

ningen, som kun interesserer sig for, hvor mange seere, der er til bestemte programmer, eller for hvilke temaer, der tages op i forskellige udsendelser. John Carlsen er på nippet til at mene, at forskningen gør mere skade end gavn ved gennemseerundersøgelser at bidrage til at popularitet bliver den gældende norm.

Idealet for John Carlsen er, at TV-produktioner sidestilles med litteraturen og TV-producere med forfatteren. Derved ville produktionerne blive anmeldt og debatteret professionelt mellem fagfolk, og forskningen ville koncentrere sig om produktionsinterne anliggender. Men det er netop litteraturkritikkens og litteraturforskningens svaghed, som på den måde gøres til en dyd. Læsernes udbytte og litteraturens faktiske måde at kommunikere på glider nedenud af debatten mellem fagfolk og kunstnere.

På den anden side har John Carlsen ret, når han efterlyser en forskning inden for det TV-æstetiske felt. Det er et forsømt område, som burde kunne kombineres med en relevant publikumsforskning i seerreaktioner. Selv giver han et væsentligt bidrag til de produktionsmæssige aspekter af en TV-æstetik i de sidste to-tredjedele af Det gode fjernsyn.

Hans grundlæggende synspunkt er, at TV er noget helt for sig selv. Det er ikke film, det er ikke radio, det er ikke teater. Det er et billed- og lydmedie med sin egen udtryksform og med sin egen receptionssituation. De to sider hænger nemlig sammen. For at fjernsyn kan blive godt, er det nødvendigt, at producere hele tiden medtænker publikum. I en monopolinstitution som Danmarks Radio er der inden for TV kun meget begrænsede muligheder for at lave programmer, der sigter på mere

snævre målgrupper. Fjernsynet har massehenvendelsen som princip, det skal kunne ses af alle. Ethvert program må præsentere sit stof på en sådan måde, at det indeholder en fællesnævner for hele publikum uanset dets forskelligheder.

At dette er det fundamentale udgangspunkt for enhver pædagogisk situation, har John Carlsen ret i. Men den væsentlige forskel gør sig gældende, at den pædagogiske situation er minikommunikation og to-vejs, mens TV er massekommunikation og én-vejs. Fællesnævneren kommer derfor naturligt til at ligge i det, der kaldes "human-interest"-stoffet. Ikke at der er noget glat i det fællesmenneskelige udgangspunkt, det er bare forbandet svært at holde det fri af det sensationelle og det private - jf. visse af de sidste Kanal 22 udsendelser.

Ifølge John Carlsen er der især to forhold som karakteriserer TV-kigning: det distraktive medløb og oplevelsessituationens intimitet. Fjernsynsprogrammer vælges normalt ikke af publikum. At se fjernsyn kan ikke sidestilles med at gå i biografen eller i teateret. Publikum åbner for TV-Avisen og bliver mere eller mindre hængende foran skærmen resten af aftenen, alt imens der drikkes kaffe og sludres i stuen. Denne distraktion fra, hvad der foregår på skærmen, må TV-programmerne tage højde for. Udsendelserne må bygges op, så de fanger folk ind fra starten, samtidig med at deres fortællerytme aldrig må blive så intens, at tråden tabes, bare fordi koncentrationen for et øjeblik vendes mod kaffekoppen eller sidemanden. Hertil kommer, at fjernsynsbilledet er et lille billede, hvor det er svært at opfatte nuancer, at lyden er begrænset, og at afstanden til skærmen er ringe. Fjernsynet er et møbel i stu-

en på niveau med tilskuerne - en slags samtalepartner, om man vil. Dette forhold betyder, at TV må udvikle en roligere og en mere intim præsentationsform - en slags lænestolsæstetik. Studieværten med sit "tak fordi jeg måtte komme ind i Deres stue" er et eksempel på denne direkte henvendelsesform.

