

tese: Har diskriminationen over for piger - som den kommer til udtryk på TV-skærmen - og som den bliver genspejlet i børnenes svar, det positive i sig, at det giver pigerne mulighed for at undgå de værste forbilleder, som drengene udsættes for, hvis de vælger at identificere sig med deres eget køn? Er det dermed i sidste instans drengene, som er "offer" for fjernsynets sexisme? spørger Anna Eriksen-Terzian. At skærmens mandebil leder så ofte er bærere af aggressivitet mener AET er et problem for drengene. Mange - 53% - af de større drenge (13-18 år) afviser at identificere sig med TV-skærmens forbilleder.

Anna Terzian peger på den ambivalens som ligger i samfundet ved, at vi principielt går imod aggressivitet og opdrager børnene til at gøre det, samtidig med at TV-skærmen er fyldt op med aggressive identifikationsmuligheder.

I skoler og institutioner er det primært kvinder, som tager sig af de mindre børn. Det er de kvindelige værdier, som er dominerende. Aggressivitet forkastes - men forsøger drengene så at få det bearbejdet i TV-kiggeriet?

AET's konklusion går på, at det ikke alene er af hensyn til kvindernes/pigernes manglende identifikationsmuligheder, at vi skal arbejde for nogle andre person- og miljøbeskrivelser på TV-skærmen, MEN at det også er af hensyn til drengene, som ifølge Anna Eriksen-Terzian er mere ladt i stikken end pigerne.....

Undersøgelsens resultater, som peger på drengenes undertrykte aggressivitet går i hak med den diskussion som finder sted i øjeblikket vedr. drenge og piger i skolen. Der tænkes her bl.a på Niels Kryger, som i sin bog "De skrappe drenge" fortæller om en gruppe pubertetsdrenge drømme om at blive rigtige mænd - og om det intellektuelle mellemlag, der ikke vil kendes ved drenges drøm om mandigheden, fordi den truer forestillingen om progressivitet og kønsfrigørelse.

I forhold til den del af medieforskningen, som i Danmark og internationalt har beskæftiget sig med kønsaspektet, rejser AET's undersøgelse nogle nye typer af problemstillinger, og den må betragtes som et væsentligt og spændende bidrag til forskningen vedrørende køn og medier.

Søren Kolstrup: Noter om de franske massemedier I og II. (Pré)Publications 113 og 114. Romansk Institut, Århus Universitet 1988. Ialt 100 s., kr. 10,-.

Anmeldt af: Jørgen U. Sand, lektor i fransk ved Roskilde Universitet.

Kendskabet til franske massemedier er ikke særlig udbredt i Danmark. Vi skal f.eks. helt tilbage til 83 for at finde emnet behandlet i dette blad.

Det har lektor Søren Kolstrup sat sig for at råde bod på. I de sidste numre af (Pré)Publications, en skriftserie udgivet af Romansk Institut, Århus Universitet, har Søren Kolstrup skrevet Noter om de franske massemedier, to hæfter på ialt 100 sider.

Som navnet (Pré)Publications og titlen noter antyder er der tale om en uprætentiøs sag, en foreløbig udgave af noget der måske kan blive til en egentlig (lærebog) om emnet. Det er prisværdigt at et større publikum således får mulighed for at drage nytte af den forskning, der foregår på universiteterne, også selv om den måske ikke endnu er helt færdigpudset.

Det er en umulig eller i hvert fald kæmpe opgave, Søren Kolstrup har stillet sig selv: at give en gennemgang af de franske massemedier på 100 sider. Han er selv klar over det, for det betones flere steder, at opgaven er umulig! Alligevel bliver han tappert ved og det er godt, for det er faktisk lykkedes at give en rimeligt udtømmende fremstilling af emnet. Pladsen har ikke tilladt kritiske analyser eller en grundig historisk behandling af emnet, men holder sig i det væsentligste til en fremstilling af fakta, en gennemgang af det strukturelle snarere end af det indholdsmæssige. Indimellem er der klare og præcise karakteristiker og enkelte vurderinger.

Hæfterne gennemgår således mediernes bagland, nemlig de forskellige mediegrupper og deres økonomi, de elektroniske massemedier og den trykte presse. Der er kun meget lidt om det hastigt voksende område, der med en fællesbetegnelse kaldes telematik. Og det er en skam, for på det område er Frankrig takket være en meget målrettet indsats den sidste halve snes år så absolut blandt de førende, ikke blot på grund af Minitels succes, men også takket være de meget spændende og tidlige forsøg i Nantes, Grenoble og Vélizy-området. Men det ville nok kræve et helt nummer for sig selv at redegøre for det.

Hæfterne indledes med en gennemgang af mediegrupperne. Det er vel det afsnit, hvor den valgte synsvinkel, faktafremstilling, er mest oplagt. Læseren får virkelig mange nyttige oplysninger om økonomi (og magt) i medieverdenens underskov. Der er mange gode oversigter over imperiebyggeriet på et område, hvor monopolerne og koncentrationerne i stadigt stigende grad får overtaget. Den i medierne så meget omtalte Hersant er jo kun en mellemstor dværg sammenlignet med Hachette. Området er stort og med mange løse ender. Dem skal Søren Kolstrup dog ikke lastes for. Der sker hele tiden ændringer og tallene er ikke altid lige tilgængelige, selv om

det vel nok skulle være muligt at finde nogle nyere end Pierre Alberts fra 1983. Derimod synes jeg nok, at Søren Kolstrup stedvis forudsætter meget af sine læsere, der iflg. s. 6 især tænkes at være førsteårsstuderende. Det forudsættes uden videre at man f.eks. ved, hvad PIB (s.6) og UBI (s.13) er, ligesom forskellen mellem en kommunikationssatellit og en DBS satellit formodes at være kendt. En konsekvent gengivelse af forkortelser ville have været nyttig, ligesom et indeks ikke blot her, men også i de øvrige afsnit ville have øget hæfternes praktiske brugsværdi betydeligt.

