijski koeficient različen od 0 (0,128), vendar vseeno večji kot pri ostalih hipotezah, pri katerih lahko rečem, da niso statistično značilne, saj so vsi regresijski koeficienti blizu 0 (med 0,073 in -0,001). Ker je korelacija pozitivna, kaže na nasprotno smer soodvisnosti med spremenljivkama, kot sem jo predvidela - več kot posameznik uporablja medije (televizijo, tisk, radio in internet), bolj je zaupljiv do družbe.

8.2.2.2 REZULTATI NIZOZEMSKA

Tabela 8.2.2.2.1: Vpliv neodvisnih spremenljivk na odvisno - NIZOZEMSKA

SPREMENLJIVKE	Zaupanje v družbo		
	Standariziran regresijski koeficient	t-statistika	Stopnja značilnosti
Pogostost uporabe medijev	0,031	1,234	0,217
Pogostost gledanja televizije	-0,126	-4,681	0,000
Pogostost gledanja televizijskih novice	0,003	0,100	0,920
Izobrazba	0,071	2,897	0,004
Družbene aktivnosti	-0,016	-0,712	0,477
Starost	0,035	1,446	0,148
Osebne izkušnje	0,104	4,486	0,000

Tabela 8.2.2.2.2: Statistični povzetek modela

R (korelacija med odvisno in vsemi neodvisnimi spremenljivkami)	0,184
R ² (odstotek pojasnjene variance)	0,034
Adj. R ² (popravljen odstotek pojasnjene variance)	0,030
F	9,142
Stopnja značilnosti	0,000

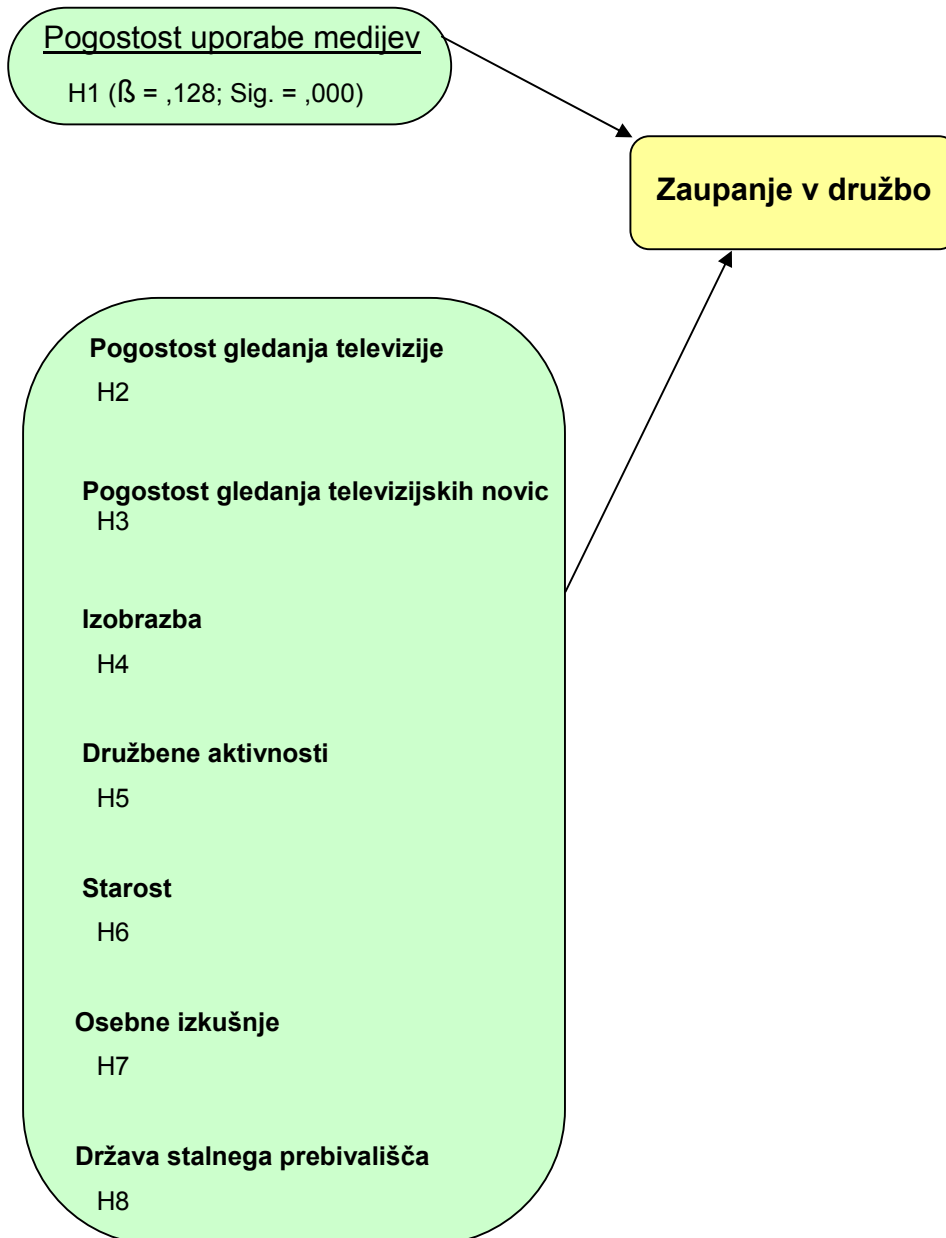
Tudi na nizozemski bazi so rezultati zelo podobni. Multipli korelacijski koeficient je enak 0,184. To sicer pove, da so spremenljivke z odvisno spremenljivko povezane in da je model statistično značilen (stopnja značilnosti = 0,000). F-statistika je malce višja kot na slovenski bazi, a še vedno nizka (9,142), torej lahko model le s tveganjem pojasnimo z neodvisnimi spremenljivkami. Nizek je tudi popravljen odstotek pojasnjene variance (0,030), kar pomeni, da lahko le 3 odstotke odvisne spremenljivke pojasnimo z neodvisnimi.

