

Bildanalys. Teorier, metoder, begrepp. Red. af Peter Cornell, Sten Dunér, Thomas Millroth, Gert Z. Nordström och Örjan Roth-Lindberg. Malmø, 1985, Gidlunds Bokförlag, 340 s., 225,- Skr.

Anmeldt af: Jørgen Bang, lektor ved Institut for Informations- og Medievidenskab, Århus Universitet.

Så har de gjort det igen - lærerne ved Konstfackskolan/Bildlärarinstitutet i Stockholm. I begyndelsen af 1970'erne satte de for alvor gang i den skandinaviske debat om billedanalyse med bøgerne Bildanalys (1973) og Bilderbok (1975). Nu har de skabt et leksikon over billedanalytiske begreb - en opslagsbog af en type, der findes magen til internationalt set.

De fem stockholmske lærere i billedanalyse har redigeret bogen og med krydshenvisninger mellem opslagsordene skabt en meget fin sammenhæng imellem de enkeltstående små artikler. De har også selv skrevet en del af artiklerne, men inddraget andre nordiske billedanalytikere til at skrive om fagområder, hvor de besad større ekspertise. Fra dansk side har Bent Fausing, Søren Kjørup og Peter Larsen medvirket.

Gennem den meget brede sammensætning af bidragydere, som kommer med forskellige tilgange til begrebet 'billedanalyse', er det lykkedes at skabe et leksikon som i sin helhed beskriver billedmediet i en bred idéhistorisk sammenhæng. Nogle artikler tager deres udgangspunkt i den traditionelle kunstvidenskab, andre i semiotikken, hermeneutikken, kommunikationsteorien eller i psykologiske og sociologiske teoridannelser.

Denne bredde betyder på den anden side, at man som læser ikke er enig i alle de fremførte synspunkter. Dette forhold har redaktionsgruppen søgt at vende til et plus ved bogen, idet de har opfordret bidragyderne til bevidst at anlægge et personligt perspektiv på de problemstillinger indenfor billedanalysen, som behandles i den enkelte artikel. På den måde håber redaktionen, at de enkelte artikler kan fungere som diskussionsoplæg.

I det store og hele er det lykkedes at skabe en sådan debatbog.

Bildanalys forener det kritiske perspektiv i den enkelte artikel, hvor det står for forfatterens egen regning, med enhver opslagsbogs egentlige formål: at bringe solide oplysninger og introduktioner. Bogen er en guldgrube af oplysninger om de forskellige billedformers historie og egenart, samtidig med at den introducerer grundigt til forskellige tilgange til billedanalysen. Hvor den er bedst opstår der en dialog mellem de forskellige artikler.

Bildanalys er en brugsbog i ordets bedste forstand. Den kan anvendes af alle, som beskæftiger sig med billedanalyse indenfor så forskellige fag som kunsthistorie, film, dansk og massekommunikation. Det er en opslagsbog, som ethvert bibliotek bør anskaffe.

Analyser af TV, Red. af Ralf Pittelkow, København, 1985, Medusa, 214 s., kr. 180,-.

Anmeldt af: Anders Troelsen, lektor ved Institut for Kunstshistorie, Århus Universitet.

Analyser af TV hedder bogen - slet og ret. Ikke "TV-analyse" eller lignende. På mig virker det sympatisk at den nye bog ikke forsøger at spille rollen som læremester - Bogen om TV-analyse - eller puster sig op med hele det teoretiske og metodiske udtræk.

Dét er der alt for ofte kommet luftige pædagogiseringer ud af - fremstillinger, hvor terminologien er blevet til tomme etiketter, der dækker for de erkendelsesmæssige pointer, som terminologien ellers netop skulle sammenfatte. Analyser af TV er tydeligvis lagt an på at blive brugt i undervisning, men sådan at læseren i form af eksempler gives nogle bud på, hvordan en analyse kan gribes an.

Antologien er ikke båret af en grundkonception som f.eks. Fiske og Hartleys Fjernsynets sprog, men den afspejler nogle udviklingstendenser i medieforskningen. Mens tidligere tiders ideologikritiske analyser for det meste var ret lukkede, lægges der her mere åbent op til en dialog med medieproducenterne. Samtidig er der også jævnt hen gjort forsøg på at inddrage modtagersiden i analyserne.

Der lægges ud med fjernsynets "typiske" genrer: føljeton og serie. Peter Larsen fremhæver disse genres udspring i forrige århundredes underholdningslitteratur og sætter dem i forhold til forskellige publikumsbehov. Det er en udmærket og klar artikel, der har omdrejningspunkt i en fortrinlig analyse af den danske krimiserie "Anthonsen". Som slutpunkt i artiklens bevægelse fra USA til Danmark bindes en sløjfe omkring diskussionen om dansk egenproduktion kontra indkøb af udenlandsk fiktionsstof.

