

CUT #095

MEDLEMSBLAD FOR MEDIELÆRERFORENINGEN

MARTS 2011



>>REALITY KILLED THE VIDEO STAR? >>SOCIALE MEDIER
I UNDERVISNINGEN >>STAFETTEN: LARS VON TRIER >>ELEVFILM-
FESTIVALER >>TØRSTER VORES MEDIEELEVER EFTER DYBDE?

CUT #095

Redaktion

CHRISTINE BOAS DABELSTEEN - Nørre Gymnasium - cd@norreg.dk
JEPPE G. JENSEN - Virum Gymnasium - gj@virum-gym.dk
NEEL SCHUCANY - Roskilde Handelsskole - neel@schucany.dk
MADS SKRUBBELTRANG - Københavns Åbne Gymnasium -
madsskrubbeltrang@hotmail.com

Skribenter i dette nummer

MATHIAS BONDE KORSGAARD - Nordisk Institut, Aarhus Universitet
LISBETH BRUNEBJERG HOLMEGAARD - lærer, cand.mag., Filmlinjen.dk
CHRISTINE BOAS DABELSTEEN - Nørre Gymnasium
HENNING BØTNER HANSEN - Frederikshavn Gymnasium
JEPPE G. JENSEN - Virum Gymnasium
CARSTEN KOPP - Københavns Åbne Gymnasium
MARTIN MEYER - cand.mag. i Medievidenskab, Appæl
ANNE JUUL MØLLER - Odder Gymnasium
HANS OLUF SCHOU - Viby Gymnasium
NEEL SCHUCANY - Roskilde Handelsskole
MADS SKRUBBELTRANG - Københavns Åbne Gymnasium
SIDSEL WINDINGE - Silkeborg Gymnasium

DEADLINE FOR CUT #096
25 MARTS 2011

GRAFISK DESIGNER Lyndsay Jensen
PRINT Laser Tryk, Århus

Medielærerforeningens bestyrelse

Henning Bøtner Hansen, Frederikshavn Gymnasium og hf
(Formand, fagligt forum)

Kirsten Andersen, Christianshavns Gymnasium
(EKKO)

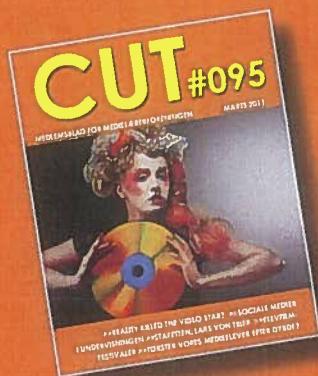
Anders Dahl, Det Frie Gymnasium

Klaus Michael Jensen, Silkeborg Gymnasium

Søren Jakobsen, Odsherreds Gymnasium
(kasserer, pædagogisk samråd, kursus)

Neel Schucany, Roskilde Handelsskole
(medlemsregistrering)

Mette Wolfhagen Linnebjerg, Sct. Knuds Gymnasium
(sekretær, fagligt forum)



Annoncering i CUT

PRISER 1 side - 1000,- kr. ½ side - 550,- kr.

KONTAKT Jeppe G. Jensen, Esrumsvvej 48, 3000 Helsinger. Tlf. 21 25 49 71.

Opgave 2A

Fire venner er på en bustur. Da bussen punkterer kommer de over i en ny bus. I den nye bus bliver der fordelt nye pladser. I den nye bus er der 18 ståpladser, 12 vinduespladser og 15 øvrige siddepladser.

- a) Antallet af måder hvorpå de fire pladser fordeles blandt de 45 pladser bestemmes ved:

$$\frac{45 \cdot 44 \cdot 43 \cdot 42}{4!} = 148995.$$

Dette betyder at der er 148.995 kombinationsmuligheder

- b) Scenarie A lyder at to af vennerne får vinduespladser og de to andre får ståpladser. Sandsynligheden for at dette sker bestemmes ved brug af formel 177 i formelsamlingen side 30:
- c) Scenarie B lyder at 3 af vennerne får siddepladser (som ikke er vinduespladser) og en står op. Sandsynligheden for dette oplyses til at være 5,5%. Sandsynligheden for at både scenarie A og B sker bestemmes derved ved brug af formel 179 på side 30 i formelsamlingen som er formelen for enten eller princippet.

$$5,5 + \text{sandsynligheden for scenarie A} = P(A \text{ eller } B)$$

Opgave 2A

a)

$k(45,4)$	$k(45,4)$
$\frac{45!}{4! \cdot (45-4)!}$	148995

b)

$\frac{45!}{18! \cdot (45-18)!} \cdot 2$	3431768989880
$\frac{45!}{12! \cdot (45-12)!} \cdot 2$	57520043490

c)

$\frac{45!}{15! \cdot (45-15)!} \cdot 3$	1034602276752
$\frac{45!}{18! \cdot (45-18)!}$	1715884494940



redaktionen har vi brugt tiden på at tage os en lille snak om hvor mediefag står som fag, og hvor vi er på vej hen. Og en af de ting, som vi kan blive enige om, er, vi kan blive enige om er, at vi sjældent tager fat på, er de små områder i vores fag. Har vores fag tid til at bruge tid på nicheområder? Og hvad er et nicheområde? Det har vi forsøgt at sætte fokus på i dette nummer af CUT.

Hvis vi starter ved begyndelsen, mener dele af redaktionen (læs: Jeppe), at der er et problem med gennemsigtigheden i vores fagnavn. Det kaldes mediefag og vi beskæftiger os med medier, men er der en forskel fra pre-reformens film og tv? Hvor i faget bruger vi tid på andre medier end de mest åbenlyse. Lad det være sagt at vi naturligvis ikke kan svare for alle, men ingen af os har endnu undervist i eller stødt på et forløb i for eksempel de sociale medier (Facebook, Twitter, MSN, MySpace). Og det selv om de fleste af vores elever er bekendt med dem og at de ofte bliver nævnt i nyhederne (og andre programmer). Og jeg tror heller ikke vi kan overse størrelsen af for eksempel Twitter i USA, hvor alle fra talkshowværter til filmstjerner over professionelle atleter twitter dagligt og skaber den ene prekære situation efter den anden.

Et andet nicheområde, som er ganske interessant er trailere. Ikke kun for film, men også for programmer. De har i sig selv en berettigelse, men igen er det for os et ukendt område. Der kan nok dannes et teoretisk grundlag for en skabelon, findes ikonografi og der findes jo et ual af eksempler, som gør

sig godt til parallelfilm på c-niveau. Indenfor visse genrer er trailerne ALTID de samme og man savner ligefrem fornyelse. Dette fænomen har Neel dykket ned i dette nummer.

Vi kan måske se en fremtid i møde, hvor vi skal skifte fokus fra et værk til et medie. Vi har meget fokus på film og tv, som de styrende medier, men lige gyldigt, hvor meget vi holder af de to medier, så er de i gang med forgæves at følge med både computeren og mobiltelefonen som det primære medie. Elever ser film på deres iPhone, youtube-videoer på computeren eller sender pinlige optagelser fra den ene mobil til den anden.

