

finansierer altså resten. Hvordan erhvervslivet ser på sagen, meldes der ikke meget om. Teksterne kan gennemarbejdes af eleverne og bruges som oplæg til stillingtagen, også med hensyn til spørgsmålet: H v i s reklamer - hvordan så? Disse overvejelser er ikke mindst væsentlige for alle os, der aldrig har stiftet bekendtskab med et reklame-financieret fjernsyn og kun kan drage paralleller til biffens underholdende for-reklamer. Forfatterne viser her, hvordan reklamepengene kan få indflydelse på hele programfladen, hvis den politiske styring går tabt og markedsmekanismerne får frit spil som i USA. Hele reklame-spørgsmålet kræver derfor en politisk stillingtagen, som kan være spændende at oparbejde i en gymnasieklasse, (spørgsmålet om hvilket fag vil jeg lade ligge).

Afsnittet om satelitterne over Europa sætter diskussionen for og imod reklamer i tv ind i et helt andet perspektiv. Teknikkens muligheder - lige over hovedet på os - kan bringe 'amerikanske tv-tilstande' i Europa. (Disse tilstande er skildret meget oplysende i første afsnit). Hermed rejses større og mere vidtgående spørgsmål, ikke længere kun om antallet af reklame-min. pr. dag, men om livsmønster, bevarelse af national kulturarv og vort fremtidige liv i det hele taget. Et godt udgangspunkt for diskussioner om fremtidsvisioner, som det ville være frugtbart at sætte i sammenhæng med teknologidiskussionerne, der udfolder sig i gymnasiernes EDB-kurser i 1.g.

Diskussionen om reklame-tv i Danmark opsummeres kort og gengiver de politiske partiers holdning (anno 1984), suppleret med opinionsundersøgelser. - Et tilpas broget udbud til at befordre de-

bat og stillingtagen - og måske forslag til alternativer?

Herefter går forfatterne igang med at behandle tv-reklamen analytisk - hvorfor betragtes mediet som et godt salgsværktøj, hvorved adskiller det sig fra trykte medier, hvorfor er erhvervslivet så forhåbende på at udvide deres påvirkningsmuligheder til netop tv?

Hvem kommer til at betale prisen for tv-reklamerne er næste afsnits emne. Hæftet kommer her på små to sider langt omkring og slutter af med to synspunkter:

Selvfølgelig skal vi have reklame-tv i Danmark af Nørmark og Imod reklame-tv i Danmark af Sepstrup.

Som det ses af ovenstående kommer de to for-og-imod-forfattere ind på mange aspekter på få sider, og hæftet kan anbefales som "skelet" til en undervisning, hvadenten reklame-tv kommer ind som underemne i Massemedieundervisning - eller skal optræde som selvstændigt emne i dansk- eller samfundsfagsundervisningen. Hæftet er naturligvis ikke nogen lærebog - ej heller tænkt som sådan, men netop 'skelettet'. Med de mange oplysninger er det anvendeligt for en underviser, der forinden har brugt tid på at sætte sig ind i baggrundslitteraturen, og her kan specielt nævnes: På vej mod TV-reklame i Danmark, (indlæg fra seminar om tv-reklamens kommercielle og sociale effekter), Civil økonomernes forlag A/S, 1985, (257 s., kr. 245,-). Enkelte af denne bogs afsnit kan bruges direkte til eleverne, dog er bogen generelt ikke brugbar som lærebog, men som lærerens bog.

Vil man beskæftige sig med tv-reklamer som analyseobjekt, er det nødvendigt at henvise til andet supplerende materiale med analysemodeller inspireret af filmanalysen. En mere udførlig litteraturliste vil det føre for vidt at opremse her, da beskæftigelsen med tv-reklame har mange indfaldsvinkler.

Gregers Friisberg:

Kommunikation og medier.

Forlaget Samfundsfagsnyt,

april 1985. Vejl. uds.

pris kr. 92,90. Medl.pris

kr. 65,-.

Anmeldt af: Flemming Gräs,  
adjunkt ved Horsens Forberedelseskursus.

Massekommunikation og Medier hedder en ny bog af Gregers Friisberg, der i dette forår er udkommet på Samfundsfagsnyt - samfundsfagslærernes eget forlag.

