

# Medierepræsentationer af ungdommen

## En indholdsanalyse af danske aviser i perioden 1953-2003

AF CHARLOTTE WIEN OG KLAUS LEVINSEN\*

Moderne massemedier spiller en stor rolle for, hvordan vi opfatter og forstår ungdommen, og tidligere internationale undersøgelser har vist, at medierne overvejende formidler et negativt billede af de unge. På baggrund af kvantitative indholdsanalyser belyser artiklen hvordan de unge er blevet fremstillet i et udvalg af danske aviser over de seneste 50 år. Vores undersøgelse viser, at kriminalitet, kultur og sport er de emner, der hyppigst er i spil, men undersøgelsen kan ikke bekræfte, at der er en dominerende negativ bias i mediernes beskrivelser af de unge. Dette kunne hverken bekræftes i forhold til undersøgelsen af nutidens mediedækning (2003) eller i undersøgelsen af langtidsperspektivet (1953-2003). Tvært i mod afslører vores data en udvikling i retning af flere neutrale journalistiske beskrivelser af unge, og en tendens til, at de unge i dag citeres direkte i avisartiklerne.

### Indledning

At „ungdommen ikke længere er, hvad den har været“ er et gammelt ordsprog og – i logisk henseende – et sandt udsagn: Den gruppe, der i fortiden var unge rummer i sagens natur ikke de samme individer som nu, og de vilkår, der gives ungdommen i dag er ikke de samme som i går.

Udsagnet er interessant i vores sammenhæng af andre grunde:

Den første er, at der i ligger en antagelse om, at man i en enkelt sætning kan sige noget generelt om alle de individer, der tilhører den sociale gruppe, som vi kalder „ungdommen“. Den anden er, forestillingen om, at de unges adfærd og holdninger ændrer sig over tid.

Ordsproget kan både henvise til „ungdommen“ sådan som den i virkeligheden er, og til vore forestillinger om ungdommen. Grundantagelsen i denne artikel er, at massemedierne spiller en stor rolle for begge dele, og formålet er at undersøge, hvordan „de unge“ og „ungdommen“ i tidens løb er blevet fremstillet i et udvalg af danske aviser

Der findes allerede en række internationale studier af, hvordan medierne fremstiller ungdommen, men ingen danske. I flere af disse undersøgelser konkluderes det, at medierne beskriver de unge negativt, og at dette bl.a. skyldes en tiltagende tabloidisering og kommercialisering af medierne. De mediemæssige betingelser og den journalistiske praksis skaber derved nogle skævvredne billeder af de unge som problematiske samfundsborgere, der er mere voldelige, ekstravagante og utilpassede end andre grupper i befolkningen. De fleste af disse studier er imidlertid begrænsede af deres relativt korte undersøgelsesperioder, og har derved vanskeligt ved at sige noget om forandringerne i mediernes fremstillinger af de unge. Tidligere studier af hvordan medierne gennem tiden har behandlet „de ældre“, viser, at journalistikken betjener sig af stereotype fremstillinger af sociale grupper, men også at disse fremstillinger forandrer sig i takt med tiden (Wien 2005).

Med dette udgangspunkt undersøger vi her i artiklen hvordan danske medier har repræsenteret ungdommen gennem 50 år, og vil svare på fire spørgsmål, nemlig:

- I hvilket omfang indeholder nyhedshistorier om unge hhv. negative og positive repræsentationer af unge?
- Hvilke emner er de foretrukne i nyhedsmediernes dækning af historier om unge?
- Er der forskelle i mediernes dækning af hhv. unge mænd og unge kvinder?
- Hvilken rolle spiller de unge selv i nyhederne?

I de følgende afsnit præsenteres først artiklens teoretiske udgangspunkt samt en gennemgang af den tidligere forskning på området. Herefter følger overvejelser vedrørende data og metode samt de empiriske analyser.

## Medierepræsentationer

Talrige studier har vist, at medierne påvirker samfundet: Lige fra den førte politik, vores adfærd og menings- og holdningsdannelser (fx Gamson and Modigliani 1989; Donovan and Leivers 1993; Hurtz and Durkin 2004; Wyn 2005; Paterson 2006; Slater 2007; Bleakney, Hennessy et al. 2008) til vores sprog (Gorham 2006). Og netop derfor kan longitudinale studier af mediernes repræsentationer af særlige grupper i samfundet tilvejebringe viden om betydningen af strukturelle ændringer i samfundsordenen samt om samfundets udvikling.

Begrebet medierepræsentation refererer altså til den måde hvorpå forskellige grupper baseret på fx alder, køn eller race beskrives i medierne og er dermed nært beslægtet med både studiet af nyhedsmediernes fortælle-mæssige rammer (frames) og studiet af stereotyper. Reelt mener vi ikke, at der kan lægges et klart definatorisk snit mellem de tre koncepter: Frames blev oprindeligt defineret som “schemata of interpretation” (Goffman 1974:21). Begrebet “schemata” er blevet brugt af socialpsykologer til at beskrive de kognitive kategorier, som vi bruger, når vi skal organisere vores hukommelse og kategorisere informationer (Stangor 2000:6; Tajfel and Forgas 2000:50). Og tilsvarende definerede Gitlin “media frames” som “*persistent patterns of cognition, by which symbol-handlers routinely organize discourse, whether verbal or textual*” (Gitlin 1980:7).<sup>1</sup>

At Gitlin anskuede mediernes framing som vedvarende (*persistent*) kognitive mønstre gør slægtskabet med social psykologernes stereotyper tydeligt: Ifølge Stangor (Stangor 2000:13) betragtes stereotyper generelt som uforanderlige forestillinger. Men forskningen heri har vist, at de rent faktisk ændrer sig over tid (fx (Donovan and Leivers 1993; Devine and Elliott 2000; Wien 2005; Covert and Dixon 2008)). Med andre ord: Stereotyper er ikke uforanderlige mønstre. Samme konklusion er nået af forskere, der har

arbejdet med longitudinale studier af mediernes framing af særlige emner (fx. (Semetko and Valkenburg 2000; Schulz and Zeh 2005; Scheufele and Tewksbury 2007)).<sup>2</sup>

På samme måde inkluderer studier af medierepræsentationer ofte analyser af stereotyper (fx (Porteous and Colston 1980; Aubrun and Grady 2000; Devlin 2000; Heintz-Knowles 2000; Mazzarella 2003; Dixon and Maddox 2005; Wyn 2005; Covert and Dixon 2008)).<sup>3</sup> I sådanne studier inkluderes også typisk analyser af kildebrug, mediernes prioritering af et emne, genrer og et antal kvantitative mål som længde, illustrationer og personlige karakteristika (fx køn) af personer omtalt i de enkelte nyhedshistorier (Porteous and Colston 1980; Falchikov 1986; Devlin 2000; McManus 2002; Mazzarella 2003; Wyn 2005).

