

Bruno Ingemann: *Fotografiet under pres. Mellem realisme og konstruktion*, Roskilde Universitetsforlag, 1996, 192 sider, 225 kr.

Der er efterhånden kommet en del danske bøger, der beskæftiger sig med fotografiet, f.eks. Henrik Saxgrens bøger om dokumentar-fotografiet og Helle Sandbyes bog om kunsthøfotografiets aktuelle udvikling i *Det iscenesatte fotografi*. Der er tillige kommet bøger om familiefotografi, historiske billeder m.m. Men få forskere eller kritikere herhjemme har beskæftiget sig med fotografiets »rugbrøds-genre«, pressefotografiet, der vel er den mest udbredte fotogenre.

Bruno Ingemann forsøger i sin nye bog at udbedre denne mangel. I *Fotografiet under pres* prøver han både at diskutere avis- og pressefotografiets aktuelle udvikling og sætte fotografiet ind i en bredere æstetisk og erkendelsesteoretisk sammenhæng. Den erklærede hensigt er »at analysere konventionerne omkring brugen af pressefotografiet og forsøge at opstille en ramme for en bedre forståelse af, hvordan pressefotografiet er med til at konstruere virkeligheden« (s.12). Den centrale diskussion går først og fremmest på pressefotografiets fordring på sandhed, objektivitet og reference til virkeligheden. En diskussion, der ikke mindst er blevet aktualiseret af de nye muligheder for elektronisk manipulation med fotografiet.

Bogens argument er bygget op omkring tallet »fire«: der præsenteres fire forskellige erkendelsesteoretiske positioner til forståelse af pressefotografiet; fire forskellige tilskuerpositioner eller »blikke« på pressefotografiet og endelig fire forskellige formidlingsstrategier for billedmageren.

Spørgsmålet om fotografiets realitetsstatus belyses ud fra fire skoler: den naturalistiske, den kontekstualistiske, den relativistiske og den konstruktivistiske position. Ingemann giver en loyal udlægning af hver af de fire tilgange til at forstå fotografiet, omend man aldrig lades i tvivl om, at han selv er tilhænger af de mere relativistiske og konstruktivistiske tilgange. Den naturalistiske position, der ligger tæt op ad common sense-opfattelsen, fastholder, at fotografiet afbilder virkeligheden og kan gøre krav på objektivitet. Fotografiets fysisk-kemisk baserede relation til virkeligheden er det, der inden for denne position gør fotografiet til et sandhedsvidne.

Kontekstualismen, relativismen og konstruktivismen udgør alle – i Ingemanns gennemgang – forskellige grader af modifikation af den naturalistiske position. Kontekstualismen, der i Ingemanns fremstilling repræsenteres af Søren Kjøl-

rup, afviser, at fotografiets referentielle egenskaber giver det større sandhedsværdi end andre sproglige tegn. Men kontekstualismen opgiver ikke spørgsmålet om troværdighed; et fotografi kan være troværdigt, men troværdigheden afhænger af den samlede tekstlige meddelelse (billedtekst, overskrift, artikel o.lign.) og den sociale kontekst, hvori den fotografiske meddelelse fremsættes. Den relativistiske og konstruktivistiske position er begge mere radikale, i og med de sætter spørgsmålstegn ved selve relevansen af at skelne mellem sandt og falsk, mellem fakta og fiktion. I stedet sætter de den subjektive og intersubjektive skabelse af mening i højsædet.

Parallelt med disse fire erkendelsespositioner finder man fire billedlæsestrategier: Det »låste blik«, der naivt opfatter billedet som et vindue til den virkelige verden, som en forlængelse af sansesapparatet. Det »pragmatiske blik« interesserer sig for brugsværdien i billederne, hvordan de kan give modtageren genkendelige erfaringer om verden. Det »åbnende blik« fokuserer på billedet som en æstetisk erfaring i sig selv; billedet læses på dets egne betingelser, der dog ikke skal forstås som dets umiddelbare referentielle henvisning, men som dets indre udtryksmæssige organisering. Det »spejlende blik« bruger billedet til at få information om modtageren selv, til at skærpe egenidentiteten gennem en afsøgning af selvets personlige erfaringer i billedet; sagt på en anden måde, er det et blik, der søger efter Barthes' punktumeffekt.

Den »konventionelle strategi« står umiddelbart til rådighed for pressefotografen som billedmager: Det er realistiske billeder taget langs den slagne landevej. Skal man illustrere en artikel om sygehuse, tager man et billede af sygehuse eller læger og sygeplejersker osv. Den »hyperrealistiske strategi« er ovre i det konceptuelle fotografi, men fastholder – som retorisk kneb – at illusionen om realisme ikke må brydes. Det er ofte konstruerede billeder, der benævnes modelfoto. Den »intentionelle strategi« går ud på at lave et pågående og entydigt symbolsk billede; intentionen er at skabe følelser, holdninger og værdier i forhold til sagen. Endelig er der den »ekspressionistiske strategi«, der ikke vil fortælle ét budskab, men snarere vække til eftertanke både holdnings- og følelsesmæssigt i forhold til emnet. Den ekspressionistiske billedmager vil tale til maven snarere end til hjernen.

