

Kirsten Drotner: *Disney i Danmark. At vokse op med en global medie-gigant*. København: Høst & Søn, 2003, 207 sider, 249 kr.

“Det er jo det med Disney, de er hele vejen rundt. De kan klæde et menneske fuldstændig på”. Udsagnet stammer fra 30-årige Pia, der interviewes i bogen, og selv om hun konkret refererer til Disneys merchandise i form af hårbånd, undertøj og meget mere, så afspejler hendes udsagn også erkendelsen af Disneys allestedsnærværende karakter både åndeligt og materielt. Disney er ikke alene Anders And blade og tegnefilm, men også tv og legetøj, forlystelsesparker, spillefilm, “gated communities”, forestillinger om hvid jul, familieværdier og hyggestunder med dyner og slikposer – kort sagt Disney er et af verdens største medieselskaber, hvis varemærke og fantasiuniverser har et godt greb om klodens indbyggere fra børn til voksne.

Kirsten Drotners nye bog har til formål at afdække Disney-universets betydning, og her først og fremmest de betydninger, som selskabets medieprodukter skaber hos forbrugerne, og som forbrugerne anvender Disney til at skabe. Undersøgelsen sætter i sagens natur fokus på børns brug af Disney-produkterne, men også forældregenerationen indgår i analysen. Det empiriske omdrejningspunkt er en kvalitativ interviewundersøgelse af 48 børn og deres forældre. For at belyse aldersmæssige forskelle indgår børn i alderen 6-7 år (børnehaveklassealder) og 11-12 år (5. klasse); respondenterne kommer fra henholdsvis København og en middelstor provinsby. Interviewene er gennemført, udskrevet og kodet af 2 forskningsassistenter.

I bogens indledning fremhæves det, at Disneys omfattende og sammensatte karakter – et forhold som benævnes “Disneys kompleksitet” – taler for, at en analyse ideelt set burde favne alle aspekter af Disneys virksomhed og betydning, men de institutionelle dele af Disneys virksomhed (produktionsforhold, globalisering m.m.) udgør i bogen først og fremmest en kontekst for en analyse af et overset område, nemlig *brugernes* perspektiv på Disney. Den hidtidige forskning har enten sat fokus på manden bag koncernen, den legendariske Walt Disney, mediekoncernens historie eller foretaget kritiske analyser af tegneserieprodukterne, som det var tilfældet hos Dorfman og Mattelart

og det danske tegneserieprojekt fra 1970'ernes begyndelse. Nærværende bog drejer sig således om en analyse af “fortællinger af anden grad”, dvs. respondenternes fortællinger om deres oplevelser med “første grads fortællinger”, dvs. Disneys medieprodukter.

Bogens første kapitel giver en kort indføring i Disney-koncernens historie, en fremstilling der først og fremmest trækker på Janet Waskos studie “Understanding Disney – The Manufacture of Fantasy”, men som også præciserer de særegne forhold for Disneys danske historie. Her drejer det sig ikke mindst om Egmont koncernens succes med Anders And bladet, der historisk set har givet danskerne en særlig forkærlighed for den uheldige and, mens andre figurer har spillet en vigtigere rolle andre steder, først og fremmest Mickey Mouse. Den danske Disney-historie har således været usædvanlig på nogle punkter, men fra slutningen af 1980'erne begynder den generelle, dvs. amerikanske udvikling at indhente den danske virkelighed. Set med forældregenerationens øjne udgør denne historie ikke mindst en overgang fra knaphed til overflod: fra en situation hvor Metropols årlige juleshow på Strøget og Disneys Juleshow i tv udgjorde helt særlige begivenheder, man så frem til, og til nutidens situation hvor man nærmest skal gøre en anstrengelse for ikke at blive eksponeret for Disney-produkter. Som bogen fint illustrerer, udgør denne historie også en kilde til en ambivalens fra forældregenerationens side over for Disney, hvor Disney på den ene side er knyttet til positive barndomserindringer, som forældrene gerne vil dele med deres egne børn, men hvor nutidens Disney-produkter på den anden side ikke altid lever op til forældrenes (historisk betingede) opfattelse af, hvad Disney bør være.

Analyserne falder i fire kapitler, hver med sit tematiske omdrejningspunkt: hvad brugerne forbinder med Disney (kap. 2); hvordan børn finder og udtrykker mening i de korte og lange tegnefilm (kap. 3); hvordan børn og voksne får betydning ud af Disneys universer i forhold til deres eget liv (kap. 4), og hvordan Disney indgår i mediebrugen og den sociale kontekst i øvrigt (kap. 5). Som helhed giver kapitlerne et mangefacetteret billede af de forskellige måder, hvorpå Disney er blevet en integreret del af barndommens univers, herunder også forældrenes opfattelse af, hvad der hører sig til en god barndom. Disney er ikke mindst blevet en del af familiens gaveøkonomi, sådan at forældrene giver deres egne gamle Anders And blade videre til børnene, og børnene selv taler om, at

deres ganske omfattende Disney-samlinger af ikke mindst film skal gemmes til deres egne børn. Disney er for voksne en garanti for, at produkterne ikke rummer anstødeligt materiale, som den øvrige mediekultur ellers kan være behæftet med, og dermed har Disney placeret sig som et centralt gaveobjekt, når far og mor skal være ekstra søde ved børnene. Forbrug af Disney-produkter, i særdeleshed film, er blevet en vigtig fælles aktivitet i familien. Disney har endvidere sat en norm for tegnefilms æstetik, hvilket bl.a. indebærer at andre film fejlagtigt kategoriseres som Disney af børnene.