Afsnittet om de elektroniske massemedier indeholder foruden nogle korte generelle betragtninger om fjernsyn og magt en gennemgang af de enkelte fjernsynskanaler og de vigtigste radiostationer. Det er nyttig viden læseren her præsenteres for: siden 84 er der alene kommet 5 nye TV-kanaler til. Man lærer selvsagt kun en TV-kanal at kende ved at se den, men efter Søren Kolstrups gennemgang (bilagt programoversigter) er man godt rustet til at gå i gang. Det er, karakteristisk nok, den ældste af de "nye", Canal Plus, der synes at klare sig bedst (dvs. økonomisk og mht. seertal) på en programflade af film og sport.

Søren Kolstrup går også i gang med det oplagte emne: fransk fjernsyn sammenlignet med det danske. Her kan man beklage at pladsen ikke har tilladt ham at gå mere i dybden. Det er oplagt, at fransk fjernsyn er mere personfikseret end det danske, men antallet af overgange pr. minut i franske TV-aviser forekommer at være mindre afgørende. Derimod er franske TV-aviser (og måske fransk journalistik i almindelighed) langt mere præget af kommentarer end af reportage. Dette forhold har ført til at TV-aviserne i langt højere grad end i den angelsaksiske og danske del af verden er præget af mikrofonholderjournalistik. F.eks. refereres og kommenteres officielle synspunkter snarere end at

de gøres til genstand for kritisk analyse og vurdering. Det er et interessant spørgsmål i hvor høj grad denne holdning (som måske er mindre udtalt efter privatiseringens hårde konkurrence om høje seertal har sat sit præg på udsendelserne) hænger sammen med et andet vigtigt træk ved fransk fjernsyn: Statens styring af medierne, eller med Pompidou's berømte ord: "Fjernsynet er Frankrigs stemme". En holdning, der går ud fra den grundlæggende antagelse, at der er sammenfald mellem statens og befolkningens interesser. Der er iflg. denne opfattelse intet odiøst i at "styre" f.eks. nyhedsudsendelser således at de tjener almenvellet bedst. Denne konsensus blev der imidlertid rokket kraftigt ved under begivenhederne, som franskmændene kalder det, i 1968 hvor de ikke statsstyrede periferistationer bragte uensurerede reporter direkte fra begivenhedernes centrum. Hvad der måtte have overlevet af den omtalte konsensus har privatiseringen måske nu gjort det endeligt af med.

Det sidste afsnit om den skrevne presse indeholder ligeledes et væld af nyttige, præcise oplysninger, hvoraf mange, især om provins- og distriktspressen, er helt ukendte på vore breddegrader. Distriktsbladene med et ugentligt oplag på 40 millioner eksemplarer er måske i virkeligheden mere opinionsdannende og et sandere udtryk for noget typisk fransk end den højt besungne Le Monde, der med sine ca. 600.000 eksemplarer må betegnes som yderst elitær.

Igen må man beklage at pladsen ikke har tilladt dybere analyse eller karakteristikker. Den der ikke i forvejen kender f.eks. Libération bliver ikke væsentligt klogere ved at få at vide at Libération foretager en klar selektion af nyhedsstoffet, når der ikke oplyses hvilken.

Hæfterne er så vidt vides den første og foreløbig eneste samlede fremstilling af emnet på dansk. De enkelte detailindvendinger der kan anføres,

kan på ingen måde overskygge det faktum, at der er tale om et særdeles værdifuldt arbejde. Noter... fortjener at blive kendt ud over den primære målgruppe og vil være et nyttigt arbejdsredskab for den, der vil arbejde med de franske massemedier. Den bliver forhåbentlig til en egentlig publikation, som man kunne ønske sig udvidet til det dobbelte. Derved kunne der blive mere plads til behandling af det der i sidste instans gør det interessant at beskæftige sig med massemedierne, nemlig indholdet.

# MedieKultur

## Tidligere numre:

- Nr. 1      Medieundervisning i gymnasier (udsolgt)
- Nr. 2      Medieforskningen og informatikken
- Nr. 3      TV-æstetik
- Nr. 4      Women & Electronic Mass Media  
            (engelsk udgave)
- Nr. 5      TV under internationalisering
- Nr. 6      Medieundervisning
- Nr. 7      Receptionsforskning i Danmark (udsolgt)
- Nr. 8      TV-produktionsanalyse
- Nr. 9      En ny TV-kultur?

Bortset fra nr. 1 og nr. 7, der er udsolgt, kan alle tidligere numre af MedieKultur endnu fås.

Kr. 75,- for enkelte eksemplarer. Kr. 130,- for 2 eksemplarer, og kr. 50,- pr. stk. ved køb af mere end 5 eksemplarer i samme bestilling.

Ved køb af classesæt (dvs. over 10 eksemplarer af samme nummer) kan der opnås yderligere rabat efter særlig aftale. Se gironr. og telefon forrest i bladet.