Spremenljivko "Zaupanje v družbo" lahko pojasnim s spremenljivkama "Pogostost gledanja televizije" in "Osebne izkušnje". H2 ("Več kot posameznik

gleda televizijo, manj je zaupljiv do družbe”) je statistično značilna ($R = -0,126$), ničelna je tudi stopnja značilnosti. Gre za negativno korelacijo, ki sovпада s teoretičnim predvidevanjem.

H7 (“Več kot je imel posameznik osebnih izkušenj z nasiljem, manj je zaupljiv do družbe») je prav tako statistično značilna ($R = 0,104$). Gre pa za pozitivno korelacijo, kar ne potrjuje postavljene hipoteze oz. jo negira. Interpretacija se torej glasi: več kot je imel posameznik osebnih izkušenj z nasiljem, bolj je zaupljiv do družbe. Vendar pa je povezanost z odvisno spremenljivko “Zaupanje v družbo” le šibka.

Slika 8.2.2.2.3: Grafični prikaz rezultatov multiple regresije – vpliv neodvisnih spremenljivk na odvisno – SLOVENIJA

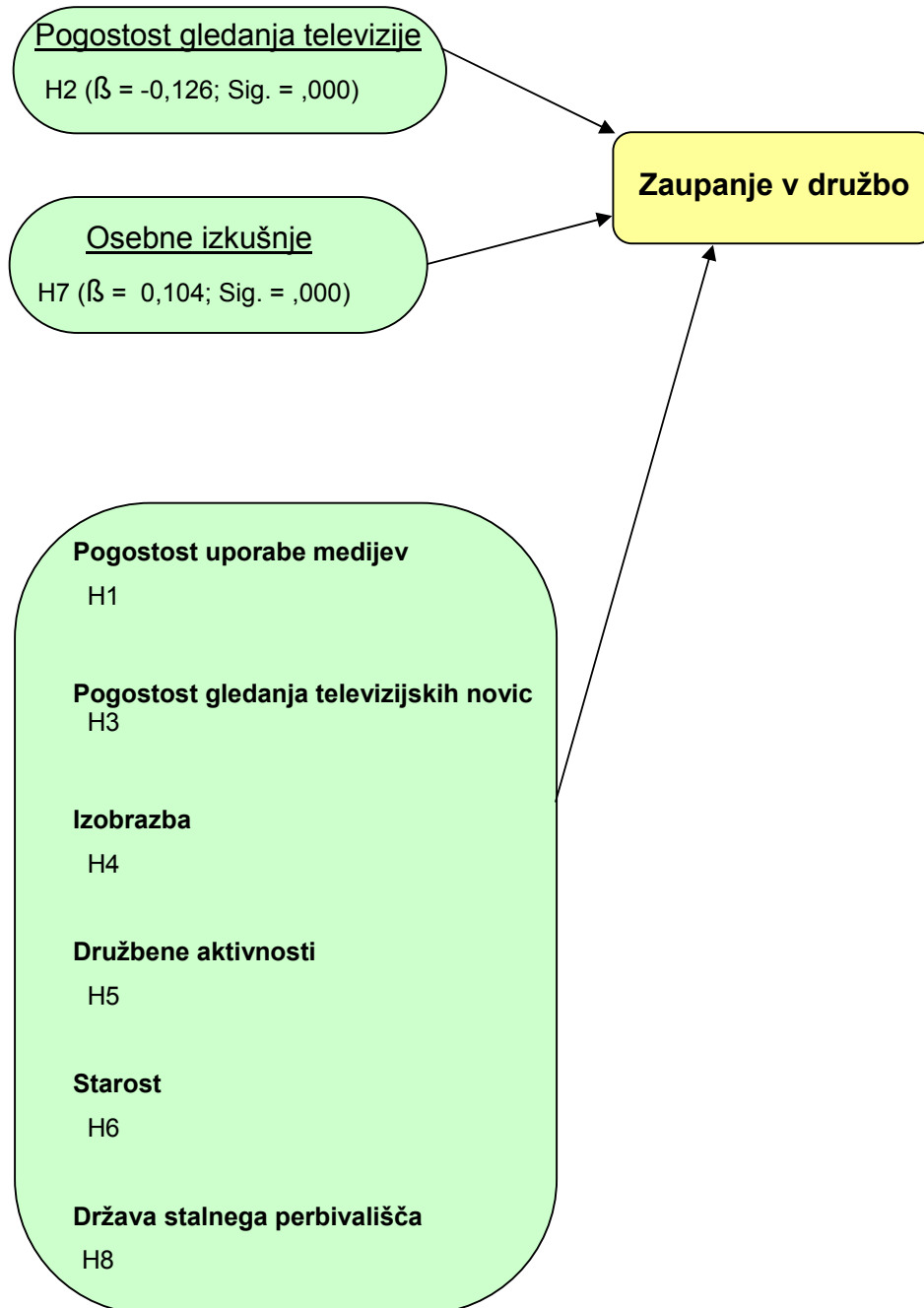


Rezultate analize sem predstavila na shemi zgoraj (glej sliko 8.2.2.2.3). Na slovenskem vzorcu sem ugotovila, da lahko odvisno spremenljivko "Zaupanje v družbo" statistično značilno pojasnim le s pogostostjo uporabe medijev. Vendar je povezava pozitivna in ne negativna, kot sem v hipotezi predvidevala. Hipotezo

torej zavrnem, pravilna interpretacija pa se glasi: več kot posameznik uporablja medije (televizijo, tisk, radio in internet), bolj je zaupljiv do družbe.