Vi har næsten altid fokus på et enkeltstående værk, som vi undersøger til bunds. Vi kigger på de filmiske virkemidler, angriber værket med analysemodeller, kigger på samtiden og relationer til temaer og budskaber. For en film eller et tv-program er det jo også fyldestgørende og givende, men hvordan angriber vi Facebook? Der er ingen filmiske virkemidler, budskabet er salg af et produkt (egoet) og det er svært at analysere andet end den visuelle udformning af en hjemmeside eller en retorisk analyse af Twitter. Består problemet så mere i at vi simpelthen er teoretisk underernærede og uvidende, og derfor ikke tør springe ud i det? Martin Meyer er behjælpelig med at belyse dette emne i dette CUT.

Hvis vi kigger på det nøgternt, hvori ligger så forskellen mellem at analysere en tv-reklame og så analysere en facebook-side for et firma eller en event (den virtuelle fredsmarch i Egypten, for eksempel)? Vi skal have øje for hvilken målgruppe, vi retter siden imod. Vi skal undersøge de demografiske muligheder, der ligger i målgruppen. Vi skal tænke budskab og hvordan vi får det frem. Man kan sagtens tænke i formler som vi gør i reklamer, så måske er forskellene mindre end vi tror. Men kan vi bakke det op litterært? Ja, der er masser af problematikker at gribe fat i.

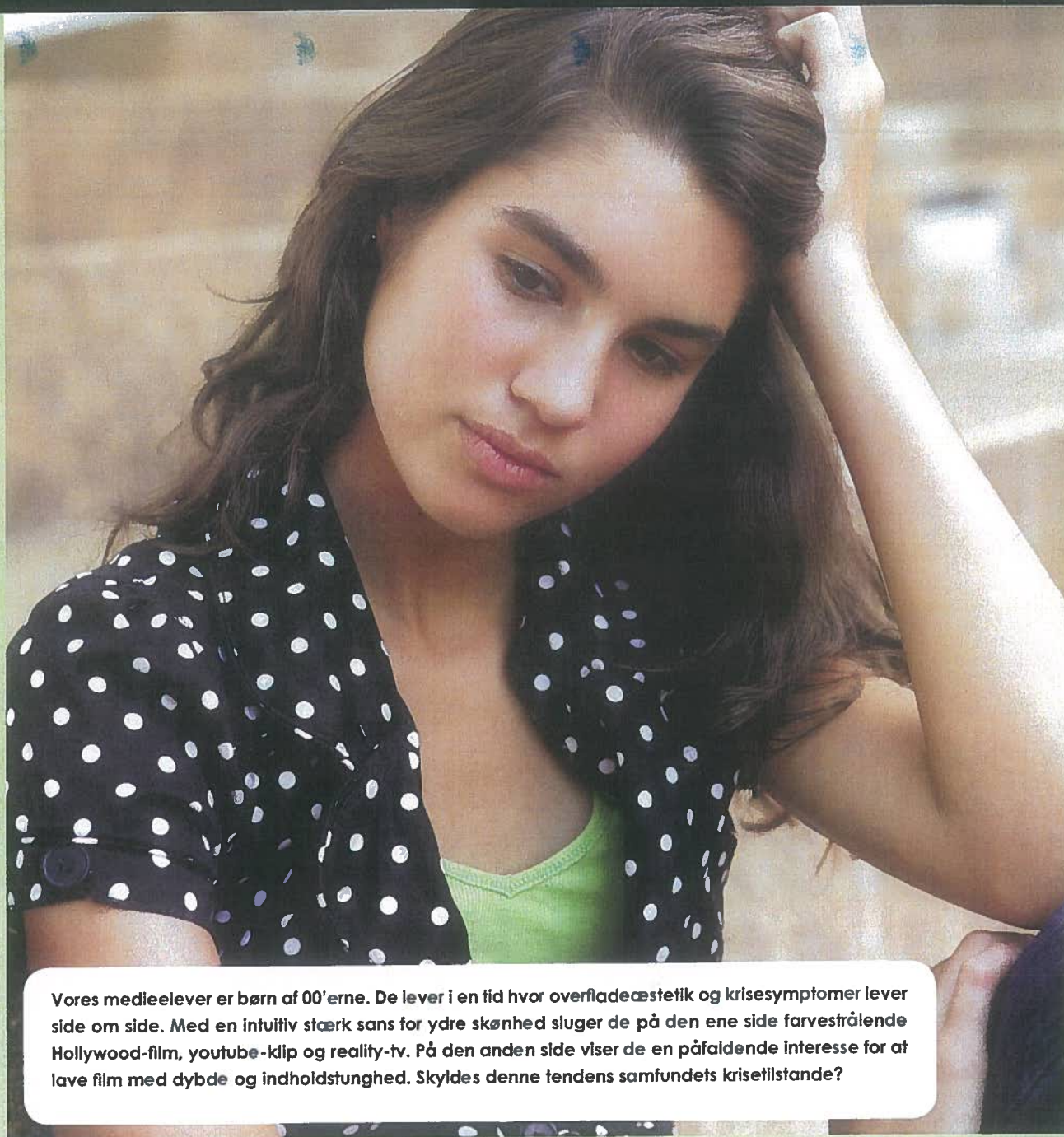
Og hvor står vi i forhold til de medier og produktioner? Kan man aflevere en eksamensproduktion klippet på en mobil? Tænk over det, kollega. They're here....

Redaktionen

KLUMME

TØRSTER VORES MEDIEELEVER EFTER DYBDE?

AF CHRISTINE BOAS DABELSTEEN, ADJUNKT I MEDIEFAG PÅ NØRRE GYMNASIUM



Vores medieelever er børn af 00'erne. De lever i en tid hvor overfladeæstetik og krisesyntomer lever side om side. Med en intuitiv stærk sans for ydre skønhed sluger de på den ene side farvestrålende Hollywood-film, youtube-klip og reality-tv. På den anden side viser de en påfaldende interesse for at lave film med dybde og indholdstunghed. Skyldes denne tendens samfundets krisetilstande?

Nu står foråret for døren, og vi er mange medielærere, som så småt slipper det stramme didaktiske tag om vores elever. De skal nemlig ud selv at producere film – og de skal til at sætte den indholdsmæssige dagsorden. Som medielærer må jeg nu acceptere en plads som konsulent, og til en vis grad lade elevernes kreativitet tage over. **Det er en sparkende interessant tid, hvor vores elever pludseligt popper af idéer.** Idéerne kommer direkte fra et teenage-POV, og vi får dermed et kig ind i deres måde at se verden på.

Hos mine medieelever figurerer der stadig en hel del elevklassikere som 'Nørden og baben', 'Den mest uheldige dag i mit liv - som bare var en drøm' og lignende. Men hos nogle af eleverne virker det næsten som om, at de tørster efter at beskæftige sig med eksistentialisme, politiske ideologier og andre indholdstunge emner. Idéer som 'Bibelens skabelsesberetning med levende billeder i en ironisk og dobbelttydig fortællestil' og 'En nyfortolkning de syv dødssynder' og 'Tage temperaturen på det politiske klima i Danmark' og lignende idéer har floreret både sidste år og i år.

"De unge i dag er ikke rodløse, de er trådløse", siger ungdomsforskeren Jens Christian Nielsen til Politiken søndag d. 3. maj. Ifølge ham er ungdomsgenerationen på den ene side superforbrugere, som de har set deres forældre være det, og på den anden side er de reflekterende og engagerede i deres omverden. Generationen kaldes ifølge forskerne, generation Y (forkortelse for "why"), fordi de sætter spørgsmålstejn ved det meste. Herunder altså også politik, ideologier, eksistens, religiøsitet og erkendelse.

