

to do better within the same conceptual framework. This book has mapped a way of understanding such magazines that is more productive than anything I have come across. To go further than Drotner on any of her particular magazines, we will need to find answers to questions posed by her theory: what mental modellings makes it possible for authors from quite outside the childhoods they write for, to embody in these magazines resolutions to typified experiences inside those childhoods? Where should we go for the evidence to support the imputation of such typified experiences to groups? We can't only use the magazines, or it will be logically impossible ever to demarcate succesful from unsuccessful attempts. At the same time, what theory of narrative is subtle enough to reveal the stories' transformations and resolutions which Drotner is hinting at?

None of these important questions could even arise without this groundbreaking book. It is truly marvellous.

Peter Larsen. *Tidens tegn*, Akademisk Forlag, København 1989. 148 s., kr. 148,-.

Anmeldt af: Palle Schantz Lauridsen, adjunkt ved Institut for Film, TV og Kommunikation, Københavns Universitet.

På forsiden af paperbackudgaven af Roland Barthes' "Mythologies" er der et billede af en Citroën. En af de nu klassiske, strømlinede modeller med den hydrauliske affjedring. Billedet er der fordi én af Barthes' samtidskulturanalyser, en af mytologierne, handler om den nye Citroën årgang 1956. Altså om et af de dagligdags objekter der var karakteristisk for sin tid, ligesom mange af de andre fænomener Barthes i øvrigt analyserede. Med sympati, sætsende humor eller nærmest militant moraliseren alt efter objektet. Sympatien gjaldt folkelige manifestationer der som fribrydningen rummede en kropslig substans. Den sætsende humor ramte forskellige ideologiske konstruktioner der som reklamen havde deres ud-

spring i borgerskabets økonomiske og politiske interesser, men som mytologisk udbredtes til de øvrige klasser. Den militante moraliseren dukkede frem, når Barthes fx. brokkede sig over at unge, talentfulde teater- og filmfolk ikke kunne deres Brecht.

Mytologierne og Barthes' teoretiske efterskrift, "Myten i dag", fik kolosal gennemslagskraft. Ingen tvivl om at semiologien, ideologikritikken, pragmatikken og danskundervisningen ville have set anderledes ud, havde det ikke været for Barthes' lille bog. Peter Larsens lille essaysamling "Tidens tegn" vil næppe få samme udbredelse som Barthes' bog havde. Dertil er nyhedsværdien i ideen med at skrive små knivskarpe essays om tidstypiske fænomener for ringe. Og det er synd, for Peter Larsens overfladesensitivitet, kulturanalytiske skarpsind og formelle stilbeherskelse kommer fuldt på højde med forbilledets. Men at det har været Larsens hensigt at føre "Mytologier" ajour er klart, alene fordi bogens første illustration er et fotografi af en bil. Ikke af en 50'er Citroën, men af en 80'er-firhjulstruktet Range Rover der tages op til behandling i en af teksterne. Den handler ikke om hvordan kraften overføres fra motoren til de fire hjul eller hvad motorskribenter ellers fylder spalterne med, men om den betydning de firhjulstrukne afgiver i firserkulturens univers.

Peter Larsen der nu er professor i humanistisk medievidenskab ved Institutt for Massekommunikasjon i Bergen, kan ikke være ukendt for MedieKulturs læsere. De mange artikler han har skrevet i de sidste små tyve år har - sammen med de antologier han har (med-)redigeret - placeret ham som landets vel fremmeste formidler af en historisk orienteret semiotisk teori af den art, der aldrig er til for sin egen skyld. Kombinationen af analyse, teori og kritik har altid sammen med hensynet til læseren stået centralt i Peter Larsens produktion. Således også i "Tidens tegn" der er hans første bog under helt eget navn.

Bogen falder i fire afsnit, "Flader", "Fiktions", "Fragmenter" og "Museer" hvortil kommer et afsluttende kapitel, "Spor", der handler om den semiologiske eller blot: kritiske for-

nufts betimelighed i en tid hvor "Marketing and Semiotics er blevet et højt prioriteret emne på handels-højskolernes læseplaner verden over" (p. 144), i en tid hvor kritiske videnskabelige indsigter med stor hast indarbejdes i fx. reklamefolkernes tegnproduktioner.