Ne morem pa zaupanja v družbo statistično značilno pojasniti s spremenljivkami pogostost gledanja televizije, pogostost gledanja televizijskih novic, izobrazba, družbene aktivnosti, starost in osebne izkušnje. Zadnjo, osmo hipotezo sem zavrnila že pri izračunu osnovnih podatkov. Ni res, da so Slovenci tisti, ki bolj zaupajo družbi, Nizozemci imajo malce več zaupanja v družbo (glej tabelo 8.1). Vendar pa so razlike v povprečjih za Slovence in Nizozemce zelo majhne (4,11 je povprečje za Slovence; 5,49 pa za Nizozemce), zato lahko potrdim, da posameznikova država stalnega prebivališča prav tako ne vpliva na njegovo zaupanje v družbo.

Slika 8.2.2.2.3: Grafični prikaz rezultatov multiple regresije – vpliv neodvisnih spremenljivk na odvisno – NIZOZEMSKA



Na naslednji shemi sem prikazala vpliv neodvisnih spremenljivk na odvisno na nizozemskem vzorcu (glej sliko 8.2.2.2.4). Zaupanje v družbo lahko statistično značilno pojasnim s spremenljivkama “Pogostost gledanja televizije” in “Osebne izkušnje”. Na nizozemskem vzorcu lahko torej potrdim H2, ki pravi, da več kot

posameznik gleda televizijo, manj je zaupljiv do družbe. Potrdim lahko še H7 (več kot je imel posameznik osebnih izkušenj z nasiljem, manj je zaupljiv do družbe), kar ni presenetljivo. Vendar pa je tudi v tem primeru povezava z odvisno spremenljivko šibka in ne nakazuje močne potrditve hipoteze.

Ostale spremenljivke na nizozemski bazi ne morejo statistično značilno pojasniti odvisne spremenljivke.