I 2005 udgav Center for Ungdomsstudier og Religionspædagogik bogen "Generation Happy?" baseret på et studie i teenageres livsværdier og holdninger. Ud fra en lang række spørgeskemaer konkluderer bogens forfattere, at den kristne kulturarv har en betydning for de unge, og at hele 51 procent tror på Gud. Dette er en stigning i forhold til tidligere undersøgelser med samme aldersgruppe. Men unges religiøse bevidsthed og retning er ikke nødvendigvis af den konforme type, siger undersøgelsen. De beder ikke blot deres aftnebøn og tror på de søde engle og en rar gammel mand med hvidt skæg i himmelen. Netop fordi de konstant stiller spørgsmålstejn ved alt, igangsættes også refleksionen og erkendelsen af verdens absurditeter, fordrejninger, manglende helheder og forklaringer.

Vores medieelever er unge i en tid, hvor samfundsproblemer synes større end for bare ti år siden, hvor jeg selv gik i gymnasiet. Verdensfreden er ikke lige så stabil som den har været, økonomien og fremtiden synes mere vakkende, og religiøse



mennesker kæmper både verbalt og fysisk. I 1990'erne be- fandt Danmark sig i et idyllisk sukkerchok. Den kolde krig var overstået, velfærdstaten stod i flor, og alle havde adgang til personlig realisering, jordomrejser og materiel velstand.

Nu skriver vi 2011, og vi er trådt ind i the new world order – tiden efter 11. september 2001. Medieleverne i dag husker måske svagt tv-billeder af de to tårnes fald i New York i 2001, og hvis de ikke husker oplevelsen live, har de i hvert fald set den på repeat adskillige gange på tv. Siden 2001 er be-vidstheden om terror, krig, trusler og religionskrige blevet skærpet i Vesten. Det fravær af religion, som prægede tiden i 1980'erne og 1990'erne er igen kommet på dagsordenen i dag. Det er sket til dels på grund af de kampe, der til sta- dighed foregår mellem religiøse mennesker fra de to store religioner Kristendom og Islam, herunder d. 11. september, kampene i Gaza og karikaturkrisen. Derudover er vi i løbet af de sidste 10 års tid blevet konfronteret med både en såkaldt klimakrise og en økonomisk krise.

Samfundets krisetilstande i 2011 har muligvis forrykket vores allesammens værdifokus – og måske særligt for vores elevers generation? I medieproduktionerne kan vi i glimt spore disse tendenser, og vi får hermed et eksklusivt kig ind i hovederne på næste generations samfundsborgere, som måske sam- tidigt bliver vores kommende medieproducenter og for- brugere.

KLAR, PARAT, VÆRSGO!

AF LISBETH BRUNEBJERG HOLMEGAARD, LÆRER, CAND.MAG., FILMLINJEN.DK



I december 2010 blev Filmlinjen.dk lanceret, og siden da er flere filmproduktioner via websitet sat i gang rundt om på landets gymnasier. Men hvorfor er Filmlinjen.dk af særlig interesse for filmundervisningen i gymnasiets mediefag? Hvilke læringspotentialer rummer websitet som ressource? Hvordan kommer man som lærer i gang med filmproduktion via Filmlinjen.dk? Denne artikel giver et indblik i, hvad Filmlinjen.dk kan tilbyde sine brugere.

Filmlinjen.dk er udviklet af Station Next, der er en filmskole for unge og deres undervisere. Efter i 10 år at have samarbejdet med professionelle filmfolk om undervisningen på Station Next er den filmfaglige viden samt metoder og redskaber til filmproduktion nu gjort tilgængelig for alle på Internettet – ganske gratis. Filmlinjen.dk henvender sig primært til unge i alderen 13-18 år og deres undervisere, der ønsker at arbejde med et større projektforsløb af minimum 2-3 dages varighed i grundskolens overbygning eller i gymnasiets mediefag. Forslag til undervisningsforløb er givet i lærervejledningen, der kan downloades fra www.filmlinjen.dk. Det er desuden muligt at downloade forslag til holdopstillinger for 4-28 personer. Da Filmlinjen.dk både henvender sig til grundskolens overbygning og mediefag i gymnasiet, er arbejdsopgaverne for eleverne inddelt i et basisniveau for grundskolen og et udvidet niveau for gymnasiet. Det udvidede niveau adskiller sig fra basisniveauet ved et større antal opgaver og en højere detaljeringsgrad i opgavebeskrivelserne.

LÆREREN SOM FILMPRODUCER

Inden filmproduktionen påbegyndes, anbefales det, at lære-

ren går på opdagelse på websitets offentlige sider. Ud over andre klassers produktioner er der adgang til videofilm med funktionsportrætter med professionelle filmfolk og guides til, hvordan eleven arbejder på Filmlinjen.dk samt gode idéer til kreative aktiviteter forud for filmproduktionen. Her får man også helt basal faglig viden om billedbeskæring, perspektiv og kamerabevægelser.

Via Filmlinjen.dk opretter læreren sig som producer for filmproduktionen og sætter filmholdet på baggrund af elevernes ønsker. Producerens arbejdsproces fra oprettelse og videre ind i produktionen til offentliggørelsen af filmholdets egen produktionsside er udførligt beskrevet i lærervejledningen og præsenteres ligeledes i en videoguide på Filmlinjen.dk. Station Next tilbyder desuden kurset *Læreren som filmproducer med Filmlinjen.dk* i samarbejde med landets CFU'er. Søg information herom på det enkelte CFU's webside. Desuden kan der træffes aftale med Station Next om at afholde kurset på et lokalt gymnasium for en gruppe af medielærere fra pågældende region/kommune.

Når eleverne har fået tildelt en funktion i filmproduktionen, og selve arbejdet sættes i gang, består lærerens rolle som producer i at have det forkromede overblik over filmproduktionen. Til det formål hjælper Filmlinjen.dk ved at visualisere det samlede filmholds funktioner i en fælles filmlinje (arbejdslinje) inddelt i de tre faser: forproduktion, produktion (optagelse) og postproduktion (se fig.1 Instruktørens forside). På holdets filmlinje (øverst i billedet) er de forskellige arbejdsopgaver samlet under milepæle, der viser, at opgaver ikke er påbegyndt (rød), at opgaver er i gang (gul), eller at opgaver er færdiggjort (grøn). Billedeksemplet viser desuden instruktørens egen arbejdslinje, beskedcenter m.v. Undervejs i produktionen kan læreren udsende fælles evalueringer til eleverne via evalueringsmodulet, og ligesom eleverne kan læreren også kommentere på filmholdets uploadede materialer. Filmlinjen.dk leverer dermed overskuelighed og effektive kommunikationsveje for både lærer og elever. Da alt nødvendig filmfaglig viden desuden er tilgængelig på websitet, skal læreren ikke først på jagt efter brugbart filmfagligt materiale og sætte sig ind i et stort stofområde. Her kan også den filmfagligt uerfarne lærer være med. Filmlinjen.dk gør det muligt for læreren at koncentrere sig om sin rolle som producer (=facilitator) og giver større mulighed for, at læreren kan sætte ind med hjælpen de rigtige steder.