I de mere tekstrelaterede analyser peger analysen bl.a. på, hvordan Disney bliver genstand for forskellige fortolkningsstrategier. Førskolebørnene er mere optaget af de simple narrativer og eksplicite temaer om tryghed og fare, om filmene ender lykkeligt og om familieidyllen genoprettes, hvorimod de lidt ældre børn, og specielt børn af veluddannede forældre, udvikler en mere reflekteret position, hvor eksempelvis forståelse af Disneys udnyttelse af tegneseriemediet bliver afgørende for smagsvurderinger. Kirsten Drotner taler ligefrem om en *connaissanceur-strategi*, hvor de unge kan nyde Disney og samtidig lægge afstand til den rent barnlige begejstring, når de f.eks. med kendermine demonstrerer, at de kan skelne mellem Carl Barks- og Don Rosa-historier.

Analyserne efterlader generelt et indtryk af, at Disney-universet ikke mindst er attraktivt, fordi det leverer sjov og dramatik i trygge rammer. Med andre ord kunne man godt finde belæg i bogen for den mere ideologikritiske problematisering af Disney som virkelighedsfornægtende, præget af "cutification", "nuttetgørelse" af både den virkelige verden og af de utallige eventyr, som Disney har brugt som forlæg. Dette er dog ikke bogens ærinde endsige pointe, og der gives eksempler på, at Disney også leverer historier, der er mere sammensatte og tidssvarende, og netop i kraft af dette kan give anledning til fascination. Bogens diskussion af Pocahontas og Mulan viser eksempelvis, at disse aktivt handlende heltinder faktisk gør en forskel i pigernes tolkning, men der ser omvendt ikke ud til at være tegn på nogen mere nuanceret skildring af mandlige helteroller hos Disney.

I det afsluttende kapitel diskuteres, hvilke grænsedragninger Disney giver anledning til. Dels internt i familielivet, hvor Disneys kvaliteter bliver et argument i diskussionen om mediekonsumets omfang og indhold, og dels i forståelsen af Disney i forhold til den ydre verden, herunder

det nationale rum, globalisering m.m. Set fra børnehøjde giver Disney anledning til mange forskellige – og til tider pudsige – fortolkninger, idet Disney kan fremstå både hjemligt og dansk, men også være indeks for noget udenlandsk, at Paris placeres i Disneyland Paris og ikke omvendt m.m. Men frem for at afvise dette som misforståelser, vidner det om, hvilken betydelig indflydelse Disney har på børns kulturelle forestillingsunivers.

Disney i Danmark giver et fint indtryk af de mange måder, hvorpå en medie gigant som Disney gennem årtier har sat sit kulturelle fingeraftryk på danskernes familievirkelighed og barndommens fantasiuniverser. Bogen har ikke mindst sin styrke i den empiriske grounding af antagelser, som de fleste danskere – børn som forældre – intuitivt kan have og huske om Disneys rolle. Her er mange gode iagttagelser, der bidrager til dansk kulturhistorie set i hverdags- og børnehøjde. Samtidig giver bogen sig tid til at nuancere betydningerne af Disney ved at diskutere koncernens produkter og forestillingsunivers set ud fra såvel en mere traditionel receptionsanalysevinkel som en mere etnografisk brugsvinkel.

Den stærke anknytning til de kvalitative interviews giver også bogen en svaghed eller måske snarere en begrænsning. En meget stor del af bogen former sig som en gennemgang og diskussion af interviewsekvenser med den konsekvens, at nogle pointer har en tendens til at forsvinde i tekstmængden. I enkelte tilfælde, og det gælder især i kapitel 3, kan man diskutere, om det egentlig er Disney, som interviewgennemgangen siger mest om, eller om det ikke snarere er sådan, at Disney bruges til at illustrere nogle generelle aspekter af børns forståelse af og indlevelse i fiktion. Som Kirsten Drotner selv er inde på, har interviewmetoden en begrænsning, idet den ikke så godt kan afdække Disneys betydning i den bredere børnekultur, hvilket eksempelvis observation af børns leg kunne have bidraget til. Analysens resultater er bundet til rigdommen og kvaliteten af den tekst, som respondenterne kan producere, og den kan her som i andre interviewundersøgelser svinge noget. Man kan diskutere, om ikke flere af kapitlerne kunne have været styrket, hvis andre metoder og materialer havde suppleret fremstillingen.