Disse karakteristika ved reception af fjernsynsprogrammer får John Carlsen til at fremhæve forløbet som det bærende formelement og det dokumentariske nærvær som det væsentligste indholdskriterium i det gode fjernsyn. Han opfatter TV som et mere episk end et dramatisk medie, og ser bl.a. en bekræftelse herpå i den store succes, som TV-produktioner med udgangspunkt i romaner har. Men også i direkte udsendelser og i reportager er der tale om redigerede intensive forløb, hvor det episke element er afgørende. Dette direkte fjernsyn er samtidig ifølge John Carlsen det mest autentiske fjernsyn, hvor TV udnytter sine specielle og enestående muligheder for at være til stede og sende billeder direkte derfra, hvor begivenhederne finder sted - på sportspladsen, i teatret, blandt demonstranterne, ved samtalen o.s.v. I modsætning hertil står forestillingen, hvor alt er arrangeret og iscenesat på forestillingens præmisser, ikke på TV's. Derfor drukner den også ofte i æstetisk fjernhed og bliver aldrig vedkommende for TV-publikummet.

Sidst i bogen diskuterer John Carlsen fakta-programmer overfor fiktionsprogrammer ud fra den synsvinkel, at begge typer er produktioner, der er tilrettelagt af en skabende bevidsthed, og derfor meget lig hinanden. Set fra producerens synsvinkel er dette utvivlsomt rigtigt, men jeg er ikke sikker på, at samme forhold gør sig

gældende for publikum. Normalt vil det være forskellige kognitive og emotionelle registre, de faktive og de fiktive spiller op til. Kun i forhold til programtyper som Men nu til noget helt andet....., hvor de fiktive indslag entydigt spiller på samme kognitive registre som de faktive indslag, ophæves forskellen.

Uden at blive nævnt ligger Men nu til noget helt andet... således som en væsentlig forudsætning for Det gode fjernsyn.

Bruno Ingemann: Lyd/dias håndbog - om teknik, æstetik og fortælleformer. København, 1984, Fremad af 1979, 88 s., 128,00 kr.

Mogens A. Knudsen og Bruno Ingemann. Videohåndbogen. Sådan kan du lave dine egne videoprogrammer. København, 1983. Fremad af 1979. 85 s., 148,00 kr.

Bruno Ingemann og Kirsten Thraane: TV-seer mellem lyst og pligt. Om at se, beskrive og fortolke TV-programmer. København, 1985. Aschehoug. 55 s., 78,00 kr.

Bruno Ingemann: TV for alle - sådan kan I selv lave programmer. København, 1985. Aschehoug. 79 s., 88,00 kr.

Anmeldt af Alt Holter, Cand.phil.

I de seneste 10 år, er der i stigende omfang åbnet mulighed for selv

at arbejde med forskellige elektroniske medier og lyd/dias, hvor det tidligere var noget professionelt og exceptionelt. Nogle få seminarier havde video-udstyr, der aldrig blev brugt, fordi det ganske enkelt var for besværligt at arbejde med. Lyd/dias var noget lys-folk brugte til rockmusikkens lysshows, hvor den fik på de psykadeliske kontakter. Siden er disse medier for en stor del blevet tilgængelig for en masse mennesker, fordi der efterhånden er video-udstyr i de fleste fritidsklubber, ungdomsklubber og seminarier m.m. Specielt video har været inde i en rivende udvikling, hvor modellerne næsten har været forældet allerede inden de blev sendt på markedet. Udstyret er blevet billigere og billigere, og er samtidig blevet bedre og mere håndterligt. Det har overtaget smalfilmens funktion i hjemmene, og er godt på vej til at blive et almindeligt familie-eje til mangfoldiggørelse af den hjemlige hygge.

Interessen for al dette legetøj har været meget stor, og har delvist erstattet voksne mænds elektriske tog. Som sådan kan man roligt påstå at interessen har været mere teknologi-feticheret end indholdsmæssig bestemt.

Der har været nogle få tilløb til diskussioner i form af bøger og artikler, men man har savnet kvalificerede lære- og håndbøger for amatører for hhv. video og lyd/dias på det danske marked. Mange kender Victorias Lyd/dias-håndbog fra 1980, der på sin egen uortodokse, men også temmelig forvirrede, måde introducerer til lyd/dias-mediet. Og Erik Thygesens antologi Uprofessionelle Billeder fra 1981 kommer antydningvis ind på såvel video som lyd/dias.

