

til en forståelse af det særlige rulettespil som foregår i amerikanske og i stigende omfang også engelske TV-selskaber. Målet er at få idé, format, tema, manus, produktion, publikumsreaktioner og sendetidspunkt til at passe sammen i en højere enhed: den der giver flest seere. Da serierne ofte forløber over lang tid, kan seerreaktionerne ikke blot tages med i form af prøveproduktioner, men også ved ret omfattende ændringer af tema og figurer, efter at serien er startet. Eller i ideen til den næste. Et index i bilagene viser at der i USA og Englang er produceret henved 500 egentlige serier i perioden 70-85 (Trial and Error - or Succes!).

Selv om dette materiale indskrænkes til hvad der kan belyse soap-genren, bliver det alligevel omfattende og ganske vanskeligt for E.K. at styre. Ikke mindst fordi der ofte uden nærmere forklaring veksles mellem flere forskellige analysetyper: Fra personkarakteristikker, handlingstråde/sekvensanalyser, fortællerytmer, plotreferater og til ansatser til aktantanalyser og egentligt psykoanalytiske eller mytologiske tilgange.

De gode pointer er ofte temmelig godt gemt i dokumentationen for alt muligt andet. F.eks. den meget centrale, at amerikanske TV-seere er vænnet til en meget høj grad af abstraktion i miljøtegningen (s.169), sammenholdt med (ca. hundrede sider senere) at danske seere tager Dallas/Dollars ret udistanceret ind og relaterer dem til egne erfaringer, som om den var udsagn om virkeligheden. E.K. forklarer dette med manglen på danske soaps, der bedre kunne have en realitetsformidlende funktion. Pointen fås ved at sammenligne med England, hvor seerne har en højere grad af virkelighedsrelation til deres egne Eastenders, Brookside og Coronation Street end måske alle andre TV-serier og tilsvarende en distance til Dallas/Dollars, med deres ekstreme miljø- og persontegninger. D/D bliver hermed afsat for et spil, hvor den enkelte leger med de elemen-

ter som her og nu svarer til vedkommendes erfaringshorisont og fantasibehov. Heroverfor står de rigtige soaps der i højere grad lægger op til en bearbejdning af seernes realerfaringer. Her er vi dog ovre i receptionsforholdene, hvor E.K. kun har andres empiri, som hun forsigtigt referer. Spørgsmålet er ganske central, hvis man vil diskutere hvorvidt D/D er et oplæg til erfaringsbearbejdning eller lyststyret eskapisme. Her véd vi endnu for lidt. En mere konsistent indholdsanalyse end den E.K. har lagt frem, kombineret med en receptionsanalyse der både er mere tekstligt og psykoanalytisk følsom, fremstår som en næsten historisk udfordring for dansk medieforskning.

For enhver der vil arbejde med soaps og Dallas/Dollars, er denne stofmattede afhandling et godt sted at starte, omend de mange eksempler og de spredte snapse gør arbejdet med bogen mere tidskrævende end nødvendigt.

E. Ann Kaplan: Rocking Around the Clock. Music Television, Postmodernism, and Consumer Culture. Methuen, New York/London 1987, 196 s., kr. 113,-.

Anmeldt af: Steen Fiil, adjunkt ved Tørring Gymnasium

Udgangspunktet for en analyse af rockvideoen og dens mest berømte, berygtede, beskrevne OUTLET, den amerikanske 24-timers kanal MTV, er for E. Ann Kaplan et langt forfatterskab om filmteori og filmanalyse fra en feministisk position. Hun har arbejdet en del med Hollywood-filmen og dens foretrukne, mandsdominerede synsvinkler i skildringen af kvinden, det mandlige BLIK og dets lystbilleder som konstituerende for hele iscenesættelsen og teknikken bag filmen.

Har E. Ann Kaplan således en billedanalytisk baggrund for at kaste sig over rockvideoen, så har hun ikke noget umiddelbart kendskab til de rocktraditioner, som videoen måske skriver sig ind i. Allerede i forordet får vi at vide, at dette kendskab er andenhånds, stammer fra hendes datter, som har indviet hende i dette område. Hun kan godt selv huske enkelte kunstnere, fra da hun underviste i London i 60'erne, men ellers er denne del af medieverdenen hende fjern. Som SCHOLAR er hun ikke vant til den, og den ikke til hende, som hun skriver i et efterord om, hvor svært det er at komme igennem med et analyseprojekt overfor et område, som helst ser sig fri for fastfrysende analyser af de konstruerede mediebilleder.

Overhovedet at komme på skudhold af sit analyseobjekt, TO STOP THE FLOW, bliver det centrale punkt i bogen og det centrale punkt i det teoretiske forsøg på at få hold på fænomenet. Det bliver en direkte erfaring med at prøve at trænge ind i, hvad Kaplan mener, er et postmodernistisk fænomen.