Disney i Danmark demonstrerer væsentligheden af at se på mediebrugerne, når man skal danne sig et indtryk af et globalt mediefænomens betydning. For danskerne er Disney ikke noget fremmed, der pådattes udefra, men et kært og for-

troligt kulturfænomen, forældre og børn opsøger frivilligt og gerne betaler mange penge for. Det kan man jo så græde eller glædes over, alt afhængig af kulturpolitisk temperament. Men vi ved nu, at danske forældre med glæde mindes deres egen barndom i Andebys gader, og deres børn har lært, at Hakuna Matata er mottoet for en lykkelig barndom, men ikke i længden er en holdbar leveregel, hvis man selv skal blive voksen. Som Kirsten Drotner afslutningsvis peger på, har Disney ikke kun opnået succes ved at tale til børnene. Ved også at spille på oplevelsen af barndommen som et tabt land, har Disney kunnet påtage sig rollen som den, der for en stund kan genkalde barnesindets lykkeligt tilstand hos både børn og voksne.

*Stig Hjarvard, professor,
Film- & Medievidenskab,
Københavns Universitet*

John Mortensen (2002) *Talkshowet som talende tv. Bind 1: Teoretisk indkredsning; bind 2: Analyser; bind 3: Diskussion.* Two Riders i kommission hos Underskoven. I alt 821 sider, pris 800 kr.

John Mortensen indleder sit omfattende værk om tv-talkshowet med at konstatere, at genren er overset i nordisk medieforskning sammenlignet med andre tv-genrer. At et fænomen forskningsmæssigt er overset er ikke nødvendigvis noget godt argument for at forske i et fænomen, hvilket forfatteren selv påpeger. Dog argumenterer John Mortensen dernæst for, at interessen for det, han betegner som ”de lave genrer“ (s.7) er vigtig, da viden om disse kan bidrage til at forstå det moderne liv og tv’s stigende betydning på en række livsområder. Ud over dette synspunkt har forfatteren desuden et udbredelsesargument for den forskningsmæssige interesse, idet forfatteren hævder, at talkshows har stor udbredelse i dansk tv, sendes i den bedste sendetid og har høje seertal, og det samme gør sig gældende i andre europæiske lande. Med værkets i alt tre bind og 821 sider har John Mortensen i hvert fald bidraget til at få de såkaldt ”lave genrer” udforsket.

Værkets intention rækker dog ud over selve genreanalysen. Den er båret af en interesse for talen i tv generelt, og der argumenteres for diskursiv

analyse af tv-æstetikken. Den overordnede problemstilling i værket formuleres i indledningen til bind 1. Her præciseres det, at det er analysen af den specifikke form for tale, der præger genren, som vil være værkets analytiske fokus. I overensstemmelse med Harald Burgers teori skelnes der mellem en indre og to ydre kommunikationskredse. Samspillet mellem kredsene vil være det centrale for analyserne. Der introduceres desuden tre varianter af genren, så forskellige diskursive gestaltninger af samspillet kan analyseres. Det drejer sig om *debatvarianten*, *portrætvarianten* og den *berettende/konfrontative variant*. Inden for samspillet vil forfatteren se på de forskellige kommunikative troper og sekvensertyper, som karakteriserer varianterne. Trods værkets omfang, så er der samtidig en række forhold, som John Mortensen ikke vil interessere sig for. Produktionsmæssige, receptionsmæssige og markeds-mæssige aspekter i forbindelse med genren bliver der ikke arbejdet med. Der er derfor ingen seertal og ingen overvejelser om eller dokumentation for genrens *reelle* udbredelse i dansk og udenlandsk tv, som ellers er en del af motivationen for projektet. Desuden kan det tilføjes, at mediehistoriske forhold i Danmark heller ikke inddrages i analysen af de ellers udelukkende danske talkshows, som bogen vælger at analysere. Genrens udvikling i dansk tv er dermed tilsyneladende heller ikke en del af værkets analytiske intention. Derimod inddrager forfatteren ganske korte beskrivelser af mediesystemet i USA, af den mediepolitiske deregulering i Europa fra 1980’erne, men hvor de faktuelle oplysninger tilsyneladende er fra Storbritannien og Frankrig.

Inden for rammerne af det fokus, som forfatteren har sat, repræsenterer de tre bind hver sin tilgang til genren. Bind 1 består af den teoretiske indkredsning af genren og her fremlægges et udkast til en fænomenologisk teori om tv. Udgangspunktet er en fremstilling af bl.a. fænomenologiens livsverdenbegreb samt en mere principiel, omfangsrig og interessant diskussion af fænomenologien som tekstanalytisk redskab. På det grundlag gives en karakteristik af tv som medie. Her opridses seks mediekarakteristika, som på forskellig vis inddrager velkendte teoretiske beskrivelser af tv-mediet. Værkets teoretiske bidrag ligger i høj grad i at forbinde nogle af Goffmans centrale begreber, f.eks. face og footing, med lingvistikken, hvorved talen og interaktionen bliver det analytiske fokus. Det betyder dog også, at det måske i højere grad end genreanalysen er