Sammenfattende mener vi, at studiet af framing, studiet af stereotyper og studiet af medierepræsentationer er så nært beslægtede, at vi kan hente inspiration til vores analyse fra litteratur fra alle tre forskningsområder. Men, før vi når så vidt vil vi opsummere, hvad den tidligere forskning i mediernes repræsentationer, stereotyper og framing af ungdommen har vist.

## **Tidligere forskning i mediernes repræsentationer af unge**

Der foreligger som nævnt allerede et antal undersøgelser, der belyser hvordan medierne repræsenterer unge mennesker.

Aubrun and Grady's (2000) undersøgte forskellene på de lokale og nationale amerikanske nyhedsmediers dækning af unge. Deres undersøgelse viste, at de lokale medier er mere tilbøjelige til at benytte negative og forsimplede stereotyper om unge. Der er dog stor forskel på, hvilken vinkel medierne anlægger: De lokale medier har en tendens til at indtage en slags tilskuerrolle, hvor det er vanskeligt for læsere, lyttere eller seere at involvere sig følelsesmæssigt. Det gør de gennem hurtigt klippede øjenvindneagtige nyheder, hvor der fokuseres på unge som ofre for eller årsagen til ulykker eller kriminalitet. De nationale nyhedsmedier er derimod mere tilbøjelige til at præsentere nyheder om unge inden for en tematisk ramme, der rummer såvel problemernes kontekst og proportioner, samt forslag til løsninger (Aubrun and Grady 2000:2-5).

Heintz-Knowles (2000) har undersøgt hvordan unge blev fremstillet i amerikanske prime-time TV-serier, og resultaterne viste, at man som seer oftere blev præsenteret for unge kvinder end for unge mænd, og at der oftere var tale om hvide end om nogen anden race. Emnemæssigt var fokus på kærlighed, venskab og familie og på emner som narkotika, mens alkohol og kriminalitet kun meget sjældent indgik. Alligevel blev de unge oftest beskrevet som årsagen til et eller andet problem, som „de voksne“ skulle ordne (Heintz-Knowles 2000:6). Hendes resultater adskiller sig dog markant fra de undersøgelser der er foretaget af nyhedsmediernes dækning af de unge.

Nichols and Good (2004) undersøger, hvordan mediernes dækning af vold, sex, tobak, alkohol, narkotika osv. har ændret sig over tid. I den forbindelse diskuterer de også mediernes repræsentationer af unge i sådanne historier. De mener, at amerikanernes holdning til de unge bliver mere og mere negativ (Nichols & Good 2004:5), og forklarer årsagerne hertil med en kombination af ændringer i familiemønstre og øget medieindflydelse. I deres perspektiv er det især underholdnings- og nyhedsmediernes, der bærer skylden, fordi der er en skævvredet dækning med alt for stort fokus på negative historier om børn og unge. Ifølge dem er det den hastige vækst på medieområdet gennem de seneste 50 år, der er årsagen til, at medierne leverer en nyhedsdækning, hvor fokus er på historier, der involverer unge som ofre for ulykker eller kriminalitet eller som årsagen dertil. Ifølge dem er det det, der får mediepublikummet til at “[see] youth in problematic terms” (Nichols & Good 2004:9).

Deres arbejde er interessant i vores sammenhæng fordi de når frem til et antal hypoteser, hvoraf vi gerne vil teste to: Den første er, at nyhedshistorier om unge overvejende er negative, og den anden er, at denne tendens forstærkes over tid.

Amundson, Lichter et al. fokuserer ligesom Aubrun and Grady (Aubrun and Grady 2000) på forskelle mellem nationale og lokale nyhedsmedier. De konkluderer, at *“local news stories about youth tend to treat adolescence as a source of personal problems and social disruptions that need to be addressed by adults”*. De hævder videre, at *“the operant principle among the journalists seemed to be “if it bleeds it leads”[...]”*, når nyheder handler om unge

(Amundson, Lichter et al. 2005:25). Den eneste formildende omstændighed i nyhedsmediernes dækning af unge er ifølge dem, at nationale nyhedsmedier prioriterer emner relateret til uddannelse højt, men at de så til gengæld har en langt mindre intensiv dækning af de unge end af andre grupper i samfundet.

Sammenfattende kan man sige, at mediernes repræsentationer af unge mennesker varierer afhængigt af genre, medie og mediets dækning (lokal eller national). Da vi her ønsker at dække en 50-årig periode i Danmark, vælger vi at fokusere på aviserne, fordi disse som de eneste medier er systematisk registreret og arkiveret over en tilstrækkelig lang periode. Dermed er det også relevant at se nærmere på den del af forskningen, som hovedsagelig har baseret sig på avisernes fremstilling af de unge.

Stensaas (1961) analyserer en række amerikanske aviser og konkluderer, at nyhedshistorier om unge mennesker generelt er negative og sætter de unge i et dårligt lys. Eneste undtagelse fra dette mønster er ifølge Stensaas, at positive historier om unge mennesker til gengæld oftest at finde på forsiderne.