Trods emnets sværhedsgrad er Ingemanns fremstilling gennemgående let at gå til, godt støttet af bogens billeder og lay-out, der ikke blot illustrerer, men aktivt støtter tekstens argument.

Ingemann har en flydende, til tider personligt be- kendende og poetisk pen, der nogle steder virker velmotiveret, men andre steder er mere suggestivt besnærende end oplysende for problemstillingen. Der er flere steder med retorisk »overkill«; f.eks. lykkes det på blot én side at forkynde fotografiets uddrivelse fra paradiset mere end fire gange: »det autentiske fotografi er gået tabt«, »der er ingen absolut sandhed længere i det dokumentariske foto- grafi«, »Fotografiet er frigjort fra repræsenta- tionens byrde«, »Fotografiets uskyld er tabt« osv. (s.169).

Ingemann behandler også nye tendenser i pressefotografiet, hvor han bl.a. peger på den øgede påvirkning fra på den ene side reklamefo- tografiet, på den anden side kunstfotografiet. Her har han flere spændende iagttagelser og idéer, ike kun om fotografierne, men også om fotogra- fers arbejde og selvforståelse. Der er tillige oplæg til en diskussion af unges brug af billeder og krav til avisen. Efter min smag kunne denne del af bo- gen godt have fyldt meget mere; til gengæld kunne nogle af gentagelserne om fotografiets mang- lende autenticitet være blevet strøget.

De fire erkendelsespositioner, læsertilgange og formidlingsstrategier giver et udemærket over- blik, men man savner en redegørelse for sammen- hængen mellem dem. Ingemann siger selv, at de ikke hænger snævert sammen; eksempelvis kan et billede skabt efter den konventionelle strategi give anledning til flere forskellige læsestrategier. Men ligheden mellem f.eks. den kontekstualis- tiske erkendelsesposition, det pragmatiske blik og den hyperrealistiske formidlingsstrategi er for slående til at det bare er et tilfælde. Her var der eksempelvis behov for en mere udfoldet teoretisk diskussion af forholdet mellem formidlingsstrati- gi og læsestrategier.

Selvom Ingemann bruger megen plads på kri- tikken af fotografiets dokumentariske sandhed, får han ikke rigtig fat om nældens rod, dybest set fordi han stiller sig selv en for let opgave. I sin fremstilling gør han det traditionelle presse- og avisfotografi til en for entydig størrelse, der er sy- nonym med naiv realisme og dokumentarisme. Han kommer ikke ind på, at avisens fotografier typisk – numerisk set sikkert helt overvejende – tjener andre funktioner end den dokumentariske funktion; også det journalistiske nyhedsstof led- sages af mange illustrative billeder, som få jour- nalister og fotografer, hvis de blev gået på klin- gen, ville hævde tjente til at dokumentere noget i nogen mere stærk betydning af ordet. Og så er der hele stakken af avistillæg, hvis servicejournalistik er plastret til med billeder om hus og have, bilen

og båden, rejser, madopskrifter og kultur. Disse avisfotografier tjener åbenlyst æstetisk-dekorative og pædagogiske funktioner og er et vidnesbyrd om, at den såkaldt konventionelle billedstrategi allerede er blevet mere mangefacetteret, end In- gemanns fremstilling lader skinne igennem. Sagt på en anden måde tager Ingemanns kritik snarere udgangspunkt i pressens officielle tænkning omkring fotografi (søndagstalerne til det doku- mentariske fotografis pris) fremfor i avisernes fak- tiske billedpraksis'er.

Når det gælder den centrale diskussion om fo- tografiets reference til virkeligheden, gi'r han sig selv let spil ved at gøre modparten synonym med den mest naive og ortodokse tro på fotografisk sandhedsværdi: enten tror man på en simpel en- til-en relation mellem virkelighed og billedrepræ- sentation, eller også er den fotografiske sandhed død og begravet. Men nissen er ikke sådan at affi- ve, og indimellem hopper den frem og spiller puds med Ingemanns eget argument. F.eks. når han behandler Robert Capas berømte billede fra den spanske borgerkrig af en republikansk sol- dat, som man ser falde for et skud. Billedet er si- den blevet afsløret som en rekonstruktion; man har nemlig siden fundet »Capas negativer og på dem kan man se, at den døde mand findes på de følgende negativer i lignende situationer. Den døde mand blev altså ikke skudt i det øjeblik overhovedet« (s.71), konkluderer Ingemann og bruger det som et argument for fotografiets pro- blematiske referentielle funktion. Men hvordan kan han konkludere sådan ud fra fundet af nogle negativer, når han samtidig mener, at »Det foto- grafiske negativ er ikke længere urørligt« (p.169). Ingemann må alligevel, selv når han argumente- rer for mere relativistiske og konstruktivistiske synspunkter, tro, at et negativ kan bruges til at do- kumentere en sandhed om fortiden; i dette til- fælde bruges negativet som et bevis på, at Capas billede var rekonstrueret.