De aspekter, som er nedlagt i selve TV-apparatet MTV, som en alt-ophævende, 24-timers ROCK AROUND THE CLOCK, en grænse- og endeløs konsumtion på alle planer, fra det bogstavelige vare(salgs)plan til det psykologiske (stil/image), mener Kaplan, definerer MTV som et postmodernistisk fænomen, der ophæver eller bevæger sig på tværs af alle hidtidige grænser. Det sætter spørgsmålstegn ved hidtidige polariseringspunkter af æstetisk eller kritisk art, og dets diskurs slører opdelingen mellem fortid, nu og fremtid og mellem det populære og det avantgardistiske. Det indoptager alle (rock)historiske perioder og ungdomskulturelle strømninger i sig og spytter det ud i en lang, selvrefererende strøm og placerer seeren i et endeløst nu.

Den begrænsede "drømmen", som biografseeren er sig bevidst, at han hensætter sig i, bliver for (M)TV-seeren til en grænseløs befinden sig i TV-

verdenen, i en tilstand, hvor fiktion og virkelighed flyder sammen, netop på grund af TV's højere grad af REALITY-EFFECT. Kaplan analyserer i den forbindelse Live Aid-arrangementet og den skabne som TV-EVENT, apparatet i sig selv påfører arrangørernes oprigtige intentioner, og viser, hvordan de forskellige områder (sult, stjerner, TV) bliver blandet sammen i en postmoderne grænsesløring af narcissistisk lyst og interesse for den Anden.

Indkredsningen af, hvad postmodernisme er, og hvordan MTV og de enkelte videoer fortjener denne betegnelse, sker for Kaplan gennem et forsøg på at komme overens med teoretikere som Lacan og Baudrillard. I sin egen filmanalytiske baggrund har hun fundet Lacans kombination af Freuds psykoanalyse med semiologien meget anvendelig som redskab til afkodning af film. Igennem teorierne om den imaginære fase og spejlfasens opsplitnings- og mangeloplevelse, når Kaplan frem til, at den regression, som biografoplevelsen i sin narrativt udstrakte identifikationsmulighed tilbyder det splittede subjekt, netop ikke findes i TV-videoen. Den placerer nærmere subjektet midt i oplevelsen af splittelsen. Gør den det, for at vi som seere skal opleve "tabet" og søge det opfyldt gennem endeløs konsumtion?

For Baudrillard har disse kategorier ingen mening. MTV er et godt eksempel på, hvad han kalder "kommunikationsuniverset", hvori fiktion og virkelighed smelter sammen i simulacre. Kaplan stiller sig yders åben over for disse nye teorier og vil ikke hyle med i korret af (marxistiske) teoretikere, som ser hele dette fænomen som "tabet af historisk bevidsthed", eller som "fortællingens død" og "hensættelse i skizofren tilstand".

Gennem opstilling af Baudrillards gamle "varme" univers overfor det nye "kolde" univers, som han mener, vi er på vej ind i og en konfrontation af dette med videoernes verden, får Kaplan forsøgsvist inddelt disse i 5 for-

skellige typer:

1. Den romantiske, som bygger en fortælling op, og som ofte handler om præ-ødipale oplevelser, som tabet og genforeningen (med moderen). De autoritetsstrukturer, den forholder sig til, er positivt forældrene.
2. Den socialt-bevidste, som er bygget op omkring de forskellige elementer, den har på sinde, og som handler om kampen for autonomi. Den er kulturkritisk og kritisk overfor forældre og offentlige autoritetsfigurer.
3. Den nihilistiske, som er bygget op omkring sceneoptræden og som er anti-fortællende. Den handler ofte om sadisme/masochisme og rummer elementer af homoerotik og androgyni og taler ud fra en fallisk position. Den er nihilistisk anarkisk og dyrker volden.
4. Den klassiske video, som er fortællende og bygget op omkring en mandlig synsvinkel af voyeuristisk-fetichistisk art, med manden som autoritativt subjekt og kvinden som objekt.
5. Den postmoderne, som ikke har nogen fortælling eller nogen stringent billeduniversdannelse, men bygger på pastichen og lånet fra andre referencesystemer. Den leger med ødipale positioner, men tager ikke stilling til spørgsmålet om autoritet. Den forholder sig tvetydigt til alting.

Kaplan forsøger at finde frem til den ideologiske billedverden, som videoerne formidler, og etablerer til det formål ovenstående kam at skære dem over, vel vidende at disse videoer i stadigt mindre grad, om overhovedet, kan ses som betydningsbærende i forhold til en udenforliggende virkelighed. Igen-nem analysen af en lang række videoer, som ikke altid er lige givende, når man ikke har set den omtalte video, får hun uddybet typologien og sagt mange spændende ting om det, som også er hendes udgangspunkt: kønnet og blikket.

Selve TV-apparatet forhindrer en entydigt mandsdomineret synsvinkel på kvin-

der, og de mange reklame-segmenter henover sendefladen præsenterer også vidt forskellige synsvinkler og adresserer sig til vidt forskellige mandlige og kvindelige forestillingsverdener. Ligeså med videoerne. Det korte, 4 minutters tekst-format tillader en bred vifte af udsigelsespositioner, kan give plads for kritiske tekster midt i den fremherskende postmodernistiske overfladefokusering. Men det er spørgsmålet, om den almindelige seer, der ikke "stopper strømmen" for at se nærmere på en enkelt video, overhovedet får øje på den. Kaplan opregner, at MTV på en uge viser cirka 2016 videoer. Omvendt vil en populær video være til at få øje på. Den vil, afhængig af se-frekvens, være en given seer for øje, og i vedkommendes bevidsthed, hver tredje time ugen igennem.