EN LEVENDE RESSOURCE

Filmlinjen.dk er en levende ressource for brugerne. Eleverne skal ud fra websitets vejledninger selv producere og uploade materialet. I sidste ende udgør materialet det enkelte filmholds produktionsside – herunder holdets færdige film – som kan offentliggøres på Filmlinjen.dk. Når materialet først er uploadet, er det tilgængeligt for alle på holdet, og man undgår situationer, hvor fx et manuskript ikke er kommet med i skoletasken. Idet man logger sig ind på sit filmholds interne arbejdsseite på Filmlinjen via computeren enten i skolen, hjemme hos sig selv eller for en elevs vedkommende hos en af klassekammeraterne, får man adgang til holdets uploadede materiale. Det gør det dermed lettere for både lærer og elever at forberede sig og arbejde videre med filmprojektet. Filmlinjen.dk har sit eget mailsystem, hvor eleverne gennem produktionsprocessen kan kommunikere med hinanden og læreren. Scenografen kan fx via mail bede resten af holdet om at se nærmere på de billedeksempler til filmens stemning og stil, hun har uploadet som dokument. Eleverne kan via mailsystemet kommentere på hinandens uploads via computer derhjemme eller på gymnasiet. På den måde gøres eleverne dermed til aktive deltagere i samarbejdet mod det fælles mål – at skabe en film.

MOTIVATION OG SAMARBEJDE

Film er et tillukkende medie for unge, og arbejdsformerne inden for filmproduktion henvender sig bredt til elevers forskellige kompetencer på et hold. Her er der brug for dem, der kan lide at tegne (storyboarder), fortælle historier i tekstform (manuskriptforfatter) og skabe stemninger i lyd og billede (tonemester, scenograf og rekvisitør) – og dette er kun et udpluk. Arbejdsopgaverne på en filmproduktion spænder vidt. Elevernes forskellige læringsstile tilgodeses i arbejdet via Filmlinjen.dk, hvor viden og redskaber præsenteres i både tekst, billede, lyd og videoguides. Det er Station Nexts erfaring, at mange elever undervejs i arbejdet med filmproduktion opdager nye kompetencer hos sig selv.

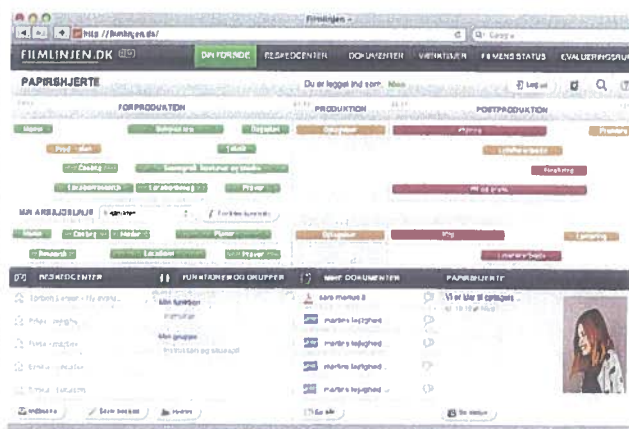
Via Filmlinjen.dk vil den enkelte elev opleve at blive indført i sin arbejdsfunktion og opgaver via en videoguide med en professionel filmskaber med samme funktion og opgaver. Der ligger en motivation for eleverne i at kunne spejle deres eget filmarbejde og funktion i de professionelle filmfolks arbejdsopgaver og funktioner. Eleverne kan undervejs i produktionen ligeledes lade sig inspirere af portrætterne af unge filmskabere, der på eksemplarisk vis fører eleverne gennem funktionernes arbejdsgange i de tre produktionsfaser. På en filmproduk-

tion er mange mennesker afhængige af hinandens arbejde. De professionelle filmfolk har processens tre produktionsfaser inde under huden og kender til vigtigheden af at overholde deadlines. Det er et godt signal at sende eleverne, at selv en professionel filmproduktion er afhængig af samarbejdet mellem de forskellige funktioner. På den måde giver det det enkelte hold samarbejde omkring en filmproduktion værdi og forankring i virkeligheden. De kan mærke, at deres produktion tages alvorligt.

GRATIS OG TILGÆNGELIG LÆRINGSRESSOURCE

De unge er vokset op med den ny teknologi, og de navigerer med lethed og er flittige brugere af de forskellige medier, men adgang til og stort forbrug af tv, computer og mobiltelefon er ikke ensbetydende med, at de unge lærer at kommunikere gennem medierne – endsi-ge se bag om dem. Den bedste måde at give dem disse fagligheder er ved at lade dem gennemføre det praktiske arbejde med filmproduktion. Derved får de et kendskab til fagligheder og faser inden for filmproduktion, hvilket giver dem et solidt grundlag for selv at producere og kommunikere via mange forskellige medietyper. De vil ikke mindst opnå evnen til at analysere og vurdere film og medier generelt.

Som udgangspunkt kan filmproduktion med et hold elever virke uoverskuelig som proces og fagområde. Hvor skal man begynde? Filmlinjen.dk stilles gratis til rådighed for alle og leverer en færdig pakke med viden, redskaber og metoder. Opret et eller flere filmhold med eleverne ud fra websitets anvisninger og få gode råd og ideer fra professionelle filmfolk til produktionen. Filmlinjen.dk hjælper lærer og elever med at bevare overblikket over produktionen og effektiviserer kommunikationen via billeder, video, lyd og tekst.



FILMANMELDELSER

CHRISTINE BOAS DABELSTEEN, ADJUNKT I MEDIEFAG PÅ NØRRE GYMNASIUM

GAINSBOURG -MANDEN, MUSIKKEN OG MYTEN

Biografisk drama

2010

DVD release 16/11/2010

SF Film A/S

Filmhyldest til sangeren Gainsbourg mangler sammenhæng

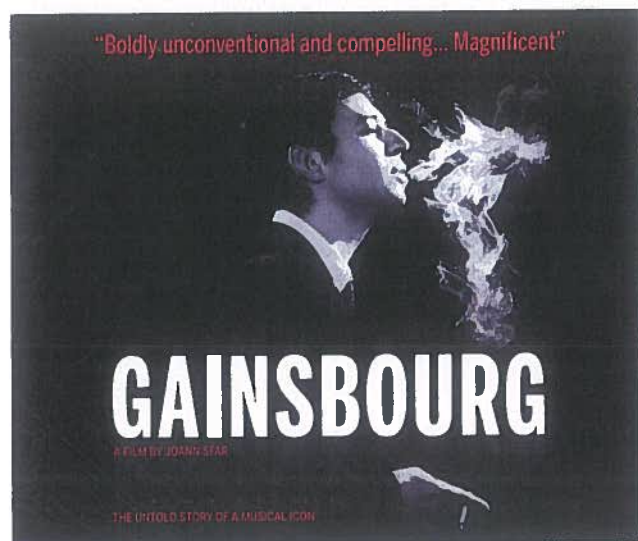
Hvis du (som undertegnende) har frankofile tilbøjeligheder, vil du sikkert begejstres over, at der i din medietime for en gangs skyld klinger franske sange og ord i klasserummet med filmen *Gainsbourg*. Men hvis du gerne vil vise dine medieelever et eksempel på, hvordan de fortæller den gode historie, udarbejder klar vinkling, fastholder en rød tråd og skaber en følelsesmæssig identifikation med sine personer, skal du IKKE vise dem filmen.