Men i begge tilfælde bliver det ved antydningerne, fordi bøgerne

er teknisk igangsættende, men ikke rigtig får fat på de to mediers funktions- og udtryksmuligheder. Brugeren overlades til at gøre sine egne mere eller mindre uheldige erfaringer.

Bruno Ingemann har med Lyd/dias håndbogen, og sammen med Mogens A. Knudsen med Videohåndbogen rettet op på dette billede. De har lavet to håndbøger, der er som håndbøger skal være - nemlig en opsamling af erfaringer, der er så selvfølgelige at vi siger "nå ja" når vi læser dem, men ellers har glemt dem, når vi står midt i det praktiske arbejde.

Lyd/dias håndbogen er en meget fin introduktion til at begynde at opfatte i ord, lyd og billeder. Valg af billeder stiller én over for nogle umiddelbare problemer i forhold til hvor abstrakte eller konkrete de er, og at passe dem sammen med lydsiden på en sådan måde, at lyd og billede ikke kommer til at modarbejde hinanden. De fleste, der har arbejdet med lyd og dias ved, at man alt for let kommer til at overlasse lydsiden med informationer, og det gør det umuligt for tilskueren at kape indholdet. "Ord er symboler på erfaring. Det billede, som ordene skaber må næsten uundgåeligt befinde sig i en konflikt med det visuelle billede". Tilsyneladende elementært - og dog! Ved lyd/dias husker man netop billedet ved at lyden forstærker billedet og fordi lyden skaber en sammenhæng, de enkelte billeder imellem.

Begge bøger er iøvrigt fyldt med gode afsnit om hhv. enkelt-billedvirkemidler og filmæstetik, der kan hjælpe én med til at lave en udtryksside, der kan fungere.

I kapitlerne om den indholdsmæssige tilrettelæggelse er der en række klare tommelfingerregler, en af dem hedder: "Begrænsninger er vejen til gode ideer". Alt for ofte sker det,

at man i begejstring over mediets evne til at rumme hele verden, faktisk også prøver at få den hele med. Resultatet er, at der ikke er en eneste, der har forstået en klap af produktionen, og arbejdet er spildt. Gennem begrænsning er det muligt at arbejde sig frem til en klarhed og dybde, der gør at tilskueren også sidder tilbage med en oplevelse af, hvad det var man ville sige med det hele.

Videohåndbogen bærer præg af, at udgangspunktet i højere grad har været en teknisk og analytisk praksis, end en egentlig praktisk pædagogisk erfaring.

Den praktiske pædagogik kommer Bruno Ingemann efter i foråret 85, hvor han udgiver et par nye håndbøger om video og TV, hvoraf den ene helt vil afløse den tidligere Videohåndbog. Men først skal jeg skrive om bogen TV-seer mellem lyst og pligt, der er skrevet sammen med Kirsten Thrane.

TV-seer mellem lyst og pligt er en analytisk indføring - minutiøst, trin for trin beskrivelse af hvad man skal stille op med en u håndterlig TV-udsendelse, som man gerne vil have sin dansk- eller samfundsfagsklasse til at arbejde med. Jeg er fuld af beundring over for den grundighed, der er lagt i udarbejdelsen af analyseplanerne, hvor det alt for tit på medieområdet og det akademiske marked iøvrigt er de store armbevægelser, der bliver taget i brug i analyse og fortolkningsituationer. Man kommer let til at overse, at folk i 7-8-9 klasse ikke har forudsætninger for at forstå eller udføre den form for analyse. Og alt for ofte må pædago-gen indskrænke sin egen fortolkning til at dække handlingsforløbet, fordi billedanalysen og medieindsigten ikke slår

til i den udstrækning, der er påkrævet. Indholdsfortegnelsen spænder over emner som TV-livsstil, TV-forbruget, og TV-påvirkning og analytiske afsnit om "se og hør", "undersøge" og "forstå".

