

MedieKultur 14

1990

© Forfatterne og MedieKultur

Omslag: Johan Adam Linneballe, MAA, IDD.

Tryk: Werk's Offset, Århus

ISSN 0900-9671

Redaktion:

Jørgen Bang, Århus Universitet

Ib Bondebjerg, Københavns Universitet

Per Jauert, Århus Universitet

Jørgen Poulsen, Roskilde Universitetscenter (ansvarshavende)

Kim Schrøder, Roskilde Universitetscenter

Anne Jerslev, Danmarks Biblioteksskole

Redaktions- og tidsskriftsadresse:

MedieKultur, AUC

Fibigerstræde 13

9220 Aalborg Ø

Tlf. (08) 158522, lok. 2978, kl. 8.30-11.30

Giro:

4 10 62 96

Priser:

Abonnement for 1990 (nr. 13+14): kr. 130,-, for 1991 (nr. 15+16): kr. 130,-.

MedieKultur nr. 1 - 3 samt 7 er udsolgt.

Enkeltnre.: kr. 75,-.

Ved køb af mindst 5 eks. i samme bestilling: kr. 50,- pr. eks.

Tidligere nr. af det gamle "Massekultur og Medier" (3, 5, 6, 7, 9, 10, 11) kr.

30,- pr. eks.

Abonnement og enkeltnre. bestilles ved at indbetale beløbet på ovennævnte girokonto og angive årgang og nr.

Udgiver:

Sammenslutningen af Medieforskere i Danmark

Indledning

"Genre er ikke en statisk kategori", siger den engelske medieforsker *Jerry Palmer* i sin generelle artikel, der indleder dette nummer om genrer og medier. Begrebet genre anvendes som en tilsyneladende uundværlig kategori i både litteraturstudier og mediestudier, men i ofte meget forskellig betydning og på forskellige niveauer. Derfor konkluderer *Jerry Palmer* også, at begrebet slet og ret ikke *kan* defineres entydigt; det er et uundværligt analytisk begreb, men det refererer altid til flere dimensioner på een gang, både inden for og udenfor "teksten".

Dette mangetydige genre-begreb afspejler sig også i de øvrige af nummerets artikler. De afspejler mediemæssigt en mangfoldighed: både radio-genrer, film-genrer og TV-genrer er repræsenteret, og der anlægges synspunkter som arbejder både på tekst-siden, på modtagersiden og på den kulturelle kontekst, som de forskellige genrer og medier indgår i. Men samtidig afspejler artiklerne i hvert fald tre centrale dimensioner i genre-begrebet: *den socio-kulturelle, den æstetiske og den psykologiske.*

I *den socio-kulturelle dimension* ved genren, ser man på genrer som en slags sociale og kulturelle "forventninger", der er indbygget i de medieinstitutioner og det konkrete publikum, der mødes når tekster bliver til og modtages. Genrer bygger altså på socialt, kulturelt og historisk bestemte "koder", "konventioner", "traditioner" eller ligefrem "kontrakter" mellem afsendere og modtagere. Denne sociokulturelle "styring" kan være mere eller mindre stærk: traditionelt set er der ingen tvivl om, at det klassiske Hollywood-system for film og TV-genrer har haft et stærkt institutionelt præg.

Men i flere af dette nummers artikler beskrives det, hvordan sådanne systemer kan forandres historisk, bruges ironisk og aktivt forandres historisk, også af publikum. Dette gælder for *Anne Jerslevs* artikel om kultfilm, som dels handler om kultisk brug af bestemte genrefilm, men som også hævder, at dette forhold mellem publikum og genrer idag er et meget bredt fænomen. Den intertekstuelle dimension og spillet med genrerne er et led i et historisk opbrud, som også træder frem i *Torben Grodals* artikel

om metafiktion, bl.a. i amerikanske TV-serier. Samtidig viser *Mary Ann Doanes* artikel, at en i sig selv utrolig mangedimensional genre som melodramaet har helt forskellige funktioner og udtryk, der synes at afspejle socio-kulturelle forskelle.