Tilsvarende analyserer Porteous og Colston (1980) en række britiske aviser og finder, at de foretrukne emner for nyhedshistorier om unge er sport eller kriminalitet og at de unge sædvanligvis bliver fremstillet som ofre for – eller årsagen til – ulykker og ulovligheder. Porteous og Colstons undersøgelse er ikke i sig selv et longitudinalt studium, men da Falchikov (1986) efterfølgende i 1985 foretog en tilsvarende undersøgelse viste det sig, at der i de mellemliggende fem år var sket en række ændringer i mediernes beskrivelser af de unge. I 1985 var de fire foretrukne emner om unge i den skrevne presse: De unge som ofre, kriminalitet, sport eller arbejdsløshed. Falchikovs undersøgelse viste dermed, at det er muligt at spore mindre ændringer i mediedækningen af en social gruppe – fx de unge – over blot en femårig periode.

Siden årtusindskiftet er der foretaget yderligere tre undersøgelser af mediedækningen af de unge: En irsk undersøgelse viser, at hovedparten af de irske nyhedshistorier portrætterer unge mennesker som enten “being a problem or as having problems”: Næsten 85 % af nyhedshistorierne om unge handler om de unge som årsag til eller ofre for kriminalitet og vold, eller beskriver unge som en gruppe, der er særligt udsat for skadelige påvirk-

ninger (Devlin 2000:47). Ifølge denne undersøgelse stemmer mediedækningen godt overens med en generel samfundsmæssig tendens til at præsentere unge mennesker som “[...] either actively “deviant” or passively “at risk”, and sometimes both simultaneously” (Devlin 2000, citing Griffin 1997:17-18).

McManus (2002) foretager en indholdsanalyse af en række californiske aviser og deres dækning af unge og vold. Han konkluderer, at der er signifikante forskelle i hvordan medierne beskriver og repræsenterer de unge i rutinejournalistikken og i efterspillet efter signifikante begivenheder og deraf følgende fokusjournalistik (Lund 2002:9). McManus illustrerer denne pointe ved hjælp af en analyse af mediedækningen efter Columbine High-massakren. Han viser, at journalisterne i forbindelse med fokusjournalistik i højere grad benytter en tematisk framing end en episodisk, og at de viser større villighed til at diskutere problemets årsag, oprindelse og mulige løsninger på det end i forbindelse med rutinejournalistikken. Tilsvarende viser hans analyse af rutinejournalistikken, at den fokuserer langt mindre på årsager og løsninger end på de problemer, der beskrives. Han konkluderer derfor, at der er meget stor kvalitetsforskel på fokusjournalistikens og rutinejournalistikens nyhedsdækning af de unge.

Mediedækningen af de unge er senest blevet undersøgt af Wyn (2005). Hun sammenligner mediernes repræsentationer af unge i USA, Australien, New Zealand og Storbritannien baseret på en række udvalgte aviser og TV-stationers nyhedsdækning. Hun konkluderer, at mediernes repræsentationer af de unge synes at afspejle to konkurrerende diskurser: På den ene side beskrives unge som en trussel mod samfundsordenen, og på den anden side beskrives de unge som en kilde til håb for fremtiden (Wyn 2005:31-32).

Sammenfattende viser den tidligere forskning, at mediernes repræsentationer af unge mennesker varierer afhængigt af genre, medie og mediets dækning (lokal eller national). Men den viser imidlertid også, at det er de negative emner og repræsentationer af ungdommen som dominerer.

## Metode

At undersøge udviklingen i medie billedet af de unge over 50 år i alle danske mediers samlede dækning er en ganske uoverkommelig opgave. Det er derfor nødvendigt at udvælge enkelte nyhedsmedier.

Eftersom der ikke var etableret regionale eller lokale elektroniske medier i Danmark for 50 år siden, og eftersom der ikke findes fuldstændige arkiver over de elektroniske mediers nyhedsdækning gennem de seneste 50 år, må undersøgelsen – som nævnt – basere sig på de skrevne nyhedsmedier.

Aviserne er placeret før de elektroniske medier i den journalistiske fødekæde: TV har med andre ord tendens til at bringe de samme nyheder, som har været bragt i aviserne (Lund 2000:145). Resultaterne i denne undersøgelse kan derfor i et vist omfang forventes også at gøre sig gældende for fremstillingen af unge i f.eks. nyhederne på TV.

Gennem de seneste 50 år har der eksisteret et utal af dagblade på regionalt, lokalt og nationalt niveau. Det er derfor nødvendigt at afgrænse empirivalget yderligere. For det første er det nødvendigt, at de analyserede dagblade har eksisteret i hele undersøgelsesperioden. For andet har vi ønsket at sikre, at vores materiale omfattede både større dagblade, tabloidaviser, lokalaviser, regionalaviser og landsdækkende aviser. Følgende aviser er valgt for at give så stor spredning som muligt:

- Politiken
- Kristeligt Dagblad
- B.T.
- Fyens Stiftstidende
- Næstved Tidende

Men selv med blot fem aviser er det en uoverkommelig opgave at analysere alle redaktionelle enheder gennem 50 år. Derfor er der foretaget en række punktnedslag, som begrænser datamængden. En del af den danske og internationale forskning i journalistik baserer sig på den såkaldte nyhedsuge (Lund 2000; Petersen 2003): Uge 46. Denne uge er valgt, fordi den i nyhedsmæssig sammenhæng skønnes at være en gennemsnitlig uge.<sup>4</sup>



Da analysen sigter på at identificere udviklingen i mediernes repræsentationer af de unge over tid, er analysen samtidig begrænset til seks punktnedslagsår: 1953, 1963, 1973, 1983, 1993 og 2003.