Det er 80'erne der i en sine steder melankolsk og lettere moralsk optik, kommer under Larsens Lup. "Flader" handler om hvordan forretningsverdenen - eller "Businessland" som Larsen kalder den - og dens diskurser dukker frem overalt: i sproget, i den offentlige administration, i bil-valget, i reklamen. "Fiktioner" analyserer, ofte med hybridgenrebegrebet som ledestjerne, TV-avisen, ugebladenes fortællinger, paranoiafilm og den multinationale reklames svaghed for det stereotyp nationale og det fremmede. "Fragmenter" analyserer reklamebilleder og musikvideoer og "Museer" består af en række stikordsagtige London-billeder og af en analyse af en Cindy Lauper-video.

Jeg hverken kan eller vil modsige Peter Larsens analyser og deres hvasse pointer. Tværimod må jeg anbefale "Tidens tegn" til enhver der har undret sig over hvorfor vi "i disse år taler (...) som bankrådgivere, der lige er kommet hjem fra et week-endkursus i gestaltterapi" (p.13); til enhver som véd at udtrykket *kulturpersonlighed* dækker over et væsen der "fejrede sine største triumfer ved de store middagsselskaber i mellemkrigstiden" (p. 63) og til enhver, som er af den opfattelse af "den største erogene zone sidder (...) mellem ørerne (p. 103)!

Forordet sætter bogen ind i dén universitære diskurs, de øvrige tekster ellers kun bærer præg af i de let bitre analyser af forbrødringen mellem humanisterne og erhvervslivet og i de im og eksplicitte teoretiske referencer: det er fortrinsvis semiologien, Habermas, mentalitetshistorien og Sloterdijk der trækker det tunge læs, mens Baudrillard spørger i kulissen (uden at Larsen af den grund bruger ordet "postmoderne") og *Ordbog over det Danske Sprog* jævnlige dukker op når Larsen med etymologiske henvisninger laver mentalitetshistoriske analyser af ordenes semantik. I forordet træder Peter Larsen ud af sproget og efterlader sin signatur i

et stykke tekst hvor han kun lader sig omtale i tredje person (*han, forfatteren*). Det er hans tekster der er aktive. De *tolker, lytter, læser og beskæftiger sig med* men overlader i øvrigt initiativet til objekterne, til fænomenerne. Det er dem der har *givet anledning til, dem der taler*. Vi får således billedet af en myldrende fænomenverden der aktivt forfører den skribent der dog er så forsigtig, at han lægger ansvaret for analyserne over på sine tekster. Peter Larsen bliver den hund i modernitetens keglespil der giver halen skylden når der vælter en kegle. Derfor optræder analytikerens i de tolkende tekster kun personificeret i det kollektive *vi*, der uafvendeligt må lægge øren til tidens talende tegn.

Helt forsvinder Larsen dog ikke. I "Spor" stikker han snuden frem og spørger i rollen som kritiker hvad man skal gøre, når man hverken vil være marketingsmedarbejder eller opgave kritikken og tale om noget andet (sådan som Barthes sandt nok gjorde da han så mytologiens og semiotikkens kritiske pointer blive indhentet af "de samfundsmæssige institutioner" som Peter Larsen formulerer det)? Larsen svarer med at fremmane modellen af en illusionsløs kritiker der véd at "afstanden (mellem kritikeren og objektet) bliver mindre og mindre" (p. 147), men som samtidig insisterer på at selv den mindste afstand er kritikkens mulighedsbetingelse (hvis eller dét er et ord der er gangbart i dag!). Teksterne - og dermed deres forfatter - er måske nok illusionsløse men de er også svagt melankolske. Det fremgår fx. af de kun let skjulte begrædelser over humanisternes forbrødring med "businessland", hvis symptomatisk omfangsrige behandling i bogen kunne pege i samme retning. Og når Larsen i vignetten til kapitlet "Metropolis" med T.S. Eliot kalder London en "Unreal city" og fremmaner et forvirret, baudrillardsk rodsammen af et storbyunivers spørger man uvilkårligt sig selv, hvad det er for en "real city" der ligger oversvømmet på bunden af det larsenske forestillingshav. Det forekommer mig derfor at Peter Larsen alle sine besværgelser til trods taler fra et udsigtspunkt i et svundet Atlantis, når han afslutningsvis manende skriver: "Det kan

godt være, at kritikken - som Sloterdijk formulerer det - på ubestemt tid er henvist til sameksistens med det kritiserede. Men der er ingen der siger, at det skal være fredelig sameksistens" (p. 147).