En stærk socio-kulturel genre-dimension indgår også i *Jostein Gripsrud* artikel om genrer og kvalitet, der netop fokuserer på, hvorfor forskellige genrer og tekster tilkendes forskellig kvalitet og dermed danner hierarkier - artiklen rummer dog samtidig en stærk hældning mod et æstetisk-tekstorienteret genre- og kvalitetskriterium. Den samme dobbelthed gør sig gældende i *Ib Bondebjergs* artikel om radio-montagen. Den tegner et billede af en ny medie-genres socio-kulturelle fødsel, dens institutionelle rødder og de konflikter som opstod, da genren skulle etableres som en "kontrakt".

Men i denne artikel, ligesom i *Jostein Gripsruds*, *Mary Ann Doanes* og en række af de andre artikler bliver genrer også set i *en æstetisk dimension*: hvad er det for stilistiske, tematiske, narrative træk osv. som karakteriserer de enkelte genrer og de typiske eller a-typiske tekster, som hører til dem. Ofte kan denne æstetiske dimension også have en historisk og medieteknologisk side: det gælder for den æstetiske forandring af radiolyden og for melodramaets æstetiske forandring fra stumfilm til TV-melodrama.

Æstetik handler jo til syvende og sidst ikke bare om formning af tekster, men om bearbejdning af modtagerens bevidsthed og følelser. Ud fra denne betragtning handler genrer om *en psykologisk dimension* ved afsendere, tekster/genrer og modtagere. Til genrer er knyttet bestemte typer af psykologiske reaktioner: spænding, gråd, latter, gys osv. og bestemte former for involvering af følelsesmæssige og intellektuel art. Via forskellige genrer får modtageren udlevet behov, fantasier, drifter, drømme, men også stedfortrædende handling og intellektuel aktivitet: genrer er altså også modeller, der leger med vores kognitive og emotionelle strukturer, således som det især kommer frem både teoretisk og analytisk i *Torben Grodals* artikel.

Dette nummer af *MedieKultur* rummer altså ikke nogen færdig opskrift eller lettilgængelig og entydig definition af begrebet genre. Men det viser genre-begrebets mangfoldighed og anvendelighed i en lang række forskellige medier og diskussioner.

Redaktionen

Genrer og medier - et kort overblik

Af Jerry Palmer

Det er vanskeligt at finde korte oversigter på dansk over fænomenet 'genrer og medier'. Selv i det nye opslagsværk MEDIEHÅNDBOGEN (Gyldendal 1990) leder man forgæves efter en selvstændig artikel om genre, og henvises blot til artikler om 'blandingsgenrer', 'film' og 'journalistiske fortælleformer'. Både for at dække dette hul i medie-faglitteraturen og for at forsyne de mere specifikke artikler om genreproblemstillinger i dette nummer med et indledende rids bringer vi her Jerry Palmers lille artikel, der dels anskuer genre i et kort historisk perspektiv (tilbage til Platon og Aristoteles), dels opridser nogle positioner i den nyere genredebat.

Palmer diskuterer bl.a., om det er muligt entydigt at kategorisere en tekst som tilhørende én bestemt genre, og om genretilhørsforhold skyldes iboende træk ved teksten selv, eller er afledt af kommunikationsprocessen i dens helhed, specielt på modtagersiden? Artiklen, der blev præsenteret ved IAMCRs konference i Bled (1990) er oversat og bearbejdet af Henning Silberbrandt.

De følgende overvejelser drejer sig om genrebegrebet. Enhver diskussion af genre må for mig at se udgå fra to grundantagelser:

1) For en halv snes år siden var det relativt uproblematisk, hvad ordet betød: Genre var et system, der kunne bruges til at klassificere tekster med og analysere fælles træk ved deres opbygning. I dag står det klart, at vi ikke rigtig ved, hvad ordet betyder.

2) Det er vigtigt at få afklaret, hvad genre er, ikke mindst i analyser af populær- fiktion, hvor genretilhørsforholdet er af helt afgørende betydning for, hvordan den opfattes.