Hver enkelt avis blev gennemlæst af en forskningsassistent, der udvalgte alle artikler, som handlede om unge. Der blev anvendt en kombination af to udvalgskriterier: Alle artikler, der enten omtalte mennesker mellem 14-24 år<sup>5</sup> eller rummede ord som unge, ungdom, teenager eller andre synonymmer herfor, blev udvalgt. I alt blev 1174 artikler udvalgt.<sup>6</sup>

Vores kodeark omfatter dels en række objektive baggrundsvARIABLE som dato, placering, længde og kildebrug. Desuden har vi kodet for emne, ud fra polinfos emneordsliste.<sup>7</sup> Endelig omfatter kodearket en variabel, som er udviklet specielt til denne undersøgelse: En gennemlæsning af materialet afslørede, at det var relativt let at identificere om artiklernes overordnede fortælle-mæssige ramme var positiv eller negativ overfor de unge. Vi besluttede derfor at kode artikler, der beskrev unge som en ressource, som socialt engagerede, sympatiske, smukke, pligttopfyldende, samvittighedsfulde e.l. som „positive“, mens artikler, der beskrev de unge som utilpassede, passive, kriminelle, aggressive, fjendtlige eller som en trussel mod samfundsordenen e.l. som „negative“.<sup>8</sup>

Tre assistenter kodede materialet og tastede alle data ind i en SPSS datafil.<sup>9</sup> En beregning af Krippendorfs alpha for samtlige variable viste et resultat, der svingede mellem 0.82 til 1.0 og er således inden for et acceptabelt reliabilitetsniveau.

## Resultater

Det samlede antal artikler i de udvalgte aviser er gengivet i tabel 1. Over årene 1953-1973 fandt vi en bemærkelsesværdig stigning på 80 % i antallet af artikler om unge. Vi skal dog i den forbindelse bemærke, at der generelt er sket en stigning i antallet af artikler i aviserne og at stigningen i antallet af artikler om unge derfor ikke nødvendigvis afspejler, at den samlede andel af artikler om ungdommen er vokset.

**Tabel 1**  
 Artikler om unge i aviserne

	1953	1963	1973	1983	1993	2003	Alle år
Politiken	35	32	52	38	50	58	265
B.T.	33	36	58	38	40	59	264
Næstved Tidende	30	36	56	37	31	28	218
Kr. Dagblad	19	22	40	15	13	25	134
Fyns Stiftstidende	31	28	64	39	57	74	293
N	148	154	270	167	191	244	1174

I vores materiale findes det største antal artikler om unge i 1973. Dette tal mener vi at kunne forklare som et resultat af ungdomsoprøret og dets efterspil: Medierne synes ganske enkelt at have rettet et stigende fokus mod de unge og at have givet dem en stigende prioritering i deres nyhedsdækning.

Samtlige aviser har nogenlunde lige mange artikler om unge over hele perioden (218-293) eneste undtagelse herfra er Kr. Dagblad med 134 artikler. Dette resultat er ikke overraskende eftersom avisen henvender sig til et ældre publikum, og eftersom den rummer færre og længere artikler end de øvrige.

### Stigende negativ bias?

Vores data kan ikke bekræfte en stigende tendens i retning af et stadigt mere negativt medie billede af de unge, sådan som den tidligere forskning på området har tydet på. Som det fremgår af tabel 2, er der snarere tale om, at medierne i stigende omfang balancerer mellem positive, negative og neutrale repræsentationer af ungdommen. Faktisk er antallet af „neutrale“ repræsentationer af de unge signifikant højere fra 1983-2003 end i perioden før.

Der er formentlig flere årsager hertil: Dels medførte partipressens sammenbrud i slutningen af 1960erne at aviserne i højere og højere grad har stræbt mod en neutral dækning af nyhederne,

**Tabel 2**

Negative og positive beskrivelser af de unge

	1953	1963	1973	1983	1993	2003	Alle år
Positive	83 56,1%	86 55,8%	127 47,0%	29 17,4%	55 28,8%	78 32,0%	458 39,0%
Negative	38 25,7%	37 24,0%	90 33,3%	69 41,3%	66 34,6%	78 32,0%	378 32,2%
Neutrale	27 18,2%	31 20,1%	52 19,3%	69 41,3%	70 36,6%	88 36,1%	337 28,7%
N	148	154	270	167	191	244	1174

dels er journalister og journalistikken blevet stadig mere og mere professionaliseret gennem perioden.

Ifølge hypotesen om den øgede kommerisiering af medierne ville vi desuden have forventet, at tabloidavisen havde den højeste andel af negative bias i artikler om unge. Men en nærmere analyse af tallene afslører, at det rent faktisk er den regionale avis, der er mest negativ. Dette resultat er interessant af to årsager: Den første er, at dette resultat dermed bekræfter de tidligere undersøgelser, der viste, at lokale medier er mere tilbøjelige til at beskrive unge mennesker negativt (Aubrun and Grady 2000; Amundson, Lichter et al. 2005). Den anden er, at undersøgelsen af ældrebilledet i medierne viste, at når det drejede sig om beskrivelserne af ældre mennesker var regionalavisen langt mere positiv end de landsdækkende aviser (Wien, 2005).

Tidligere forskning i mediesteretypier har påvist signifikante forskelle i den måde unge mænd og unge kvinder blev beskrevet i medierne og i hyppigheden af hvor ofte de to køn var repræsenteret. (Falchikov 1986; Devlin 2000; Mazzarella 2003). Vores data bekræfter også disse forskelle: Mere end en tredjedel af artiklerne handlede udelukkende om unge mænd og det gælder for alle år jfr. tabel 4. Vi ser dog tegn i retning af en ændring i dette mønster: I 1953-1993 var kvinder kun repræsenteret i 12-15 % af artiklerne, i 2003 gjaldt det for 22 % af artiklerne.

Vores data bekræfter også, at der er forskel på hvilken måde medierne omtaler de to køn: Tabel 5 viser fordelingen af hhv. po-

**Tabel 3**

Klassifikation af artikler om unge efter emne pct.

	1953	1963	1973	1983	1993	2003	Alle år
Kriminalitet (retsvæsen)	23	19	22	30	28	16	22
Kultur	24	34	9	9	13	16	16
Sport	8	10	14	11	7	19	12
Uddannelse	8	9	14	14	12	8	11
Landspolitik	3	2	9	7	17	5	8
Socialforhold	4	6	9	3	5	9	6
Etik, filosofi og religion	5	3	4	4	2	2	3
Ulykker	8	4	2	1	3	2	3
Arbejds- marked	8	4	2	1	3	2	3
Samliv	2	3	1	7	1	3	3
Udlandet	1	2	4	1	3	3	3
Sundhed	2	1	3	4	2	3	3
Andet	7	5	6	7	5	11	7
N	148	154	270	167	191	244	1174

sitive og negative historier om unge fordelt på køn. Materialet afslører, at der er en klar tendens til, at de negative historier handler om unge mænd, mens de positive historier er domineret af kvinder.