En del af problemet er, at Ingemann bygger noget af sit argument op på en kritik af dem, der tror, at fotografiets tekniske egenskaber i sig selv skaber objektivitet og sandhed. Når billedet så teknisk bliver let at manipulere med, er det defini- tivt forbi med dette tankesæt, lyder argumentet. Men en avis' troværdighed bygger hverken i tek- stens eller billedets tilfælde på tekniske egenska- ber, men på den journalistiske praksis' hæderlig- hed. Ingemann er inde på denne tankegang i sin diskussion af den pragmatiske position, men den pragmatisk-sociologiske dimension, der for mig at se kunne åbne op for en teoretisk velbegrundet mulighed for at tale om fotografisk troværdighed,

slippes for hurtigt og drukner i den stadige proklamering af den absolutte sandheds død.

Trods sine teoretiske mangler rummer *Fotografiet under pres* mange gode iagttagelser og diskussioner om forholdet mellem fotografi, æstetik og virkelighed. Bogens styrke er dens lettilgængelige præsentation af forskellige formidlings- og læsestrategier. Den råber sine steder på modsigelse, men det er jo heller ikke det værste, en bog kan gøre.

Stig Hjarvard,
lektor,

Institut for Film- og Medievidenskab,
Københavns Universitet.

Finn Frandsen (red.): *Medierne og sproget*. Aalborg Universitetsforlag 1996, 181 sider, kr. 175.

Hverken medieforskningen eller sprogforskningen har interesseret sig ret meget for mediesproget som mediesprog, dvs. som et sprog eller rettere en sprogbrug med specifikke karakteristika. Med bl.a. denne motivation blev der i efteråret 1993 afholdt en konference om mediesproget på Handelshøjskolen i Århus. Formålet var »at skabe opmærksomhed om mediernes sprogbrug og belyse de problemstillinger der knytter sig til forskning og undervisning i mediesprog .. ». *Medierne og sproget* indeholder hovedparten af de indlæg der blev holdt på denne konference.

Motivationen er der ikke noget i vejen med. Tværtimod. Og det er derfor med forventning man som læser kaster sig over indholdet, men efter at have læst artiklerne er det ikke i alle henseender forventningerne bliver indfriet. Nok bliver der skabt opmærksomhed om mediesprog, men det er kun i begrænset omfang man kan sige at artiklerne belyser mediesproglige problemstillinger knyttet til forskning og undervisning på de højere uddannelsesinstitutioner. Artiklerne er i hovedsagen analyser af konkrete medieprodukter. Og hvad angår selve fænomenet mediesprog, så loves der i forordet mere end artiklerne holder. Mediesprog er i helt overvejende grad forstået som det sprog man finder i trykte medier. Kun en enkelt artikel beskæftiger sig direkte med sprogbrugen i de elektroniske medier, og det oven i købet med et lidt specielt hjørne, nemlig

tv-tekstning.

Medierne og sproget indledes med en oversigtsartikel over nyere forskning i mediesprog. Fokus er på den angelsaksiske tradition (van Dijk, Bell, Fowler og Fairclough), og artiklen giver et udmærket overblik over hvad denne forskning har rettet sig imod. Dog kunne man have ønsket sig en mere udførlig diskussion af de muligheder og begrænsninger som de forskellige tilgange indebærer, ligesom det kunne have været spændende at se den danske og skandinaviske mere praktiske interesse for mediesprog i dette perspektiv. Det nærmeste man kommer, er i en afsluttende kort artikel hvor sprogopfattelsen inden for journalistik analyseres. Artiklen fokuserer på en væsentlig problemstilling: normer for godt sprog i journalistik, og indeholder en række gode og præcise iagttagelser, men syv sider er for lidt til at emnet rigtigt kan foldes ud, og der sker ingen tilbagekobling til den indledende oversigtsartikel.