Som den næste i rækken analyserer Anne Hjort en episode af serien "Dallas". På en udmærket måde fremdrager hun den ødipale konflikt, som episodens producenter sikkert også i en eller anden form har analyseret sig frem til som anvendeligt konfliktstof. Hvor Larsen mere abstrakt indtænker tilskueren i sin analyse, er hovederindet imidlertid her en empirisk undersøgelse af sociale - og især - kønsspecifikke oplevelser af serien. Det kan naturligvis være svært at tage stilling

til en undersøgelse, når kun resultaterne præsenteres. Men det lyder altsammen meget fornuftigt, omend ikke særlig overraskende. Det kan imidlertid altid være godt at få kød og blod på mere løse antagelser.

Undersøgelsesmetoden er derimod diskuteret i Ralf Pittelkows "Seernes TV-avis". Redaktøren har nemlig givet sig selv lov til at brede sig langt mere end de øvrige bidragydere. Men det skal såmænd være ham vel undt, for dét, han har at sige, er skam spændende nok. Læseren tynges med et ret omfattende begrebsapparat - men det bruges virkeligt, og det vil uden tvivl være igangsættende for videre analyser. Og frem for alt er det retfærdiggjort ved at rumme en ny synsvinkel på TV-avisen. Artiklen er også forfriskende ved at vige tilbage for at formulere kommunikationsstrategier og ved sin nuancerede diskussion af TV-avisens forhold til beslutningstagerne og de, der berøres af beslutningerne. Pittelkows artikel virker nærmest som et oplæg ved et efteruddannelseskursus for mediefolk.

Der er et spring fra Pittelkows artikel til Bent Fausings. Hvor den første beskæftiger sig med kommunikation på et rationelt plan, er Fausing i sin artikel om en vesttysk TV-reklame optaget af ubevidst kommunikation. Faktisk synker Fausings fascinerede tilskuer så langt ned i moderskødet, at man begynder at tvivle på, om de ordløse sammensmeltningfantasier overhovedet lever rum for kommunikation. Man kan spørge om den konkrete tilskuersituation ikke betyder, at TV-reklamen oftest opleves i en let distraheret tilstand uden den helt store følelsesmæssige investering? Artiklen dækker billedsiden bedre ind end de fleste artikler i bogen, men med en vis tendens til at godtage amerikanske udskejelser omkring "sublimal seduction". Meget nyt er der imidlertid ikke at hente i forhold til Fausings øvrige skrifter, og også internt indeholder artiklen mange gentagelser - skrevet som den er

i et karakteristisk messende tonefald, der næsten mimer analysegenstanden.

I musikvideoen smelter reklame og musik sammen. Jens F. Jensen beskriver udmærket, hvordan rockvideoen har løst sig fra sin rolle som blot og bar reklame eller billedunderlægning. Tendensen går i retning af at videoen ikke længere posteres på markedsføringsbudgettet, men falbydes som selvstændig vare - som så efterhånden har udviklet sig til en selvstændig æstetisk form. Jensen viser hvordan den bl.a. ved sit distanceret-ironiske genbrug af allehånde genreklicheer rummer "postmoderne" træk. Det er en meget veloplagt og oplysende artikel - og personligt har jeg ikke noget imod dens lidt manierede lån fra videoverdenernes in-sprog.

Det er muligt, at videoen som ny genre fortjener særlig bevågenhed i form af to artikler. I hvert fald er det en god idé at medtage en næranalyse af en enkelt video. Men Bente Kristiansens analyse af en Anne Dorte-video er noget af en skuffelse. Den er simpelthen for tynd.

Lidt skuffende er også Jens Brinckers artikel om "Musik til billeder". Tanken med at gøre noget ud af TVs lydside er udmærket, men den lidt ledde-løse artikel leverer alt for meget gammelkendt stof. Den starter ellers spændende nok med en sammenligning mellem to versioner af musiksignaturen til "Dollars". Den slags konkrete analyser kunne man ønske sig mere af.

Til slut foretager Karsten Fledelius en sammenlignende analyse af Kjer-gaards og Hammerichs historieformidling i TV. Ideen med modstillingen er oplagt, og der er da også kommet noget spændende ud af den. Blot kunne man have ønsket at Fledelius i sin sobre og letlæste artikel var gået lidt tættere på de to udsendelsesrækkeres æstetik.

Som helhed er bogen et prisværdigt initiativ og absolut anbefalelsesværdig. Den rummer yderst læseværdige

bidrag, som kan spore til videre analysearbejde, og bortset fra Anne Dorte-analysen rummer den ingen helt uinteressante bidrag. Mange vil sikkert undre sig over at den ikke har medtaget analyser af underholdningsudsendelser som f.eks. quiz. Her ligger der ellers en række virkelig påtrængende analytiske udfordringer. Ikke blot i form af mere specielle spørgsmål som: hvordan transformeres faglig viden til underholdning? Men også som mere almene spørgsmål: hvordan ritualiseres udsendelsesforløb og de optrædendes adfærdsformer? hvordan regulerer scenografien bevægelsesbaner og afstandsforhold? osv. Sådanne forhold på mikroniveau fortjener langt større opmærksomhed i TV-analyse end de hidtil har fået.