Vi finder en tilsvarende kønsskævhed når vi krydstabulerer køn med citater (tabellen er ikke medtaget): Unge mænd citeres meget hyppigere end unge kvinder.

### Hvilke emner?

Som allerede omtalt viste Porteous og Colston (1980) og Falchikov (1986), at de dominerende emner i medierne vedrørende unge var kriminalitet, sport, arbejdsløshed og unge som ofre. Vores materiale viser et lidt anderledes billede, sådan som det ses i ta-

**Tabel 4**  
Repræsentation af de to køn

	1953	1963	1973	1983	1993	2003	Alle år
Mand/mænd	66 44,6%	52 33,8%	103 38,1%	65 38,9%	83 43,5%	82 33,6%	451 38,4%
Kvinde/kvinder	21 14,2%	23 14,9%	33 12,2%	26 15,6%	29 15,2%	52 21,3%	184 15,7%
Begge køn	12 8,1%	14 9,1%	40 14,8%	13 7,8%	12 6,3%	24 9,8%	115 9,8%
Ikke omtalt	49 33,1%	65 42,2%	94 34,8%	63 37,7%	67 35,1%	86 35,2%	424 36,1%
N	148	154	270	167	191	244	1174

bel 3. Her har vi klassificeret de enkelte artikler i et antal kategorier inddelt efter emne.

Den hyppigst forekommende kategori i vores materiale er kriminalitet (22 % af alle artikler). Men både i 1953, 1963 og 2003 er der en ligeså stor eller større andel af artikler, der handler om kultur. Blandt de øvrige fremtrædende kategorier er „kultur“ (16 %), „sport“ (12 %) og „uddannelse“ (11 %). Og lægger man andelen af artikler, der handler om kultur, sport og uddannelse sammen udgør artikler om disse emner en langt større andel end andelen af artikler om kriminalitet.

Vores undersøgelse kan heller ikke bekræfte, at flere og flere historier om unge handler om ulykker: Her er kun tale om en lille andel af artikler, som over perioden viser en faldende tendens.

I forhold til den tidligere forskning på området adskiller vores resultater sig således markant: Vi finder *ikke*, at historier om unge i mediernes hovedsageligt handler om kriminalitet og ulykker. Tvært i mod: Mediernes foretrukne emner, når det handler om de unge er kultur, sport og uddannelse.

## Hvilken rolle spiller de unge?

Forskningslitteraturen om mediernes stereotypificering lægger vægt på en tendens til at beskrive sociale grupper og gruppeadfærd snarere end at beskrive individer. Dette gælder særligt, når

**Tabel 5**

Køn – positive eller negative historier (alle år)

	Mand/mænd	Kvinde/kvinder	Begge køn	NA	Total
Positiv	170 37,7%	107 58,2%	57 49,6%	124 29,2%	458 39,0%
Negativ	223 49,4%	32 17,4%	26 22,6%	97 22,9%	378 32,2%
Neutral	58 12,9%	45 24,5%	32 27,8%	202 47,6%	337 28,7%
N	451	184	115	424	1174

man taler om „ungdommen“ som en særlig gruppe med særlige sociale og kulturelle karakteristika: Da man begyndte at forske i børn og unge i begyndelsen af det 20. århundrede og da moralsk panik over ungdomskulturen blev et centralt emne for både den offentlige og den politiske debat blev „ungdommen“ en særlig gruppe. I medierne blev unge mennesker – og især unge mænd – beskrevet som tilhørende grupper, der forstyrrede den offentlige orden fx som medlemmer af (kriminelle) bander, eller som nogen, der introducerede særlige nye kulturer båret fx af musik (Thompson 1998; Welch 2002).

For at undersøge i hvilket omfang unge mennesker beskrives som tilhørende en generel gruppe („ungdommen“) eller en som tilhørende særlige ungdomsgrupper („læderjakker“, „punkere“) eller som individer, har vi kodet materialet i tre forskellige kategorier efter hvordan de unge omtales.

Tabel 6 viser, at artikler, hvor unge mennesker portrætteres som gruppemedlemmer, var hyppigst i 1953 (n=53), 1963 (n=62) og 1973 (n=112). Den næsten modsatte tendens gælder avisernes beskrivelser af de unge med en samlebetegnelse som fx „ungdommen“. En fjerdedel af artiklerne fra 1983, 1993 og 2003 indeholdt en samlebetegnelse for de unge. Når man krydstabulerer dette med de enkelte artiklers emne viser det sig, at 25-30 % af disse artikler havde de dominerende emner: sport, kriminalitet og kultur. Det var altså disse artikler, som havde gruppeperspektivet og ikke de negative historier om kriminalitet og ulykker.

**Tabel 6**

Unge som individer eller som gruppemedlemmer?

	1953	1963	1973	1983	1993	2003	Alle år
Individ (fx navngiven person)	71 48,0%	60 39,0%	104 38,5%	95 56,9%	111 58,1%	128 52,5%	569 48,5%
Gruppe (fx „læder- jakker“)	53 35,8%	62 40,3%	112 41,5%	8 4,8%	25 13,1%	34 13,9%	294 25,0%
Samle- betegnelse (fx „ungdommen“)	23 15,5%	27 17,5%	35 13,0%	45 26,9%	43 22,5%	60 24,6%	233 19,8%
Ved ikke	1 0,7%	5 3,2%	19 7,0%	19 11,4%	12 6,3%	22 9,0%	78 6,6%
N	148	154	270	167	191	244	1174

Vores data viser altså, at ca. halvdelen af de artikler, der beskriver unge mennesker, beskriver dem som individer. Derfor mener vi ikke det er rimeligt at hævde, at unge hovedsageligt fremstilles i grove og generaliserende gruppebetegnelser.