9. ZAKLJUČEK

S preverjanjem hipotez, zastavljenih na podlagi teoretičnega jedra, sem v diplomski nalogi preverjala Gerbnerjevo teorijo kultivacije. Glavno vprašanje, ki sem ga skušala razjasniti, je bilo: "Ali velika uporaba televizije (ali vseh medijev) vpliva na večje nezaupanje posameznika v družbo?". V teoretičnem delu naloge sem najprej predstavila teorije medijskih učinkov, ki so se razvijale hkrati z množičnimi mediji in so proučevale možne vplive medijskih vsebin na občinstva. Samo komunikološko raziskovanje se je razvilo iz vprašanj o učinkih medijev in predvsem iz strahu, da mediji s predvajanjem nasilja vplivajo na večanje nasilja v realnem svetu. Prve komunikološke raziskave iz 40ih in 50ih let 20. stoletja so torej proučevale morebitni prepričevalni učinek medijev na družbo. Konec 60. let je začel vpliv nasilja v medijih na občinstvo raziskovati George Gerbner in postavil in potrdil je hipotezo o "zlobnem svetu"; ljudje naj bi verjeli medijem oz. televiziji, ki prikazuje veliko nasilja, da sta svet in družba okoli njih nasilna in zlobna. Kasneje so teorijo izpodbivali raziskovalci po svetu in ugotavljali, da Gerbnerjeve raziskave niso bile popolne ter niso izpolnjevale vseh kriterijev, ki bi jih za potrditev rezultatov morale. Nove teorije o medijskih učinkih so se s časom razvijale in se manj osredotočale na same učinke medijev, več časa pa posvetile raziskovanju okoliščin gledanja televizije (oz. okoliščin uporabe medijev), raziskovanju posameznikov, ki uporabljajo medije in raziskovanju njihove selektivnosti.

Tako sem tudi jaz v diplomski nalogi razmišljala o učinkih medijev v kontekstu. Želela sem preveriti, ali teorija kultivacije zdrži na slovenskih in/ali nizozemskih

tleh. Ker pa je bilo že dokazano, da splošno gledanje televizije ne vpliva na posameznikovo zaznavanje sveta in so torej nekateri tipi programov močnejše povezani z vplivi kulturizacije (Hawkins in Pingree 1981, Weaver in Wakshlag 1986, Potter in Chang 1990), sem v teoretski model vključila tudi ostale dejavnike, ki bi morda lahko pojasnili odvisno spremenljivko "Zaupanje v družbo". Predvidevala sem, da na odvisno spremenljivko lahko vplivajo trije sklopi spremenljivk, in sicer **uporaba medijev, družbeno ozadje in individualne razlike** ter **razlike med državami** (Slovenijo in Nizozemsko). Nisem pa mogla preverjati podrobne uporabe medijev (npr. posameznikovih najljubših žanrov, okoliščin, v katerih uporabljajo medije, ...), ker v uporabljeni primarni bazi podatkov niso bila postavljena takšna vprašanja, saj je raziskava široko zastavljena in pokriva več področji družboslovnega raziskovanja. Tako sem se osredotočila le na splošno uporabo medijev (pogostost spremljanja različnih medijev), osebne razlike med ljudmi in morebitne razlike med anketiranci iz Nizozemske in Slovenije.

Prva hipoteza se glasi, da več kot posameznik uporablja medije (televizijo, tisk, radio in internet), manj je zaupljiv do družbe. Po preverjanju statistične značilnosti hipotez sem ugotovila, da lahko hipotezo na slovenskem kot tudi na nizozemskem vzorcu zavrnem, saj na nizozemskem vzorcu hipoteza sploh ni statistično značilna, na slovenskem pa je, vendar v pozitivno smer, ne v negativno, kot sem v hipotezi predvidevala. Rečem torej lahko, da **večja uporaba medijev** v tem primeru ne prispeva k manjši zaupljivosti do družbe, oziroma **v Sloveniji celo prispeva k večji zaupljivosti**.

V sklop "uporaba medijev" spadata še dve hipotezi, in sicer H2, ki se glasi: več kot posameznik gleda televizijo, manj je zaupljiv do družbe in H3 (več kot posameznik gleda televizijske novice, manj je zaupljiv do družbe). Na nizozemskem vzorcu lahko potrdim H2, saj je hipoteza statistično značilna in v negativni povezavi do odvisne spremenljivke. **Anketiranci iz Nizozemske, ki veliko spremljajo televizijo, manj zaupajo družbi**.