Instruktøren Joann Sfar har lavet et genremæssigt mix af sarkastisk komik og betagende, poetisk hyldest, i sin portrættering af den franske sanger Serge Gainsbourgs liv fra vugge til krukke. Men affæren med Bardot, det senere ægteskab med Jane Birkin, hans barndom, de kunstneriske frustrationer, stof- og alkoholmisbrug - skildres alt sammen i filmen i fragmentarisk og lettere usammenhængende rækkefølge.

Dog kan visse sekvenser fra filmen bruges i en citat-gennemgang til at eksemplificere begreberne showing frem for tel-



ling. Eksempelvis da hans jødekompleser vises i form af en fysisk tilstedeværelse: En stor, kluntet fantasi-jøde forfølger ham i løbet af barndomsscenerne. Og senere dukker endnu en alter ego-personlighed op ved hans side, når han drives ud i de mørke sider af sin personlighed. En krumrygget, karikaturlignende alter ego-figur smiser sig gang på gang ind i



sangerens liv i filmen.

Samme sekvenser kan du med fordel bruge i et psykoanalytisk filmforløb om spaltede personligheder i film som tema. Her kan man blandt andre inddrage *Fightclub* (1999), *Spiderman* (2002), *Dr. Jekyll and Mr. Hyde* (1941), *Psycho* (1960). I et samarbejde med engelsk (i AT eller SRO, SRP-sammenhæng) kan eleverne læse romanerne bag disse film og lave komparative analyser af film og litteratur. Sammen med Dansk kan du inddrage HCAs eventyr af Skyggen og Villy Sørensens gendigtning af selvsamme.

Jeg vil dog ikke anbefale, at du bruger alle 130 minutter af dine mediefagsmoduler på filmen *Gainsbourg - manden, musikken og myten*.

★ ★ ★ ★ ★

NEW YORK I LOVE YOU

Drama

2009

DVD release i DK 16/11/2010

SF Film A/5

Storbyens vanskæbner mødes i multiplotfilm

Hvad er det, som binder os mennesker sammen, og hvad er det som adskiller os? Har det tilfældige møde eller berøring betydning for resten af dit liv? Er der en mening med, at du møder nogle bestemte mennesker, eller en mening med dem, du aldrig møder?

I multiplotfilmen *New York I Love You* lever en række storbymennesker, ældre, unge, vanskæbner og succesdyr side om side, og deres liv fletter sig ind i hinanden i løbet af filmen.

Enkelte af filmens dele er som små stykker af lysende perlemor i deres intensitet og smukke melankoli. Eksempelvis er kapitel 10 (ca. 12 minutters længde) en æstetisk lysplet af tragisk hvid lykke: En ældre kvindelig skuespillerinde eller sanger (Julie Christie fra *Rødt Chok*) med en glørværdig karriere bag sig, ankommer til et hotelværelse. Hotellets piccolo (Shia La-



Beouf fra *Wall Street*), en halt og tungsindig ung fyr, sørger for, at hun får leveret de rigtige blomster til værelset, og at hun kommer på plads. Mellem de to opstår en sær forbindelse, som, på trods af de ca. 35 års aldersforskel, grænser til seksuel tiltrækning. Samtidigt emmer luften af tung sorg, hvilket de to personer gensidigt fornemmer hos hinanden i en form for overjordisk tilstand.

På trods af dens spækkede liste af skuespillerstjerner (Orlando Bloom, Andy Garcia, Natalie Portman m.fl.) forvirres jeg nok mere end jeg forelskes i filmen. Med elleve forskellige instruktører stritter stil og indhold i for mange retninger. I et undervisningsmodul med begrænset tid, kan man dog med fordel pille enkelte dele ud, og bruge i et kortfilmsforløb, da fortællingerne som regel afrundes enkelvist. *New York I Love You* er også interessant i forhold til bølgen af multiplotfilm – som er et teoretisk forløb værdigt! På trods af at multiplotfilmen mest er et 90'erfænomen med blandt andre *Short Cuts* (1993), *Pulp Fiction* (1994), *American Beauty* (1999) ser vi alligevel bølgen ride videre op i 00'erne 10'erne: *New York I Love You* fra 2009 og herhjemme er Mikkelt Munch Fals debutfilm *Smukke Mennesker* (2011) også et eksempel. Ligesom sine multiplot-forgængere tilbyder *New York I Love You* også sin seer et sociologisk snit ned igennem en bestemt socialgruppe, hvilket vil kunne kobles sammen med samfundsfag i AT.

New York I Love You er som helhed uensartet og overfladisk, men når den pletvist fungerer – fortrylles du og dine elever.

★★★★★



ÅBENLYSE FORSKELLE OG SAMMENFILTRET SLÆGTSKAB

Af Sidsel Windinge, cand.mag Silkeborg Gymnasium

ET FORLØB OM LARS VON TRIER

Der var flere formål med at lave et auteurforløb om Lars von Trier. For det første er Lars von Trier en af vor tids mest betydningsfulde danske filminstruktører, hvilket i sig selv gør ham relevant at arbejde med i et dansk filmhistorisk perspektiv. For det andet har Lars von Trier på godt og ondt i løbet af sin karriere været en omdiskuteret instruktør som mange elsker at hade og hader at elske. Sidst men ikke mindst har Lars von Trier arbejdet med mange forskellige former for film hvad angår både stil, form og indhold. Særligt interessant er det i den forbindelse at undersøge, hvordan netop stil, form og indhold i Triers film igennem tiden har været katalysator for den debat, der har været omkring instruktøren. Mange opfatter Trier som provokerende, selvscenesættende og udfordrende. Dette ville vi gerne se nærmere på.

For overskueligheden og brugbarhedens skyld tager jeg helt konkret udgangspunkt i lektionerne med arbejdsopgaver, arbejdsmetode, film mv. De der skulle være interesserede i at lave et forløb om eller med inddragelse af Lars von Trier kan så plukke det ud, som de finder brugbart i pågældende sammenhæng. Hvis nogle er interesserede, sender jeg gerne en kopi af det arbejdshefte, jeg har udarbejdet til forløbet med arbejdsopgaver, program og tekster.

FILM

I forløbet så vi tre film i fuld længde: *Breaking the Waves* (1996), *Idioterne* (1998) og *Antichrist* (2009) samt citater fra *Medea* (1988), *Europa* (1991) og *Dogville* (2003).