"Tidens tegn" er tilegnet *Tine, Mikkel og Martin*, Peter Larsens børn vil jeg tro. Det understreger blot pointen om at det er den gamle verden der snakker om og til den nye. Den skuer klart og vidt, og den taler sin sag forbandet godt.

Gunnar Strøm, *Musikkvideo*, Det Norske Samlaget 1989. 168 s., Kr. 198,-.

Anmeldt af: Elo Nielsen, adjunkt ved Rødovre Gymnasium.

Når rockvideoerne i løbet af en relativt kort periode har fået en central placering i den internationale massekommunikationsforskning skyldes det flere forhold.

Interessen drives ofte af en umiddelbar lyst til at få lov til at skrive om rockmusik, og alligevel er resultatet - paradoksalt nok - som regel, at der intet står om musikken. Desuden fremtræder rockvideoer som selve paradigmet på den aktuelle kulturdiskussion, idet de centralt indskriver sig i skæringspunktet mellem massekultur og finkultur, mellem kulturindustri og avantgardekunst. Dermed etableres de som et uomgængeligt diskussionsobjekt i brudfladen mellem den kritiske teoris kulturpessimisme og så den mere jubelidiotiske, overfladiske del af de postmoderne kommunikationsteorier.

Sådan forholder det sig også med Gunnar Strøms bog "Musikkvideo". På den ene side er Strøm klar over og redegør for, at videoerne bliver mere og mere kedelige, mere og mere konforme og mainstreamede (s.9), på den anden side kaster de stadig undertiden små tætte og kreativt overraskende oplevelser af sig (s.150).

Bogen er den første samlede introduktion til rockvideoerne i Norden. Den samler stort set de væsentligste dele af den angelsaksiske forskning op og referer den loyalt.

De kontinentale bidrag til diskussionen er derimod helt udeladt. Tysk er et lukket land i denne sammenhæng. Bogen er forsynet med et register, en videoliste med produktionsoplysninger (som jo ellers tit er svære at få fat i). Den er gennemillustreret, men desværre med en gentagelse af de sort-hvide gnidrede og uskarpe gengivelser man kender fra de fleste publikationer om videoer. (Et eksempel på at det kan gøres spændende og i farver, finder man i Veruschka Bódy og Peter Weibel (hrsg), *Clip, Klapp, Bum: Von der visuellen Musik zum Musikvideo*, (Köln: DuMont Buchverlag, 1987)).

Strøms bog er således et grundigt arbejdsredskab, velegnet som introduktion og til undervisningsbrug. Men heller ikke så meget mere.

Indholdsmæssigt falder bogen i to dele. Førstedelen giver på ca. 80 sider et overblik over rockvideoens historie, udvikling og mediemæssige forudsætninger. Der trækkes linjer tilbage til de gamle rockfilm, de traditionelle rockdokumentarfilm, de første videoer, de små TV-tilpassede promotionfilm, og de gamle TV-rockshows. Der er ikke så meget nyt at hente her. Man får et godt og kortfattet overblik over den eksisterende forskning, men for eksempel savner man en grundig og veldokumenteret analyse af de økonomiske sammenhænge.

Enkelte nye og væsentlige oplysninger kommer dog frem.

Med amerikaneren Jack Banks som kilde kan Strøm vise, hvordan monopoliseringen allerede breder sig. MTV indgår idag eksklusiv- eller monopolagtige aftaler med de største af pladeselskaberne. De køber retten til i en bestemt periode - for eksempel typisk 30 dage - at have eneretten på selskabets videoer. MTV finder selv frem til 20% af de videoer, de vil vise, og pladeselskabet får lov til at udvælge 10%; på den måde opnår MTV et monopol på 30% af de store selskabers videoer i en periode på 30 dage, og de betaler i dag pladeselskaberne millioner af dollars for denne monopolignende status.