I Grossbergs analyse af politisk ungdomskultur kalder han ungdommen for “the most silenced generation” (Grossberg 1994, citet hos Mazzarella 2003: 236). Når unge mennesker beskrives i medierne er det – ifølge ham – oftere ved hjælp af citater fra eksperter end de unge selv. Problemet ved det er iflg. Grossberg, at når sådanne eksperter som psykologer, sociologier og læger får ordet har de en tendens til at generalisere enkeltstående problematiske episoder til generelle sociale problemer. Når de unge ikke får lov til at tale for sig selv, bliver de “also subjected to media’s attempts to categorize them” (Mazzarella 2003:236). Vores data giver os mulighed for at undersøge, om dette pessimistiske postulat faktisk stemmer overens med virkeligheden.

Vores analyse af hvor ofte de unge selv udtaler sig viser, som det fremgår af tabel 7, at kun en lille del af artiklerne indeholder direkte citater af unge mennesker. Men når vi ser på udviklingen

**Tabel 7**

Citater af unge mennesker i artiklerne

	1953	1963	1973	1983	1993	2003	Alle år
Citeret	8 5,4%	22 14,3%	39 14,4%	38 22,8%	49 25,7%	57 23,4%	213 18,1%
Ikke citeret	140 94,6%	131 85,1%	230 85,2%	129 77,2%	141 73,8%	187 76,6%	958 81,6%
Ved ikke	0 ,0%	1 ,6%	1 ,4%	0 ,0%	1 ,5%	0 ,0%	3 ,3%
N	148	154	270	167	191	244	1174

over tid, så viser det sig, at der faktisk bliver flere – både i andele og i procent – hvor unge citeres direkte.

I 1953 var det således kun i 5 % af artiklerne. I 1963 og 1973 var det 14 % og i 1983, 1993 og 2003 var dette steget til 23-26 %. Med andre ord tyder vores undersøgelse ikke på, at der er en stigende tendens til at gøre ungdommen til en “silenced generation” i medierne. Vi er dog ikke gået dybere ned i analysen af på hvilken måde og til hvad journalisterne bruger citaterne af de unge og om denne stigning i direkte citater er større end for andre grupper i samfundet. En forklaring herpå kunne jo netop være at journalistisk praksis har ændret sig.

Vores analyse omfatter også brugen af eksperter i artiklerne. Analysen viser, at kun i 5 % af artiklerne fra 1953 optrådte der en ekspert. I resten af årene fra 1963-2003 varierer dette mellem 12-17 %. En mulig forklaring på dette er den stigende professionalisering af de forskellige sektorer i velfærdsstaten, som har børn og unge som deres ansvarsområde. Så dermed ser vi i lighed med Grossberg at eksperter inddrages i stigende omfang, men vi er dog knapt så pessimistiske som han, da vi parallelt hermed ser, at de unge i stigende omfang også selv kommer til orde.



## Konkluderende bemærkninger

Sammenfattende kan vi sige, at vores undersøgelse ikke kan bekræfte, at der er en dominerende negativ bias i mediernes beskrivelser af de unge. Dette kunne hverken bekræftes i forhold til undersøgelsen af nutidens mediedækning (2003) eller i undersøgelsen af langtidsperspektivet herpå (1953-2003). Tvært i mod afslører vores data en udvikling i retning af flere og flere neutrale beskrivelser af unge.

Vores undersøgelse viser, at „kriminalitet“, „kultur“ og „sport“ er de emner, der hyppigst er i spil, i artikler om unge. Vores materiale tyder således også her på en afvigelse i forhold til den tidligere forskning på området.

Når vi ser nærmere på, hvilken rolle de unge spiller i nyhedsdækningen finder vi en tendens til, at medierne citerer de unge direkte. Denne tendens synes at være stærkest i årene efter ungdomsoprøret (1973 og frem). Desuden er der nogle interessante forskelle i avisernes repræsentationer af unge mænd og kvinder: Vores undersøgelse tyder på, at unge kvinder spiller en stigende rolle i medierne. Men krydstabuleringer med øvrige variable i materialet tyder dog fortsat på, at beskrivelserne af de unge mænd er langt mere varierede, selvom unge mænd dog har den tvivlsomme ære af overvejende at blive beskrevet i negative historier.

På dette tidspunkt kan vi ikke tilbyde udtømmende forklaringer på disse observationer eller på forskellene mellem vores data og den tidligere forskning. Vi vil dog tillade os at fremsætte en række mulige forklaringer til diskussion.

En mulig forklaring på afvigelserne er forskelle i dataindsamlingsmetoderne: Vores data er indsamlet ved hjælp af stratificerede tilfældigt udvalgte stikprøver over en 50-årig periode. Hvert enkelt punktnedslag dækker dog en forholdsvis kort periode på kun en uge. Den tidligere forskning på området er baseret på stikprøver, der er udtaget over længere perioder (to til fire uger). Vi må derfor erkende, at faren for at de udsving vi ser, er tilfældige er relativt stor. Vi imødegår den fare efter bedste evne ved udelukkende at tolke meget tydelige tendenser, som strækker sig over flere punktnedslag.

Yderligere indsamlede Porteous og Colston (1980) og Falchikov (1986) deres materiale over hhv. en måned i Juni (1979) og to uger i oktober (1984). Ingen af dem præsenterer nogen forklaring på hvorfor netop disse perioder er valgt. Der kan argumenteres for, at det er yderst problematisk at indsamle datamateriale til analyser af mediedækningen i sommerperioden, hvis man ønsker at generalisere resultaterne til resten af året, sådan som Porteous og Colston gør. Og der kan yderligere argumenteres for, at det er problematisk at sammenligne data indsamlet over sommerperioden med data indsamlet i efteråret, sådan som Falchikov gør. Vores data er indsamlet på samme tid af året i alle seks punktnedslag.