FORLØBET

I den første lektion lavede jeg en kortere introduktion til Lars von Trier med udgangspunkt i en powerpoint præsentation. Denne ppt blev et fast holdepunkt i hele forløbet, og det var elevernes ansvar at administrere indholdet i den. Til introduktionen havde jeg valgt at inddrage citater fra *Medea*, *Europa*, *Idioterne* og *Dogville*. Citaterne dannede udgangspunkt for en kort historisk samt tematisk gennemgang af Triers filmkarriere. Formålet var i første omgang at give eleverne et grundlag for et videre selvstændigt studie i Triers



filmverden. Derfor kom vi kort omkring nogle af de vigtige overskrifter fra bogen *Lars von Triers univers*: Æstetiske og tematiske forskelle og ligheder i filmene, metaniveauet i Triers film, intertekstualitet, Inspiration fra Dreyer, fravær af typiske træk trods ligheder mellem filmene, kønsroller, mellemmenneskelige dramaer, spontanitet og improvisation eller mangel på samme samt genrebrud og hybrider. Triers filmkarriere inddeles under fire overskrifter: Europafilme, Guldhjertefilmene, Triers Tv-produktioner samt Amerika-filmene. Inddelingen følger ikke en tidsmæssig kronologi, men filmene inden for hver kategori arbejder ud fra nogle fælles stilistiske, tematiske og/eller indholdsmæssige grundregler. Grundregler og benspænd er et andet af Triers særlige karakteristika, hvilke i eksplicit form sås virkeliggjort med *Dogmemanifestet* i 1995.

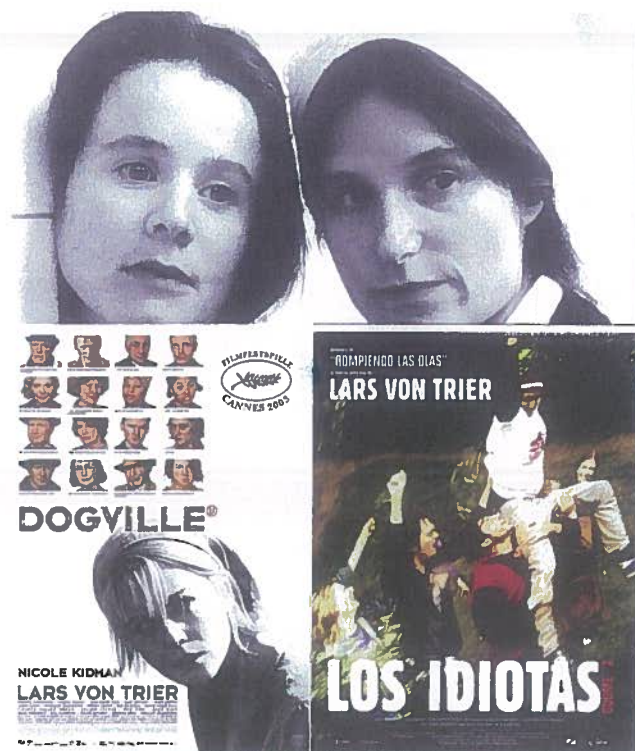
I anden og tredje lektion så vi *Breaking the Waves*, hvorefter fjerde og femte lektion gik med analyse, oplæg og diskussion af filmen. I forbindelse med analysen arbejdede vi først med dramaturgi, hvorfor eleverne umiddelbart efter filmen gennemgik en kort repetition af de dramaturgiske modeller. Efterfølgende var det op til eleverne at analysere filmen med udgangspunkt i spørgsmålet: Hvilken dramaturgi følger filmen? I sig selv er dette ikke et kompliceret spørgsmål, men når det drejer sig om Trier er der sjældent et entydigt svar. Eleverne kastede sig ivrigt over opgaven, og arbejdsgrupperne kom faktisk frem til forskellige bud på dramaturgien i filmen. En pointe blandt mange gode var, at Trier måske ikke har nogen intention om at strukturere sine film således, at de

nemt kan tilpasses en dramaturgisk kasse. Vil han altid prøve at bryde ud af denne kasse, var et af spørgsmålene til videre refleksion. Karakteristisk var det nemlig generelt for forløbet, at i sammenhæng med de svar eleverne kom frem til, opstod der også nye spørgsmål. Der blev efterfølgende afholdt elevoplæg på baggrund af matrix-gruppearbejde ud fra spørgsmålene: 1) Diskuter filmens plot med udgangspunkt i en analyse af filmens vigtigste begivenheder (jf. Levende Billeder s. 38). 2) Beskriv hvilken rolle de forskellige karakterer spiller i filmen (jf. Levende Billeder s. 39-41). 3) Diskuter filmens præmis. 4) Analyser filmens hovedperson Bess med fokus på den udvikling hun gennemgår. 5) Diskuter hvilke temaer filmen behandler og i den forbindelse diskuter Triers syn på kvinder.

Syvende og ottende lektion gik med at se Idioterne. Eleverne var som udgangspunkt mest interesserede i, hvordan man havde lavet bolle-scenen i midten af filmen, men under det efterfølgende arbejde med filmen kom der mange gode og seriøse observationer på filmen. Arbejdet tog udgangspunkt i en kort individuel tænkeskrivning på baggrund af to spørgsmål: 1) Hvad er dit umiddelbare indtryk af filmen og 2) Hvad er effekten af dogmereglerne? For inden havde vi kort været omkring dogmereglerne, og eleverne havde som lektie læst de sider i Lars von Triers Univers, der omhandler reglerne. Efterfølgende var der fælles brainstorm på filmen, hvorefter eleverne igen blev inddelt i grupper som hver især arbejdede med en af følgende opgaver: 1) Diskuter virkningen af dogmereglerne. 2) Diskuter Triers hensigt med filmen og overvej hvilken funktion de indlagte interviews har. 3) Hvordan skildrer Trier forskellen mellem idioti og normalitet? 4) Hvilken betydning har dogmefilmsæstetikken på intensitet og autenticitet? Alle grupperne skulle finde eksempler fra filmen til at underbygge deres analyser ved den efterfølgende fremlæggelse.

Flere af analyserne fokuserede på den forstyrrende og ukontrollerede billedæstetik som resultat af det håndholdte kamera, men lagde samtidig vægt på, hvordan dette resulterede i en mere fri og naturlig skuespilpræstation, hvor skuespillerne i høj grad kunne spille sig selv og rollerne helt ud, så det nærmest blev pinligt at se på. Tematisk arbejdedes der i høj grad med pointer som rummelighed, plads til forskellighed samt fokus på vores alle sammen indre idiot. Med interviewene skabtes der en falsk "bag kameraet" oplevelse som forstærkede publikums følelse af at være iagttagere af noget "virkeligt".

Sidst men bestemt ikke mindst så vi overflødighedshornet Antichrist i tiende og elvte lektion. Filmene var et voldsomt,



men poetisk klimaks på

Trier-forløbet og gav nyt stof til eftertanke samtidig med, at det forudgående arbejde med de andre film, gjorde det muligt at analysere filmen mindre følelsesladet og mere nøgternt trods de mange aldeles udfordrende visuelle og tematiske indtryk. Umiddelbart efter filmen lavede vi en brainstorm på tematik, stil og ligheder til andre af Triers film, hvorefter eleverne i de efterfølgende to lektioner arbejdede tre og tre med opgaverne: 1) Hvilken genre er filmen – er der tale om genrebrud en genrehybrid eller? (jf. Levende Billeder s. 52-55 og 62). 2) Beskriv den kvindelige hovedrolle og sammenlign med kvinderoller i de andre to film? 3) har Trier et bestemt syn på kvinder? 4) Beskriv og vurder gennemgående tematiske træk i Triers film.