"DALLAS" - skabelon og struktur i den moderne TV-serie,

af Peter Kofoed og Tove Arendt Rasmussen. Aalborg Universitetsforlag 1986, 147 s., 117,- kr.

Anmeldt af Birgit Heinskou, lærer ved Det frie Gymnasium.

I flere år har Morten Giersings "TV i USA" fra 82 været bogen man måtte bruge, hvis man mere systematisk skulle arbejde bredere med de nye amerikanske medier. Den er stadig i sin bredde og dybde uovertruffen, - men da udviklingen indenfor det elektroniske medieområde som bekendt går ret stærkt, er der dele af industrien som er nye i forhold til dengang. Morten Giersings gennemgang af McCloud fx- unge af idag kan svagt huske figuren fra deres tidlige barndom.

Men nu er der så kommet en fin forlænger og fornyer om problematikken omkring de nye amerikanske seriers indhold og form.

På mange måder er det en fremragende bog. I sin kritik af den moraliserende og den abstrakte rent psykoanalytisk orienterede medieforskning. I sin brug af især Prokops "modale fantasiværdi" og "signal"begreber og sin detaljerede gennemgang og analyse med eksempler fra ialt 19 Dallas-afsnit. Den nuancerer i øvrigt delvis analysetilgangene ved at inddrage forskellige receptionsmæssige synsvinkler.

Problemerne ved bogen er ikke mange. Men først og fremmest er det medieforskningens evige "døgnflue"-problem. Analyseobjekterne ændrer sig - stort set inden man er færdig med sin analyse af dem. Det er osse problemet med Dallas-bogen. Dallas-serien sluttede i DR i begyndelsen af 1983, og er blevet afløst af "Dollars", som på flere områder rummer "innovationer", også i forhold til Dallas. Men meget af stoffet omkring den moderne programudvikling, Dallas som eksempel på "epikkens forfaldshistorie" og selve den systematik og metode, hvorover gennemgangen af Dallas-afsnittene er bygget, er meget anvendelig på de andre amerikanske serier, DR finder på at sende fremover. Selvom forfatterne selv siger at "kun selve programmet kan besvare spørgsmålet "hvordan" (fx medieindustriens succes'er fremkommer).

Bogen om Dallas er et omskrevet speciale fra AUC. Det helt specielle specialesprog, som skal give indholdet "seriøsitet" og videnskabelighed er ikke uklart, men bogen lider af, at den rent sprogligt er meget svingende fra helt talesprogsagtige sætninger til tungere sætninger som denne:

*Effekten af signalmæssigheden og den ironiske dimension slår først helt igennem, når serien samtidigt aktiverer en narcissistisk oplevelse, hvor alt bliver til ladet gennem seksuelle og aggressive beherskelsesfantasier. Der bliver ikke tale om identifikation med objekterne eller "regressiv" indlevelse i de præsenterede scener".*

- en sætning der er taktsom og rigtig, men kræver to ganges læsning (i hvert fald af mig).

Bogens 6 kapitler søger på forskellig måde at besvare spørgsmålene om, hvor i Dallas-seriens ideologi og fascination består. Det første kapitel indkredser på forskellig vis Dallas, - som serie, som vare og som del af "fantasiindustrien".

Det nye - og specielle ved Dallas er, at den på en gang har episodens og føljetonens karakter. Og i og med at konflikter og handlinger gentages, kræver det ikke publikums kontinuerlige reception. Dallas placeres under fusionsgenren: følelsesmæssig actionskomedie, der både har intem- og socialsfæren som universer. Der er således både moderne western, krimi, soap og familiesaga i den. Forfatterne siger, at Dallas samler nogle af kulturindustriens bedste løsdele, uden i øvrigt her at komme nærmere ind på den kvalitetsvurdering.

Dallas siges med sin fusionering at have skabt en ny epoke i den amerikanske serieunderholdning, med opfølgere som "Falcon Crest" og "Dynasty" (Dollars). I den forbindelse kunne det have været spændende at se de udviklingstendenser i amerikanske serier, der ses med skabelsen af Dollars, som med sine (i forhold til Dallas) hurtigere klip-modernere verden osv., er et meget tydeligere nyt 80'er produkt uden episodens træk.

For at tilgodese de identiske interesser for reklamen og programmet arbejder producenterne med gennem serien at finde de såkaldte "modale fantasiværdier" (med begreber hentet fra Dieter Prokop). Disse skabes gennem et skabeloniseret indhold og fastlagte fascinationsteknikker fx ved at dynamisere fremstillingsformen. Fantasien bliver råstoffet - men på hvilken måde? En logisk følge kunne være, at "hele fantasikomplekset så burde stå til medieindustriens profitable rådighed - både de re-