Det er også muligt, at forskelle i mediestystemerne spiller en rolle: Både Porteous og Colston (1980) og Falchikov (1986) indsamlede deres materiale i en britisk kontekst. Det vil ifølge Hallin og Mancini (2004) sige, at data er indsamlet fra nyhedsmedier under „den liberale model“. Vores data er indsamlet fra danske aviser, som kan siges at tilhøre „den demokratiske korporativistiske model“, hvor såvel det politiske system som markedsmekanismerne er forskellige. Yderligere kan forskelle i graden af tabloidisering mellem danske og britiske medier forklare en del af forskellen (Esser 1999).

## NOTER

- \* Vi ønsker at især at takke studentermedhjælperne Therese Dyrby, Julie Nørrelund, Bo Jessen, Kristian D. Knudsen og Saba Khalaj for assistance i forbindelse med dataindsamling og kodning, samt vore kolleger Christian Elmelund-Præstekær og David Nicolas Hopmann for hjælp og nyttige kommentarer til tidligere versioner af artiklen.
1. Herved bliver det nære slægtskab mellem medieforskningen i framing og social psykologernes arbejde med stereotyper klart: Eksempelvis hævder Stangor og Schaller (Stangor and Schaller 2000:64), at stereotyper er det materiale som samfundet er vævet af: Stereotyperne deles af individerne inden for en given kulturkreds. De udgør en slags fælles informationsbase som alle i kulturkredsen refererer til (Stangor and Schaller 2000:68). Tilsvarende hævder Hinton, at ste-

reotyper er en slags kognitive mønstre, som gør tænkning “quick and easy” (Hinton 2000:22-23).

2. Vi finder yderligere støtte for at studiet af framing og af stereotyper er nært beslægtede hos Entmann, der i hans hyppigt citerede artikel fra 1993 oplister fem faktorer, som han mener, bør indgå i analyser af mediernes fortælle-mæssige rammer. En af disse er stereotyper (Entman 1993:53). Entman definerer stereotype som ‘mentally stored clusters of ideas that guide the individuals’ processing of information’ (Entman 1993:53). De fire øvrige kategorier er “certain keywords, stock phrases, stereotyped images, sources of information and sentences that provide thematically reinforcing clusters of facts or judgements” (Entman 1993:52)
3. I nogle af undersøgelserne bruges begrebet ‘image’ som synonym for stereotype (e.g. Porteous and Colston 1980; Falchikov 1986; Wyn 2005)
4. Det skyldes en antagelse om, at der ikke er særlige årligt tilbagevendende begivenheder i den uge, som kan påvirke nyhedsstrømmen. Valget af nyhedsugen er imidlertid ikke uproblematisk. For det første er antagelsen om gennemsnitlighed stort set ubegrundet. For det andet indeholder brugen af nyhedsugen den ubegrundede og ofte usagte antagelse, at man ved analyse af én uge kan udtale sig generelt om alle uger i det pågældende år. Alligevel anvendes „nyhedsugen“ i dette projekt i mangel af bedre. Det skal dog bemærkes, at også andre perioder er blevet anvendt i beslægtede undersøgelser. Pedersen & Horst (2000) anvender perioden fra den 1.-7. februar i tre punktnedslagsår for at dække udviklingen i den politiske journalistik fra 1958 til 1998. Albæk et al. (2002) anvender 15. januar til 14. februar i tiårsintervaller i en analyse af dagbladenes brug af ekspertkilder.
5. Svarende til FNs definition af unge. <http://www.un.org/esa/soc-dev/unyin/qanda.htm#1>, 24. september, 2007
6. McManus’s (2002) konkluderer, at ca. 14 % af nyhedsartiklerne omhandler unge. Vi har ikke optalt samtlige artikler, men vi mener, at tallet for de danske aviser næppe adskiller sig signifikant herfra.
7. Se [http://www.db.dk/binaries/polinfoclassic\\_2001.doc](http://www.db.dk/binaries/polinfoclassic_2001.doc). Vi har dog kun benyttet emneordslistens øverste niveau og kun indekseret med en enkelt term pr. artikel
8. Kodearket kan ses på [https://e-learn.sdu.dk/bbcswebdav/orgs/bbc\\_omm477/Tekster/Diverse\\_faelles\\_dok](https://e-learn.sdu.dk/bbcswebdav/orgs/bbc_omm477/Tekster/Diverse_faelles_dok)

9. Datafilen kan downloades fra [https://e-learn.sdu.dk/bbcswebdav/orgs/bbcomm477/SPSS\\_filer](https://e-learn.sdu.dk/bbcswebdav/orgs/bbcomm477/SPSS_filer)

## ANVENDT LITTERATUR

- Amundson, D. R., L. S. Lichter, et al. (2005). What's The Matter With Kids Today – Television Coverage of Adolescents in America. Washington, Frameworks Institute.
- Aubrun, A. and J. Grady (2000). Aliens in the Living Room: How TV Shapes Our Understanding of “Teens”. Washington, Frameworks Institute.
- Bleakney, A., M. Hennessy, et al. (2008). “It works both Ways: Teh Relationship between Exposure to Sexual Content in the Media and Adolescent Sexual Behaviour.” *Media Psychology* 11(1): 443-461.
- Casas, M. C. and T. L. Dixon (2003). The impact of stereotypical and Counter-stereotypical News on Viewer Perception of Blacks and Latinos. An Explorative Study. *A companion to media studies*. A. N. Valdivia. Oxford, Blackwell: 480-492.
- Covert, J. J. and T. L. Dixon (2008). “A changing view – Representation and effects of the portrayal of women of color in mainstream women’s magazines.” *Communication Research* 35(2): 232-256.
- Devine, P. G. and A. J. Elliott (2000). Are Racial Stereotypes Really Fading? The Princeton Trilogy Revisited. *Stereotypes and Prejudice*. C. Stangor. Philadelphia, Psychology Press: 86-100.
- Devlin, M. (2000). Representations of Youth in Ireland. *Department of Sociology*. Maynooth, National University of Ireland. Ph.D.
- Dixon, T. L. and K. B. Maddox (2005). “Skin tone, crime news, and social reality judgments: Priming the stereotype of the dark and dangerous black criminal.” *Journal of Applied Social Psychology* 35(8): 1555-1570.
- Donovan, R. J. and S. Leivers (1993). “Using Paid Advertising to Modify Racial Stereotype Beliefs.” *Public Opinion Quarterly* 57(2): 205-218.
- Entman, R. M. (1993). “Framing – toward Clarification of a Fractured Paradigm.” *Journal of Communication* 43(4): 51-58.
- Esser, F. (1999). “‘Tabloidization’ of News: A Comparative Analysis of Anglo-American and German Press Journalism.” *European Journal of Communication* 14: 291.
- Falchikov, N. (1986). “Images of adolescence: an investigation into the accuracy of the image of adolescence constructed by British newspapers.” *Journal of Adolescence* 9(2): 167-180.