Arbejdsspørgsmålene dannede baggrund for en solid, dybdegående opsamling på både Antichrist og forløbet i sin helhed, og den sidste lektion i forløbet gik med at få kortlagt Lars von Trier i den udstrækning, det overhovedet er muligt. Begær, seksualitet, undertrykkelse, lidenskab og smerte blev nogle af de nøgleord, som eleverne fik noteret i deres fælles ppt, men også Triers fokus på karaktererne, de tematiske og stilistiske overlap mellem filmene samt dekonstruktionen af filmkunstens regler blev kommenteret, debatteret og nuanceret. Forløbet startede med en smule skepsis fra både elever og lærers side, men endte for alles vedkommende med et mindre provokeret og mere åbent forhold til vor tids nok mest berømte og berygtede danske filminstruktør.

SOCIALE MEDIER I UNDERVISNINGEN?

Af Martin Meyer, Ejer af
Appæl - Grafisk kommu-
nikation, stud.mag. i Me-
dievidenskab og foredrag-
sholder om kommunikation
og sociale medier

CUT har bedt en superbruger – og producent af sociale medier om at give sit bud på, hvordan sociale medier kan integreres i medieundervisningen på gymnasierne. Martin Meyer er specialestuderende i medievidenskab fra KU, og har gennem de seneste år arbejdet med strategisk kommunikation og produktion på de sociale medier. Bl.a. har han produceret virale klip for Danske Bank til Facebook.

Er din målgruppe Vimeo eller Youtube? Er din målgruppe Facebook eller Twitter? – og hvilke krav stiller det til din produktion? For at kunne besvare disse spørgsmål, må du nødvendigvis være bekendt med mediet. Derfor er mit bedste råd at bruge disse medier. Gør det til din hobby og hverdag at forstå dem, og hvis du ikke mener, at du har tid eller lyst til dette, så glem alt om at undervise dine elever i, hvordan de skal bruges. Du bliver nok aldrig klogere end dine elever på disse medier, for dine elever bruger højst sandsynligt dobbelt så meget tid på at udforske dem, end du gør. Men hvis du kender dem lige så godt, som de gør, så har du noget at arbejde med. Så kan du nemlig bruge din enorme viden om de traditionelle medier, som jo netop tilsammen udgør indholdet af de sociale medier. Med en viden om begge aspekter kan du undervise dine elever i generel medieproduktion og samtidig have overblik over, hvordan disse produktioner målrettes de sociale medier.

Der kunne eksempelvis stilles opgaver, hvor eleverne skal producere en video til YouTube og en video til Vimeo. Målet kunne være at generere views. Dette ville være et klassisk kriterium for succes fra en kunde. I forlængelse heraf kunne man diskutere, hvordan man ville distribuere (sprede) disse videoer. Det er altså en klassisk medieproduktionsopgave, hvor du kan bruge din eksisterende viden om brugen af virkemidler, men samtidig er det en opgave, der stiller krav til, at du og dine elever er bekendte med det medie, filmen produceres til.

Min opfattelse er, at de sociale medier er kommet for at blive. Og hvis du vil modargumentere dette, så håber jeg, at du har skarpe skyts i bøssen. For alle undersøgelser tyder på, at det er vores sociale ageren på netop, der i de kommende år vil tegne mediebildet. Så hvis ikke du allerede er i gang med at sætte dig ind i de sociale medier, så synes jeg, at du skal komme i gang. **"Medieundervisning uden sociale medier er i mine øjne det samme som filmundervisning uden farve."**

Eleverne er lige så vant i de sociale medier, som vi er, og derfor er det ikke gymnasielærernes opgave at undervise i god cotume eller færden på de sociale medier. Derimod finder jeg det langt mere relevant at integrere de sociale medier



i den allerede eksisterende undervisning. De sociale medier er multimodale medier, som er bygget op af eksisterende elementer såsom tekst, video, billeder og lignende. Derfor mener jeg også, at gymnasielærere kan bruge den allerede eksisterende viden om virkemidler og produktion. Denne viden skal blot tilrettes de nye medier. Det mener jeg kan være en motivation for at omfavne de sociale medier som en naturlig del af undervisningen – der tager udgangspunkt i allerede eksisterende teorier om medieproduktion og konsumtion. Dog må man forstå mediet og måden, hvorpå modtageren agerer og befinder sig i dette.

Kommercieliseringen af aktørerne på de sociale medier er i hastig udvikling. Banker, flyselskaber og lignende virksomheder har fundet vej til de sociale medier, og der foregår en konstant kamp om brugernes opmærksomhed, og der postes videoer, noter, statusopdateringer, musik og meget mere. Vi kan være med til at uddanne eleverne således, at de kan vinde kampen om modtagernes opmærksomhed – og det vel at mærke med gode gedigne håndværksmæssige værktøjer vi kender, som blot er tilpasset de sociale medier.

Den første del i medieundervisernes arbejde med de sociale medier er at få fingrene ned i mulden. Der skal bruges tid på de sociale medier og erfares med egne øjne, hvad der fungerer, og hvad der ikke fungerer. Hvilke videoer, tekster eller billeder har tendens til at få like's, blive delt og kommenteret på – og hvad karakteriserer disse? På Youtube har masser af små finurlige videoer millioner af views, mens der på Vimeo er en tendens til, at de smukkeste og mest velproducerede videoer har masser af views. Dette skyldes de forskellige typer af modtagere, der foretrækker forskellige platforme. Det er altså vigtigt, at man forstår sit medie og producerer målrettet mod dette.

FAKTABOKS!

Sociale medier er et paraplybegreb for tjenester, der gør det muligt for mennesker at indgå i sociale fællesskaber online. Dette sker blandt andet ved at skrive sammen (udveksle tanker, holdninger, idéer) samt at dele fotos og videoer.

Som typiske eksempler på sociale medier kan Facebook, Twitter, MySpace og Arto nævnes.

Fra Wikipedia, den frie encyklopædi

FILMFESTIVAL: KØBENHAVN D. 22. JANUAR

Af Carsten Kopp, Københavns Åbne Gymnasium

Lørdag den 22. januar blev der for 13. gang afholdt filmfestival, hvor både C- og B-produktioner fra de gymnasiale uddannelser konkurrerede om hæder og ære. Arrangementet fandt sted simultant i Øst for Paradis i Århus og i Filmhuset i København. Denne artikel er dog kun dækkende for arrangementet i København.

Som publikum blev man præsenteret for i alt 18 produktioner på C- og B-niveau. Og spændvidden var bred, genremæssigt kom vi vidt omkring; fra hårdtslående gangsterfilm over søde kærlighedsfilm til minimalistiske gyserfilm. Generelt fremviste produktionerne et højt niveau, og specielt på det klipetekniske område imponerede en række produktioner. Men det var også tydeligt at brugen og effekten af de forskellige genrers virkemidler var blevet nærstuderet grundigt inden manuskripter og storyboards var blevet færdigproduceret. Der er uden tvivl mange gode idéer og meget talent derude på gymnasierne. **Der hvor eleverne har vanskeligst ved at trænge igennem og færdes nogenlunde hjemmevant, var på lydsiden og på det fortælle tekniske niveau, men alligevel var der også her grund til at blive imponeret af flere af produktionerne.**

Efter visningen af produktionerne på C-niveau havde festivalen engageret instruktøren Anders Rønnow Klarlund. Han skildrede bl.a. hvorledes han gennem en årrække havde fortrængt sin præstationsangst og endvidere hvilken betydning hans passion for sygdomme har haft for hans film. Desuden viste han sekvenser fra sine tidligere film og beskrev hvad der var drivkraften for ham på forskellige tidspunkter i hans karriere. Et interessant indblik at få som publikum, da Anders Rønnow Klarlund har instrueret så forskelligartede film som Besat, Strings og Hvordan vi slipper af med de andre, hvor han især

har eksperimenteret formmæssigt. Slutteligt fik publikum et smugkig på hans nyeste film, der er optaget i Berlin og som formmæssigt denne gang har hentet inspiration fra bl.a. Chris Markers *La Jetée*, da filmen udelukkende kommer til at bestå af still-billeder. Filmen befinder sig stadig i klipperummet, og der er forventet premiere i maj måned.