Friisberg når langt rundt om et stort emne på de 200 sider bogen indeholder - fra den grundlæggende perceptionspsykologi, over nyhedsformidling i radio og TV, Freud og Marcuse til den nye mediepolitiske diskussion i 80'erne - for blot at nævne nogle af bogens mange emner.

Så bogen spænder vidt, men det er begrænset hvor mange nye synspunkter der er at hente her. Men som forfatteren skriver i forordet 'er der samlet noget materiale, som man ellers skulle læse sig til i flere bøger'. Og det er godt for lærere i gymnasiet og på HF-kurser, der er træt af fotokopieringsmaskiner og sparsomme bogkonti. For bogen er i første række beregnet på undervisning i gymnasiet og på enkeltfagskurser, hvor der er tale om nyt stof.

Bogens 8 kapitler lægger da også op til elevernes aktive deltagelse med forslag til en række øvelser efter hvert afsnit. F.eks. når tanken om 'at det set afhænger af øjnene der ser' skal formidles, kan eleverne få lov at lave artikler fra et nyhedstelegram eller lade en god Sandemose historie genfortælles i flere

led - og så se hvad der sker. En illustrativ måde at vise selektions problematikken på. Eller de kan få lov at lege med skolens videoudstyr - rollespil omkring optagelse af en 'rigtig' TV-avis.

Et kapitel om Freud, Marcuse og narcissismeteorologi udgør et af bogens tungere teori-afsnit. På imponerende få sider udsættes man her for et bud på det moderne menneskes personlighedsstruktur: 'Begge forældre arbejder som regel. Og så er tiden, hvor kernefamilien kan være sammen, knap. I modsætning til, hvad der gjaldt på Freuds tid, bliver muligheden for udvikling af personligheden, specielt Overjeg'et, gennem kontakt med forældrene, begrænset. Resultatet bliver et voksenindivid, der konstant søger bekræftelse af eget værd.

Den narcissistiske personlighed har et oplevelsesorienteret forhold til omverdenen. Omgivelserne betragtes som midler til at dække egne behov. Medierne bliver et af midlerne til at få dækket disse behov', skriver Friisberg.

Jeg er ikke sikker på at mine 30-årige kvindelige kursister vil købe teorien lige i den form. Friisberg gør da også opmærksom på at 'det selvfølgelig er lidt af en påstand at kalde gennemsnitsdanskere for narcissist -- i mange tilfælde kan nogle af de ting det begrundes med, lige så godt henregnes til faktorer uden for individet'.

Det kan nok ikke anbefales at gennemgå bogen fra a til z. Nogle kapitler kan udelades og andre kan bruges som introduktion til større undervisningsprojekter f.eks. i forbindelse med tværfagligt arbejde mellem psykologi, dansk og samfundsfag.

F.eks. Bernsteins oprindelige sociologiske teorier om arbejderklassens og middelklassens forskellige koder eller Frands Mortensens agentivstrygninger i radioavisen er nok mere interessante set med dansk-lærerens øjne - og i højere grad en

parentes, når samfundsfagslæreren skal undervise i massekommunikation.

Der er fremragende afsnit om de forskellige TV-2 modeller og forsøg med lokal TV. Og nye læsere der vil vide noget om den mediepolitiske diskussion i 80'ernes informationssamfund, kan begynde her.

I det hele taget skriver Friisberg godt, og han forstår at spække bogen med jordnære eksempler, når det bliver rigtigt svært: 'Med udtrykket verdensopinionen henvises der til den fremherskende mening i verden om et eller andet anliggende. Det kan f.eks. være det hvide mindretalsstyre i Sydafrika, som der er almindelig enighed om at afvise. Sådan har den fremherskende mening imidlertid ikke altid været om hvide mindretalsstyrer. Under den imperialistiske periode i det 19. århundrede talte man om 'den hvide mands byrde' i forbindelse med de farvede folkeslag'.

Massekommunikation findes endnu ikke som et selvstændigt fag i Gymnasiet eller på HF, men læseplanerne i Dansk og Samfundsfag giver mulighed for at arbejde med emner indenfor feltet. Og det er sparsomt med lærebøger, der 'kommer omkring det hele', som bogens omslag lover. Det gør den, så Friisbergs sympatiske bog er særdeles velkommen.