MTV skal således have betalt CBS 8 millioner dollars samt gratis reklametid for i en toårig periode at få monopol på 30% af CBS årlige produktion på 200 videoer. Et

forhold, der har bevirket, at MTV er anmeldt for at have overtrådt antirustloven i USA.

I Europa er billedet også vendt. Virgin-koncernen har nu overtaget aktiemajoriteten i "Super Channel", og TV-stationerne betaler i dag modsat tidligere for at vise rockvideoer. I 1986 betalte BBC 150.000 pund for retten til at vise videoer, og i Frankrig er prisen for blot en enkelt afspilning 400 pund. (s.67). Det kunne have været et spændende projekt at afprøve, om det er denne monopolisering, der har drænet rockvideoerne for deres første overraskende og kreative energi. Men Strøm kommer ikke længere end til registreringen af de nye oplysninger om økonomien bag videoerne.

Bogens anden del omhandler videoernes form og indholdsstrukturer. Der er ingen gennemførte analyser af enkelte videoer, men en slags kalejdoskopisk sammenskrivning af allerede kendte synspunkter fra blandt andre Marsha Kinder, Ann Kaplan, Andrew Goodwin, Simon Frith og Peter Larsen, suppleret med nogle forsøg på positivistisk indholdsanalyse og empiriske effektanalyser. Men alt i alt savner man her et overordnet synspunkt, en bærende idé, fremfor den sideordnede opremsning af en række forskellige vinkler på stoffet.

Et eksempel. Afsnittet "Filmsitat og metavideoar" (s.117-125), indledes med et citat af Russel Mulcahy om hans citatbrug. Derefter følger en let kommenteret opremsning af 14 eksempler på forskellige videoers citatbrug. Det perspektiveres med en kort parafrase af et citat af Andrew Goodwin, hvis pointe er, at videoerne med deres citatteknik skulle henvise til en kulturel referenceramme fælles for videoproducenterne og det unge publikum. Derefter følger et kort citat af Simon Frith, som hævder at videoerne med deres citater signalerer, at de ved, hvad der rører sig i ungdomskulturerne. Argumentationen afsluttes så med følgende konklusion:

*"Slik blir filmreferansane ein måte å uttrykkje kulturell tilhøyrse, samtidi-  
dig som publikum med same kulturbakgrunn lettare kan identifisere seg med popartistane"* (side 120).

Men er synspunktet korrekt. Kender de unge idag Polanskis: Repulsion, Langs: Metropolis, Woody Allens: Zelig og Hawks: Gentlemen prefer Blondes etc. Det er de eksempler Strøm nævner. Kender de dem så godt, at de kan identificere citaterne, således at der etableres en fælles kulturel referenceramme og identifikationsbaggrund?

Det her er ikke noget kardinalpunkt i Strøms fremstilling, men blot brugt som et eksempel på, at Strøm næsten selv forsvinder helt i den strøm af citater og synspunkter, som føres frem. Der er gået for meget videoestetik i fremstillingen. Man savner en overordnet arbejdshypotese, et synspunkt, som argumenteres grundigt igennem, en holdning.

Men som introduktion, som opsamling, som undervisningsbog og som veldokumenteret materialesamling og sammenskrivning af væsentlige dele af den eksisterende forskning er den et godt bud, og tilmed skrevet i et sprog som gør, at selv de ældste gymnasieelever for eksempel burde kunne være med her.

*En støj i øjet: film- og videoeksperimenter på danske værksteder*, red. Susanna Neimann, Århus: Klim, 1989. 175 s. : ill.

Anmeldt af: Ib Thorlund Nielsen, kunstbibliotekar, Stadsbiblioteket i Lyngby.

I de seneste år har man kunnet spore en stigende interesse for videokunst i Danmark. Der har været store videofestivaler i København og Århus. Videokunstens arvefænde TV har sendt programmer med videokunst. I Københavnsområdet er der åbnet videoteker med videokunst i Huset, på Hovedbiblioteket på Kultorvet og på Kunstbiblioteket i Lyngby. Og Statens Filmcentral tilbyder videokunst til hjemlån gennem bibliotekerne.

Nu er der også kommet en bog om film- og videoværkstederne i Danmark og ikke mindst om deres pro-