Umiddelbart virker TV-seer mellem lyst og pligt, som om det er for elementært, men jeg har en hel klar fornemmelse af, at bogen er udarbejdet ud fra en pædagogisk praksis og derfor er lavet ud fra nogle helt basale behov, som det vil være en brøler ikke at være lydhør overfor.

TV for alle er også lavet ud fra en pædagogisk praksis. Den ta'r én i hånden fra begyndelsen med de første indledende øvelser foran kameraet, og hvad man skal stille op med en gruppe, der har et kort kursus med video, og ta'r højde for al den usikkerhed som folk har på sig selv, på hinanden og mediet.

Teknik-afsnittet er tonet ned, (men stadigvæk fyldestgørende) og vægten er lagt på forskellige måder at bruge video på - f.eks. en øvelse med at lave TV-avis, eller rollespil m.m. Man kan hente inspiration til at lave nogle programmer, der er morsomme for såvel aktører som seere. Specielt syntes jeg afsnittet om rollespil er vellykket og velunderbygget med mange små dramaturgiske fif. Mange kan sikkert huske Trier-Petersens ekstemoralspil i midten af 70'erne, hvor han udnyttede den erfaring som folk personligt sad inde med, ved at få dem til at spille sig selv inden for rammerne af en historie man havde fastlagt i fællesskab. Bruno Ingemann anvender samme metode.

TV-bogen lægger op til en anderledes legen med video end jeg tidligere har set. Det er ikke et bestemt ønske om at bruge mediet til at lave film eller andet, der er det centrale. Det centrale er, at få mennesker til at fungere sammen omkring deres fælles projekt, hvor

video er mediet. På den måde bliver mediet afmystificeret og bliver til redskab.

Anker Brink Lund: Medie-
håndbog - om at bruge pres-
se, radio og TV. København,
1982. Fremad af 1979, 73 s.,
89,00 kr.

Anmeldt af Alf Holter, Cand.
phil.

I forordet til Mediehåndbogen pointerer Anker Brink Lund at bogen er skrevet til tillidsfolk, sikkerhedsrepræsentanter og andre, der i forbindelse med andet arbejde får behov for ideer til, hvordan man kan bruge presse, radio og TV i hverdagen.

Den rummer, ud over et afsnit om medier på arbejdspladsen, en detaljeret beskrivelse af, hvordan man skal forholde sig, hvis man selv vil have oplysninger ud gennem medierne, eller hvis medierne henvender sig til én for at få en historie. Det er klar tale og gode anvisninger på hvordan man i det faglige arbejde kan bruge medierne og undgå at blive fuppet af dem. Alle kender historier om, hvordan kendsgerninger er blevet undertrykt i f.eks. arbejdskonflikter, miljø-skandaler m.m., hvor væsentlige oplysninger er blevet tilbageholdt i presse, radio og TV, fordi de har været for kontroversielle og kunne skade økonomiske og politiske interesser.

Med klare anvisninger på hvordan man tilrettelægger et pressearbejde, søger Brink Lund at gøre Sisufossernes bakker lidt mindre, så man evt. kan komme videre til den næste bakketop. For det er et Sisufos-arbejde, fuldt af fælder og bedrag, hvor mange

siger ét, men gør noget andet, fordi mediearbejdernes professionalisme ofte amputerer vedkommendes redelighed over for alle andre end redaktøren.

Og taktiske anvisninger, f.eks. ikke blot at snakke om lønkrav, men også argumentere for liv, ære og velfærd, om samarbejdet med journalister og forholdet til forskellige instanser.

Til sidst i bogen er der en gennemgang af de forskellige dagblades redaktionelle linjer og målgrupper: f.eks. hedder det om POLITIKEN, at det er en stor og vigtig avis, der læses af de fleste beslutningstagerne i organisationer, partier og offentlige myndigheder. Eller om Information, at dens fordel er dybdybende journalistik, mens dens bagdel er, at der er så få LO-arbejdere mellem dens 35.000 købere.

Selv om den faglige aktivitet i de sidste par afsnit tones mere og mere ned, så er Mediehåndbogen stadig særdeles relevant - samtidig med at den påpeger, at vi alle har et ansvar for at bruge ytringsfriheden.