H3 ni statistično značilna niti na slovenskem, niti na nizozemskem vzorcu, zato hipoteze ne morem potrditi in lahko trdim, da gledanje televizijskih novic ne vpliva na posameznikovo zaupanje v družbo, čeprav je prav v novicah prikazano veliko realnega nasilja iz vsega sveta.

Naslednji sklop hipotez se nanaša na posameznikovo družbeno ozadje in individualne razlike med posamezniki, ki bi lahko vplivale na zaupanje v družbo. Ugotovila sem, da razen osebnih izkušenj z nasiljem nobena spremenljivka iz tega skopa bistveno ne vpliva na zaupanje v družbo. H7 (**več kot je imel posameznik osebnih izkušenj z nasiljem, manj je zaupljiv do družbe**) je statistično značilna, ampak samo na nizozemskem vzorcu. Vsakdo si lahko predstavlja, da po doživetju nasilja ljudem ne zaupa več toliko, kot jim je morda prej.

Po pregledu rezultatov lahko zaključim, da v Sloveniji teorije kultivacije ne morem potrditi, saj se je izkazalo kvečjemu, da več kot ljudje spremljajo medije, bolj zaupajo v družbo. Po drugi strani pa lahko teorijo na nek način potrdim na Nizozemskem, kjer tisti, ki več spremljajo televizijo tudi manj zaupajo v družbo. Vendar pa je povezanost neodvisne spremenljivke z odvisno dokaj šibka ($\beta = -0,126$). Na odvisno spremenljivko "Zaupanje v družbo" na nizozemskem vzorcu vpliva še spremenljivka "Osebne izkušnje", kar potrjuje, da ljudje, ki so že imeli izkušnje z nasiljem (so bili napadeni, ...), manj zaupajo v družbo. Na slovenskem vzorcu močnejše povezave med tema spremenljivkama ni bilo.

Menim, da pričujoča diplomska naloga v splošnem ne more potrditi Gerbnerjeve kultivacijske teorije, saj močne povezanosti med spremenljivkami ni bilo zaznati ne na slovenskem ne na nizozemskem vzorcu. Res je, da sem na obeh vzorcih lahko potrdila tri hipoteze in dve od njih sta govorili o vplivu medijev na zaupanje v družbo, vendar pa je ena potrdila ravno obratno, kar trdi kultivacijska teorija. Rečem torej lahko, da pogostost spremljanja televizije oziroma uporabe medijev pojasni le majhen del posameznikovega zaupanja v družbo, če sploh. Tudi ostali dejavniki, ki sem jih vključila v nalogo, saj sem predvidevala, da bi lahko vplivali na posameznikovo zaznavanje sveta, se niso uvrstili na seznam dejavnikov, ki

pojasnjujejo človekovo zaupanje v družbo. Pogostost gledanja televizijskih novic, različna izobrazba, večja ali manjša družbena aktivnost, starost in nacionalnost ne vplivajo na posameznikovo zaupanje v družbo.

Poleg omenjenih ugotovitev pa opažam, da bi raziskavo morala bolj osredotočiti na načine in okoliščine spremljanja medijev ter žanre, ki jih posamezniki spremljajo. Magistrska naloga "Komunikacijska določenost percepcije nasilja v družbi" (Vilhar 2005) je proučevala zelo podobno tematiko, in sicer vpliv različnih dejavnikov na percepcijo nasilja v družbi v Sloveniji. Ugotovitve nam razodenejo, da na zaznavanje nasilja v družbi najbolj vpliva percepcija stopnje realnosti prikazanega nasilja, poleg tega pa še pogostost gledanja komediji in družinskih filmov, akcijskih in pustolovskih filmov ter osebne izkušnje z nasiljem in vključenost v socialna omrežja. Omenjeni rezultati in rezultati moje diplomske naloge torej govorijo, da kultivacijske teorije v Sloveniji ne moremo teoretično podpreti, saj se je izkazalo, da splošno gledanje televizije ne vpliva na posameznikovo zaupanje v družbo, poleg tega pa je Vilharjeva ugotovila, da spremljanje nekaterih zvrsti lahko vpliva na percepcijo nasilja v družbi in da je glavni dejavnik, ki pojasni percepcijo nasilja v družbi, percepcija stopnje realnosti prikazanega nasilja na televiziji.