Ellers beskæftiger resten af artiklerne sig med konkrete medieprodukter. Tre artikler behandler avisstof. Den første er en analyse af argumentationsmønstre i britiske avisledere. Analysen tager afsæt i en præcisering af hvad ledere typisk gør (fortolker, forudsiger, vurderer, anbefaler), herefter gennemføres en analyse af hvordan to ledere griber deres opgave an navnlig ud fra Toulmans model for praktisk argumentation. Artiklen slutter med nogle væsentlige principielle bemærkninger om lederen som genre, om at lederen er det sted hvor avisen taler direkte til sine læsere, og hvordan avisen derigennem konstruerer et billede af sig selv og sine læsere. Det kunne have været spændende hvis argumentationsanalysen havde haft netop dette som sit udgangspunkt. Det kunne have givet analysen et perspektiv der rakte ud over selve argumentationsanalysen som teori og metode. Den anden 'avis-artikel' demonstrerer hvordan man kan fremanalysere implicite holdninger i en politisk avistekst. De spørgsmål artiklen ønsker at besvare er: Hvordan forholder afsender sig til egne udsagn og til det afsender refererer andre har sagt eller gjort, og hvordan kan man som tekstanalytiker se det? Svarene tager afsæt i en udsigelsesanalyse, og mere konkret i en analyse af betydningsforskellen mellem 'say' og 'tell' som to varianter brugt i forbindelse med referatet, senere også af 'will' og 'would'. Konkret og klart, problemet er blot at det lingvistiske ræsonnement bag den generelle semantiske forskel på 'say' og 'tell', 'will' og 'would' forbliver implicit, og det svækker ræsonnementet for den ikke-indforståede læser. Desuden skæmmes artiklen af en del korrekturfejl. Den tredje ar-

tikel fokuserer på sprog- og genrenormering på avisredaktionen. Denne gang med udgangspunkt i to nyhedsartikler om samme begivenhed i to forskellige svenske aviser. Formålet er at undersøge hvordan de redaktionelle normer sætter sig igennem i form af redaktørens rettelser i journalisternes manuskripter, og i artiklen vises det helt konkret hvordan rettelserne er foretaget. I sig selv ganske spændende at se, og det fremgår klart at det er udtryk for en meget forenklet opfattelse at tro at redaktører nøjes med at klippe nedefra, sådan som det ofte siges. Artiklen er oprindelig skrevet på svensk, men oversættelsen lader noget tilbage at ønske. Der er en del svecismer undervejs, og enkelte udtryk er ikke oversat til det relevante danske udtryk (fx en 'redigerer' i stedet for 'redaktør').

De tre øvrige artikler udvider perspektivet til at omfatte både tekst og billeder. Den første beskæftiger sig således med valgplakaten som politisk kommunikation. En pointe i artiklen er at valgplakaten synes at udvikle sig parallelt med reklamen fra mere produktorienterede budskaber til mere person- og segmentorienterede. Og artiklen viser hvordan argumentationsformen bevæger sig fra det eksplicite til mere implicite former. Artiklen indeholder gode eksempler, men de eksempler der bruges mest plads på mangler desværre, ligesom artiklen indeholder udsagn af typen »Det er den mest irriterende type valgplakater...« »Plakater af denne type er sjældent særligt interessante«, udsagn som siger mere om afsenderen end om materialet. Den anden artikel giver en grundig og spændende analyse af en firmabrochure, en analyse der viser hvor langt man kan nå og hvor godt man kan underbygge sine analytiske pointer med en tæt sproglig analyse baseret på tekstlingvistik, argumentations- og

kommunikationsanalytiske begreber. Artiklen giver også en spændende analyse af forholdet mellem tekst og billede, hvor det udfoldes hvordan tekst er flere ting afhængig af funktion og layoutmæssig placering. Den sidste artikel drejer sig om tv-tekstning – en noget overset teksttype, men ikke desto mindre ifølge artiklen faktisk den teksttype vi bruger mest tid på i Danmark, mere end aviser, bøger og blade. Måske bogens mest spændende artikel. Den indeholder således et kort historisk afsnit med afsæt i stumfilmens mellemtekster, fortæller præcist og detaljeret om forskellige former for dubbing og tekstning, og om hvorfor nogle lande dubber, mens andre tekster de udenlandske film. Artiklen slutter med nogle overvejelser over hvordan den nye teknologi giver spændende muligheder for at vælge forskellige former for tekstning, men også hvordan der er risiko for discount-tekstninger som man kan se eksempler på i TV3's programmer. Her betjener man sig af skabelon-tekstning, hvor fx et engelsk program først tekstes til et regionalt 'hovedsprog', fx svensk hos TV3, og derefter til dansk, hvorefter man konsekvent ser 'breakfast' oversat til 'frokost', fordi morgenmad på svensk hedder 'frokost'! Artiklen er en glimrende introduktion til et område der ellers ikke nyder den store bevågenhed fra hverken sprog- eller medieforskere.

Medierne og sproget er en pose blandede bolcher fra et vigtigt men lidt overset hjørne af butikken. Men nogle af bolcherne er mere velformede end andre, og nogle har mere smag end andre.

Ib Poulsen,
lektor,
Institut for Nordisk Filologi,
Københavns Universitet.