Det betyder noget for den enkelte kunstner, som ikke længere kan blive stående ved et engang opbygget image. Der må stadige stilændringer til, stadige positionsskift i udsigelsen og synsvinklen. Kaplan kommer ind på rækken af androgynne kunstnere og leverer gennem en analyse af Madonnas videoer et godt eksempel på grænseudvisknin-gen.

Både i sin analyse af MTV og den moderne TV-teknologis betydning for subjektskonstruktionerne, i analysen af TV-skærmen som nutidens centrale kulturkontrollinstans og i analysen af de enkelte videoer, synes jeg Kaplan har noget nyt at tilføje litteraturen om disse massemediefænomener. Hun anfører selv, at dette er et første skridt på vejen til en kortlægning det altudfladende TV-apparat, og at hun må videre med analyser af forskellige modtagergrupperes faktiske afkodning af den postmoderne tekst.

Ud fra sit udgangspunkt i 60'ernes og 70'ernes radikale bevægelser, og specielt feminismen, overvejer hun også muligheder og alternativer som modstand mod den accellererende bevægelse hen mod det Baudriallardske "kolde" univers og dets "kommunikations-ekstase". Om de er brugbare, ved jeg ikke, men bogen

som helhed er det ihvertfald. Rocking Around the Clock er forsynet en god videografi, bibliografi og en ordforklaring, som kan bringe læseren til at forstå Kaplans foretrukne begreber fra psykoanalysen.

David Morley: Family Television
- Culture Power and Domestic
Leisure. London. Comedia 1986.
178 s., 5.95 £.

Anmeldt af: Vibeke Pedersen,
mag.art.

Morley har interviewet 18 London-familier fra arbejderklassen og den lavere middelklasse med henblik på at undersøge sammenhængen mellem familiedynamikken og seervaner. Interviewformen er en relativt ustruktureret diskussion med hele familien i hjemmet. Bogen er et pilotprojekt og hans konklusion drejer sig udelukkende om kønsforskellene i seervaner og programvalg, fordi det var det mest iøjnefaldende aspekt i materialet.

Mænd ser mest TV. Morley understreger, at det han undersøger er "opmærksom TV sening", og konstaterer, at hans resultat strider mod de fleste andre undersøgelser, hvor der måles, hvem der er i stuen, når TV er tændt. Iflg. den slags undersøgelser ser kvinder mest TV, fordi de opholder sig mest i hjemmet.

Morley skelner mellem seeradfærd og programpreferencer. Det er alt-overvejende mændene, der bestemmer, hvad der skal ses. Mændene planlægger aftenens TV sening ved hjælp af det trykte program. De har bemægtiget sig fjernkontrollen, og skifter ofte kanal uden at konferere med den øvrige familie. Det betyder, at det for kvinderne er en kamp at

holde deres foretrukne program på skærmen, og ofte afbrydes dette, fordi far "lige skal se sportsresultaterne". Kvinder er ofte henvist til at deres foretrukne programmer optages på videobåndoptageren. Kvinderne planlægger sjældent i forvejen, hvad de vil se, men de ved, hvornår deres foretrukne programmer - som regel soap operaer - kommer.

Mænd ser TV i koncentreret tavshed, mens kvinderne næsten altid foretager sig noget andet samtidig. Enten beskæftiger de sig med huslige pligter som at tage sig af børn og lave mad, men hvis de faktisk sidder ned og ser TV, strikker og snakker de oftest samtidig. Mændene er konstant irriterede på kvinderne over denne småsnakken, der forhindrer dem i at se TV koncentreret. Kvindernes koncentrerede TV sening foregår oftest om eftermiddagen sammen med veninder. Det er karakteristisk, at mens kvinderne altså har oparbejdet forskellige strategier mod uønsket TV sening - som snak og strikning - så kan mændene ikke tolerere at se "kvindeprogrammer" - game-shows, soap operaer og melodramer. Hvis de ikke simpelthen slår over på et andet program, obstruerer de kvindernes sening med nedladende bemærkninger. Kvinderne er altså henvist til at se TV om eftermiddagen, alene eller sammen med veninder.

Mens mændenes TV sening er en i høj grad ensom beskæftigelse, er kvindernes meget mere social. Morley understreger, at mænds og kvinders TV oplevelse må være fundamentalt forskellig. Kvinderne ikke bare snakker under programmerne, men også om programmerne med naboer, familie og arbejdskammerater. Der findes en kvindekultur omkring især soap operaen. Kvinderne ser dem, fordi alle andre ser dem. De gennemgår handlingen og problemstillingerne og gætter på fortsættelsen.

Med hensyn til programpreferencer ser kvinderne gerne "tårepersere" og melodramer. En kvinde siger direkte, at hun hellere vil se noget sørgeligt end noget sjovt. Skematisk sat op foretrækker kvinderne fiktion og serier, noget