Po drugi strani sem zaznala vpliv pogostosti gledanja televizije na zaupanje v družbo na Nizozemskem. Teoretično torej lahko potrdim teorijo kultivacije na Nizozemskem, vendar se izogibam tej razlagi, saj menim, da vsi ostali rezultati kažejo, da gledanje televizije ni glavni pojasnjevalec zaupanja v družbo. Glede na omenjeno potrditev hipoteze torej lahko zaključim, da je pogostost spremljanja televizije le eden od dejavnikov, ki lahko vpliva na posameznikovo zaupanje v družbo.

LITERATURA

Altschull, Herbert (1995): *Agents of power: The media and public policy*. White Plains, NY: Longman.

Aust, Charles F. in Dolf Zillman (1996): Effects of victim exemplification in television news on viewer perception of social issues. *Journalism and Mass Communication Quarterly* (73), 787–803.

Bandura, Albert (1994): Social cognitive theory of mass communication. V Jennings Bryant in Dolf Zillmann (ur.): *Media effects: Advances in theory and research*, 61–90. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Barclay, Gordon, Cynthia Tavares, Sally Kenny, Arsalaan Siddique in Emma Wilby (2003): *International comparisons of criminal justice statistics 2001*. Dostopno na www.csdp.org/research/hosb1203.pdf (3. maj 2006).

Bouwman, Henry (1984): Cultivation Analysis: The Dutch Case. V Gabriele Meliscek, Karl Erik Rosengren in James Stappers (ur.): *Cultural Indicators: An International Symposium*, 25–29. Wien, Austria: Verlag der Osterreichischen Akademie der Wissenschaften.

Bouwman, Henry (1987): *Televisie als cultuurschepper*. Amsterdam: VU Uitgeverij.

Bouwman, Henry, Ulrich Meier in Paul Nelissen (1987): Cultural Indicators, 1980-1985. *Massacommunicatie* (1), 18–35.

Buonanno, Milly, ur. (2002): *Eurofiction: Television Fiction in Europe*. Dostopno na www.obs.coe.int/oea_publ/eurofic/index.html (25. maj 2006).

Cantor, Joanne (1994): Fright reactions to mass media. V Jennings Bryant in Dolf Zillmann (ur.): *Media effects: Advances in theory and research*, 213–245. Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Curtis, Lynn A. (1985): *American violence and public policy: an update of the National Commission on the Causes and Prevention of Violence*. New Haven: Yale University Press.

Blumler, Jay G. in Elihu Katz (1974): *The uses of mass communications. Current perspectives on gratifications research*. London: Routledge.

Doob, Anthony N. in Macdonald, G. E. (1979): Television viewing and fear of victimization: Is the relationship causal? *Journal of Personality and Social Psychology* (37), 170–179.

European Audiovisual Observatory (2003), Yearbook 2003, Volume 5: *Television Channels - Programme Production and Distribution*. Dostopno na <http://www.obs.coe.int/yb2003/public/CNumPage.html> (20. april 2006).

European Audiovisual Observatory (2001), *PERSKY – Directory of television channels in Europe*. Dostopno na <http://www.obs.coe.int/db/persky/index.html> (20. april 2006).

Evropska družboslovna raziskava, *Izbrani vidiki za 24 držav – grafične ilustracije* (2004). Dostopno na http://www.cjm.si/sites/cjm.si/files/File/e-dokumenti/ESS_2004_primerjava_izbranih_vidikov_po_drzavah_graficno.pdf (20. april 2006).

Evropska družboslovna raziskava (2004), *Pregled rezultatov*. Dostopno na http://www.cjm.si/sites/cjm.si/files/File/e-dokumenti/ESS2004_L.pdf (20. april 2006).

Gerbner, George (1969): Toward 'Cultural Indicators': The analysis of mass mediated public message systems. V George Gerbner, Ole R. Holsti, Klaus Krippendorf, William J. Paisley in Phillip P. Stone (ur.): *The analysis of communication content, developments in scientific theories and computer techniques*, 123–132. London: John Wiley.

Gerbner, George (1973): Cultural Indicators: The third voice. V George Gerbner, Larry Gross in Melody, W. H. (ur.): *Communications technology and social policy*, 555–573. New York: John Wiley & Sons.

Gerbner, George in Larry Gross (1976): Living with television: The violence profile. *Journal of Communication* (26), 173–199.

Gerbner, George (1977): *Mass media policies in changing cultures*. New York: John Wiley & Sons.

Gerbner, George, Larry Gross, Nancy Signorielli, Michael Morgan in Marilyn Jackson-Beeck (1979): The demonstration of power: Violence profile 10. *Journal of Communication* (29), 177–196.