- Gamson, W. A. and A. Modigliani (1989). "Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionists Approach." *The American Journal of Sociology* 95(1): 1-37.
- Gitlin, T. (1980). *The Whole World Is Watching – mass media in the making & unmaking of the new left*. Los Angeles, University of California Press.
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis – An Essay on the Organization of Experience*. New York, Harper Colophon Books.
- Gorham, B. W. (2006). "News media's relationship with stereotyping: The linguistic intergroup bias in response to crime news." *Journal of Communication* 56(2): 289-308.
- Hallin, D. C. and P. Mancini (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Heintz-Knowles, K. E. (2000). *Images of Youth: A content Analysis of Adolescents In Prime-Time Entertainment Programming*. Washington, Frameworks Institute.
- Hinton, P. R. (2000). *Stereotypes, cognition and culture*. Hove, Psychology Press.
- Hurtz, W. and K. Durkin (2004). "The effects of gender-stereotyped radio commercials." *Journal of Applied Social Psychology* 34(9): 1974-1992.
- Kite, M. E. and L. S. Wagner (2002). *Attitudes toward Older Adults. Ageism*. T. D. Nelson. Cambridge, MIT Press: 129-161.
- Lund, A. B., Ed. (2000). *Først med det sidste – en nyhedsuge i Danmark*. Århus, Ajour.
- Lund, A. B. (2002). *Den redigerende magt*. Århus, Århus Universitetsforlag.
- Mazzarella, S. R. (2003). *Constructing Youth. A companion to media studies*. A. N. Valdivia. Oxford, Blackwell: 227-246.
- McManus, J. (2002). "Youth Violence Stories Focus On Events, Not Causes." *Newspaper Research Journal* 23(4): 6-19.
- Nichols, S. L. T. L. G. (2004). *America's Teenagers: Myths and Realities: Media Images, Schooling, and the Social Costs of Careless Indifference*. Mahwah, NJ, Lawrence Erlbaum Associates, Inc.,.
- Paterson, B. (2006). "Newspaper representations of mental illness and the impact of the reporting of 'events' on social policy: the 'framing' of Isabel Schwarz and Jonathan Zito." *Journal of Psychiatric and Mental Health Nursing* 13(3): 294-300.
- Petersen, J. H. (2003). "Lippmann Revisited." *Journalism* 4(2): 249-259.

- Porteous, M. A. and N. J. Colston (1980). "How adolescents are reported in the British Press." *Journal of Adolescence* 3(3): 197-207.
- Ramasubramanian, S. (2007). "Media-based strategies to reduce racial stereotypes activated by news stories." *Journalism & Mass Communication Quarterly* 84(2): 249-264.
- Scheufele, D. A. and D. Tewksbury (2007). "Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models." *Journal of Communication* 57: 9-20.
- Schulz, W. and R. Zeh (2005). "The Changing Election Coverage of German Television. A Content Analysis: 1990-2002." *Communications* 30: 385-407.
- Semetko, H. A. and P. M. Valkenburg (2000). "Framing European Politics: A Content Analysis of Press and Television News." *Journal of Communication* 50(2): 93-109.
- Slater, M. D. (2007). "Reinforcing Spirals: The Mutual Influence of Media Selectivity on Individual Behaviour and Social Identity." *Communication Theory* 17: 281-303.
- Stangor, C., Ed. (2000). *Stereotypes and Prejudice*. Philadelphia, Psychology Press.
- Stangor, C. and M. Schaller (2000). Stereotypes as individual and Collective Representations. *Stereotypes and Prejudice*. C. Stangor. Philadelphia, Psychology Press.
- Stensaas, H. S. (1961). "The front page teenager: How 111 dailies treat him." *Journalism Quarterly* 38: 373-375.
- Tajfel, H. and J. P. Forgas (2000). Social Categorization: Cognitions, Values and Groups. *Stereotypes and Prejudice*. C. Stangor. Maryland, Psychology press.
- Thompson, K. (1998). *Moral Panic*. London, Routledge.
- Welch, M., Eric A. Price, Nana Yankey (2002). "Moral Panic Over Youth Violence: Wilding and the Manufacture of Menace in the Media." *Youth & Society* 34(1): 3-30.
- Wien, C. (2005). *Ældre billedet i medierne gennem 50 år. En undersøgelse af ældrestereotyper i dagbladene fra 1953 til 2003*. Odense, Syddansk Universitetsforlag.
- Wyn, J. (2005). "Youth in the Media: Adult stereotypes of young people", in A. Williams and C. Thurlow, (Eds). *Communication in Adolescence: Perspectives on Language and Social Interaction in the Teenage Years*, Peter Lang: New York.

# English Abstracts

## **Media representations of youth over 50 years: A content analysis of Danish newspapers from 1953 to 2003**

**CHARLOTTE WIEN AND KLAUS LEVINSEN**

The modern mass media affects how we perceive and understand the youth; and previous international studies have shown that the media mostly conveys a negative image of young people. Based on a quantitative content analysis, this article examines how young people are presented in a selection of Danish newspapers over the past 50 years. Our study shows that crime, culture and sports are the most frequent topics in the newspapers relating to young people, but the study could not confirm the existence of a dominant negative bias in the newspaper stories. This could neither be confirmed in relation to the study of contemporary media coverage (2003) or in the examination of the long-term perspective (1953-2003). Quite the contrary, our data reveals a trend towards more and more neutral journalistic descriptions of young people, and a tendency to quote young people in newspaper articles.