Bent Nærby Bonde: Radiohånd-
bog - fra ide til færdig ud-
sendelse. København, 1984.

Fremad af 1979. 107 s.,
154,50 kr.

Anmeldt af Alf Holter, Cand.
phil.

Radiohåndbogen er hovedsageligt beregnet for folk der uddanner sig til journalist eller gennemgår en medieuddannelse på et universitet eller seminarium. Den er en temmelig grundig indføring i de fleste aspekter af almindelig radioproduktion- og afvikling. Det er en bog, der helt klart er fulgt i kølvandet på narradioerne rundt om-

kring i landet, og som henter sin berettigelse i kraft af deres eksistens. På nærradioerne kan man bruge den som opslagsbog m.m., idet jeg tvivler på, at der er ret mange af nærradioaktivisterne, der pløjer sig igennem det ret tørre stof fra den ene ende til den anden.

Bogens næsten professionelle udgangspunkt lader radio-aktivisten i stikken, fordi den i hovedtræk kun reproducerer de almindelige programformater som kendes fra Danmarks Radio. Jeg savner oplæg til egentlige nye radiofoniske former, der harmonerer såvel med nærradioens struktur som ressourcer, arbejdet med dramatiske produktioner (der kun er nævnt på en halv side), idé-udkast til samspils-funktioner mellem nærradio og lokal-miljø o.s.v.

Det er OK at vide noget om, hvordan man skal lave et interview eller en reportage, men det er kedeligt at fantasien ikke får luft under vingerne ved læsningen.

Det er pt. den eneste af slagsen, men næste generations radiohåndbog med alle de sprælske ideer må gerne udkomme snart.

Jørgen Nørmark og Preben Septrup: Reklame-tv, (elevhæfte), Danmarks Radio, 1984, kr. 34,20 & 2 tv-udsendelser á 40 min. produceret af Lars Engels (fag: filmkundskab/dansk/samfundsfag).

Anmeldt af: Anne Poulsen, adjunkt ved Viby Amtsgymnasium.

For de to tredjedele af Danmarks befolkning, der ikke kan se tysk tv, kan det virke helt fascinerende at få lov til at se reklamer. Man griber sig under udsendelserne i at skelne "kvalitetsbevidst" mellem de viste eksempler, ikke ud fra et analytisk synspunkt, men fra et æstetisk eller reklamebranchemæssigt. I sig selv et godt udgangspunkt for en debat! - denne umiddelbare fascination, kvalitetsbedømmelsen, der ikke har med forbrugerbevidsthed at gøre.

Til at vise sådanne eksempler er tv-udsendelserne om reklame-tv ganske udmærkede. De har et godt synspunkt-materiale og relevante saglige oplysninger. Men for en underviser, der også må prioritere med hensyn til tidsforbruget, er det medfølgende elevhæfte betydeligt mere interessant. To gange 40 min. er trods alt to hele undervisningstimer. Det er for meget at bruge, da udsendelserne forekommer for lange og noget kedelige - hvorved de nok bliver lidt af et vovestykke for en pædagog i dagens gymnasium, hvis elever er vænnet til at betragte video som underholdning.

Så går det langt bedre med elevhæftet. Hæftets forfattere indleder selv med at stille spørgsmålet: "Hvorfor den megen snak om reklamer i tv?", hvorefter svaret prompte lyder: Satelitter, tv-2, reklamer som salgsværktøj, udenlandske reklamer! Ialt fire væsentlige argumenter for erhvervslivet, når der presses på for at komme ind i tv, og i sig selv en god disposition til at gennemarbejde problemstillingen.

Derefter falder hæftet i seks afsnit, hvor det første handler om tv i USA, England, Vesttyskland og Finland. Her er relevante, saglige oplysninger og masser af talmateriale, der trods alt sikkert er nyt for mange. Her oplyses bl.a., at i Finland betragtes tv-reklamer af befolkningen nærmest som et økonomisk nødvendigt onde: reklamen er kedelig og overdriver, men