Gerbner, George, Larry Gross, Michael Morgan in Nancy Signorielli (1994): Growing up with television: The cultivation perspective. V Jennings Bryant in Dolf Zillmann (ur.): *Media effects: Advances in theory and research*, 17–41. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Graber, Doris A. (1980): *Mass media and American politics*. Washington, DC: Congressional Quarterly Press.

Gunter, Barrie (1987): *Television and the fear of crime*. London. Paris: John Libbey and Company Ltd.

Gunter, Barrie (1997): *Children and television*. London: Routledge.

Hamilton, J. I. (1998): *Television violence and public policy*. Ann Arbor: The University of Michigan Press.

Hawkins, Robert P. in Suzanne Pingree (1981): Uniform messages and habitual viewing: Unnecessary assumptions in social reality effects. *Human Communication Research* (7), 291–301.

Hirsch, Paul (1980): The "scary" world of the non-viewer and other anomalies: A reanalysis of Gerbner et al.'s finding on cultivation analysis: Part 1. *Communication Research* (7), 403–456.

Hughes, Michael (1980): The fruits of cultivation analysis: A re-examination of the effects of television watching on fear of victimization, alienation, and the approval of violence. *Public Opinion Quarterly* 44(3), 287–302.

Informacijsko dokumentacijski center Sveta Evrope (2008), *Evropski avdiovizualni observatorij*. Dostopno na http://www.coe.si/sl/organi_in_institucije/mednarodni_sporazumi_nekaterih_dr_zav_clanic/evropski_avdiovizualni_observatorij/ (15. junij 2007).

Jensen, K. B. in Karl E. Rosengren (1996): Pet tradicij iskanja občinstva. *Teorija in praksa* 33(2), 308–331.

Jo, E. in Leo Berkowitz (1994): A priming effect analysis of media influences: An update. V Jennings Bryant in Dolf Zillmann (ur.): *Media effects: Advances in theory and research*, 2002. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Jowell, Roger (2005): *European Social Survey 2004/2005: Technical Report*. London: Centre for Comparative Social Surveys, City University. Dostopno na <http://ess.nsd.uib.no> (1. marec 2007) in na <http://www.europeansocialsurvey.org/> (1. marec 2007).

Kamps, Klaus in Miriam Meckel (1998): *Fernsehnachrichten. Strukturen, Funktionen, Prozesse*. Westdeutscher Verlag.

Katz, Elihu in Paul Lazarsfeld (1995): *Between media and mass*. V Oliver Boyd-Barret in Chris Newbold (ur.): *Approaches to media*, 124–134. London: Arnold.

Katz, Elihu (2001): *Media Effects*. V Smelser in Baltes (ur.): *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*, 9472–9479. Oxford: Elsevier.

Kepplinger, Hans Mathias (1994): *Publizistische Konflikte. Begriffe, Ansätze, Ergebnisse*. V Friedhelm Neidhardt (ur.): *Öffentlichkeit, Öffentliche Meinung, Soziale Bewegungen*, 214–233. Westdeutscher Verlag.

Lowery, Shearon in Melvin DeFleur (1995): *Milestones in mass communication research: Media effects*. New York: Longman.

Malnar, Brina (2004): *Evropska družboslovna raziskava 2002 : zaključno raziskovalno poročilo*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, IDV, Center za raziskovanje javnega mnenja in množičnih komunikacij. Dostopno na http://www.cjm.si/sites/cjm.si/files/File/e-dokumenti/aESS2002_ELABORAT_mega.pdf (10. marec 2007).

McCombs, Maxwell in Donald Shaw (1972): *The agenda-setting function of mass media*. *Public opinion quarterly*, XXXVI(2). Dostopno na <http://web.ebscohost.com/nukweb.nuk.uni-lj.si/ehost/pdf?vid=17&hid=113&sid=7a01b5b5-dd7f-4978-b6f5-57e34f25acab%40sessionmgr104> (23. februar 2007).

McCombs, Maxwell (2004): *The Agenda-Setting Role of the Mass Media in the Shaping of Public Opinion*. Dostopno na <http://sticerd.lse.ac.uk/dps/extra/McCombs.pdf> (28. februar 2007).

McQuaill, Dennis (1994): *Mass communication theory: An introduction*. London: Sage.

Newbold, Chris (1995): The media effects tradition. V Oliver Boyd-Barret in Chris Newbold (ur.): *Approaches to media*, 118–123. London: Arnold.

Newhagen, John E. in Byron Reeves (1992): This evening's bad news: Effects of compelling negative television news images on memory. *Journal of Communication* 42(2), 12–18.

O'Keefe, Garrett. J. in Kathaleene Reid-Nash (1987): Crime news and real world blues. *Communication Research* 14(2), 147–163.

Perse, Elizabeth M. (2001): *Media effects and society*. Mahwah, NJ: Erlbaum.

Petrovec, Dragan (2003): *Mediji in nasilje: obseg in vpliv nasilja v medijih v Sloveniji*. Ljubljana: Mirovni inštitut. Dostopno na <http://mediawatch.mirovni-institut.si/edicija/seznam/13/mediawatch13.pdf> (23. 2. 2007).

Piepe, Anthony, Joyce Crouch in Miles Emerson (1977): Violence and television. *New Society* (41), 536–538.

Potter, W. James in I. K. Chang (1990): Television exposure measures and the cultivation hypothesis. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* (34), 313–333.

Potter, W. James (1999): *On media violence*. Thousand Oaks: Sage.

Robinson, J. P. in M. R. Levy (1986): *The main source: learning from television news*. Beverly Hills: Sage Publications.

Saito, Shinichi (1995): *Cultivation Theory Revisited: Another Look at the theory and Implications for Future Research*. Dostopno na <http://list.msu.edu/cgi-bin/wa?A2=ind9602c&L=aejmc&P=1657> (26. februar 2007).

Scheepers, Peer, Hans Schmeets in Albert Felling (1997): Fortress Holland? Support for ethnocentric policies among the 1994-electorate of The Netherlands. *Ethnic and Racial Studies* (1), 146–159.

Seppa, Nathan (1996): News shows exaggerate prevalence of violence. *APA Monitor* (4), 9–15.

Shanahan, James in Michael Morgan (1999): *Television and its viewers: Cultivation theory and research*. Cambridge: Cambridge University Press.

Signorielli, Nancy in Michael Morgan (1990): *Cultivation analysis. New directions in media effects research*. London: Sage.

Stat Line (2007): *Population by origin and generation*. Dostopno na <http://statline.cbs.nl/StatWeb/Table.asp?STB=G1&LA=en&DM=SLEN&PA=37325eng&D1=a&D2=0-2,127,133,198,216&D3=0&D4=0&D5=0&D6=a,!0-5&HDR=T&LYR=G4:0,G3:0,G2:0,G5:4> (23. april 2006).

Suedfeld, Peter, A.Ralph Hakstian, Darylynn S. Rank in Elizabeth J. Ballard (1985): Ascription of responsibility as a personality variable. *Journal of Applied Social Psychology* (15), 285–311.

[Taštanoska](#), Tanja (2005): *Pravica do imena, do jezika in do medija*. *Media Watch*, maj. Dostopno na <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/22/analiza/> (25. april 2006).

Tate, Eugene D. (1976): [Agreement with Opinionated TV Characters Across Cultures](#). *Journalism Quarterly* 53(2), 199–210.

Taylor, Paul, Cary Funk in April Clark (2007): *Americans and Social Trust: Who, Where and Why*. Dostopno na <http://pewresearch.org/pubs/414/americans-and-social-trust-who-where-and-why> (2. marec 2007).

University of California, Center for Communication and Social Policy (1996): *National Television Violence Study, I*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

University of California, Center for Communication and Social Policy (1997): *National Television Violence Study, II*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

University of California, Center for Communication and Social Policy (1998): *National Television Violence Study, III*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Vergeer, Maurice (2000): *Een gekleurde blik op de wereld: een studie naar de relatie tussen blootstelling aan media en opvattingen over etnische minderheden*. Amsterdam: Thela Thesis.

Vilhar, Tamara (2005): *Komunikacijska določenost percepcije nasilja v družbi*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede. MA.

Volčič, Zala (2001): A critical overview of media approaches. *Medijska istraživanja* 7(1–2), 45–67.

Weaver, James in Jacob Wakshlag (1986): Perceived vulnerability to crime, criminal victimization experience, and television viewing. *Journal of Broadcasting* 30(2), 141–158.

Weimann, G. (2000): *Communicating unreality. Modern media and reconstruction of reality*. London: Sage.

Wober, J. M. (1978): Televised Violence and Paranoid Perception: The View From Great Britain. *Public Opinion Quarterly* 42(3), 315–321.

Wober, J.M. in B. Gunter (1988): *Television and Social Control*. Aldershot: Avebury.

Zillmann, Dolf (1996): Effects of victim exemplification in television news on viewer perception on social issues. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 73(4), 787–803.