Da visningen af B-produktionerne var veloverstået var det tid til prisuddelingen. **På C-niveau gik prisen til elever fra Falkenbergsgårdens Gymnasium & HF for gyseren *Mediefagsprojektet***, der stillemæssigt havde lånt elementer fra film som *The Blair Witch Project* og *Paranormal Activity*. En meget genrebevidst produktion, der gjorde rigtig god brug af gyserens virkemidler og fik publikum til at sidde skræmte på kanten af sæderne. **På B-niveau var det *En date*, produceret af elever fra Øregård Gymnasium, der forførende og flot fortalte historien om en afstumpet voldsmand og bl.a. gennemført refererede til *A Clockwork Orange*. Endelig gik juryens specialpris til *Alberts Krig, Rødovre Gymnasium*.** Til grund for prisen lagde juryen bl.a. vægt på, at denne film, der skildrede et barns oplevelse af krig, der udvistes stor grad af fantasifuldhed og et flot teknisk arbejde, hvor især lydsporet blev benyttet til at guide tilskueren effektivt og opfindsomt ind og ud af fantasi og virkelighed.

Alt i alt et godt og velafviklet arrangement, der dog godt kunne have haft gavn af et større publikum. **Spørgsmålet er, om der på de gymnasiale uddannelser rundt om i landet bliver gjort nok markedsføringsmæssigt for at informere eleverne om festivalen?** Ærgerligt hvis dette ikke er tilfældet, for der er betydelig inspiration at hente – både for elever og lærere.

ELEVFILMFESTIVAL VEST 2011 ANGST FOR EKSAMEN OG DE FREMMEDE

Af Anne Juul Møller, mediefagslærer på Odder Gymnasium

I ntet mindre end 24 film kæmpede om priser ved årets Elevfilmfestival Vest d. 22/1 2011. Fremmødet i biografen Øst for Paradis var stort, og niveauet for de indsendte film højt. Dog skilte især to film sig tydeligvis ud og tog både publikum og juryen med storm. Eksamen fra Århus Statsgymnasium vandt både publikumsprisen og juryens 2. plads, mens Discount fra Risskov Gymnasium bjergtog en meget enig jury og løb af med deres flotte 1. pris og publikums 2. plads. Eksamen benyttede flotte billeder, et imponerende stomp-lydbillede og en uhyre præcis timing til at formidle deres fortælling, mens Discount bed os i den dårlige samvittighed med en humoristisk og utraditionel vinkling på fordomme og fremmedhad, fortalt med talende madvarer a la *Annoying Orange*. Begge film kan ses på YOUTUBE.COM

Fagkonsulenten Hans Oluf byder en fuld sal velkommen
Fotograf: Morten Søding



Juryen bestod dette år af: fra venstre Sally Sønderby Danielsen (MTV), Nikolaj Feifer (elev på filmskolens instruktørlinje), Claus Toft- Nielsen (Ph-D studerende på Institut for Medievidenskab), Martin Spenner (LOMMEFILM) og Jakob Rasmussen (Super8).

Fotograf: Morten Søding

Under: Tomas Radoor fortæller om sit virke som producer på Nordisk Film. "I virkeligheden er jeg bare en glad mand fra Herning, der godt kunne lide at se film".

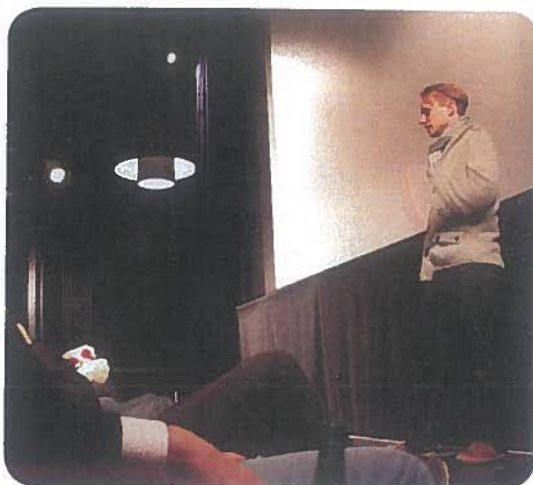
Fotograf: Morten Søding

De kreative kræfter bag Eksamen takker for prisen.

Fotograf: Morten Søding



Mens de fem kompetente jurymedlemmer fik sig en velfortjent frokost fortalte produceren fra Nordisk Film, Tomas Radoor, om at producere film i Danmark. Er man som producer købmand eller kunster? Og hvordan er det at producere noget med så stor indholds- og formmæssig difference som eksempelvis den animerede Olsenbanden på de bonede gulve og det heftige drama "R".



Vi kan næsten ikke få armene ned efter denne skønne eftermiddag og glæder os allerede til næste år.

REALITY KILLED THE VIDEO STAR?

MUSIKVIDEOENS REMEDIERING PÅ NETTET

AF MATHIAS BONDE KORSGAARD, NORDISK INSTITUT, AARHUS UNIVERSITET



Nu til dags skal man ramme det rette ukurante tidspunkt på dagen for at fange en musikvideo på MTV. Musikvideoen er nærmest forsvundet fra sendefloden på den kanal der ellers i sin tid var helliget til at vise netop musikvideoer, og i stedet synes MTV nu især at satse på diverse reality-formater. Måske er det denne udvikling som Robbie Williams sigter til med titlen på sit ottende studiealbum fra 2009, *Reality Killed the Video Star* – en titel der i øvrigt henviser til den allerførste video der blev vist på det amerikanske MTV da kanalen lanceredes i 1981, nemlig The Buggles' "Video Killed the Radio Star". Men spørgsmålet er om musikvideoens krise på MTV og konkurrencen fra reality-tv virkelig betyder at musikvideoen er ved at dø? Det er næppe tilfældet, for i

takt med at musikvideoen gradvist synes at have fortonet sig på tv-skærmen synes den tilsvarende at have fundet sig et nyt hjem på computer-skærmen og på internettet i særdeleshed.

MUSIKVIDEOEN SOM REMEDIERING

Selvom musikvideoen ifølge medieforskeren John Fiske skulle være fjernsynets "only original art form", er sandheden i virkeligheden nok en anden. For historisk set er musikvideoen nemlig ikke som sådan udviklet som et tv-format – så selvom mange generelt associerer musikvideoen med MTV, er det på ingen måde en selvfølge at fjernsynet er musikvideoens naturlige hjem. Længe før MTV kunne musikvideolignende

formater fx ses på en slags 'visuelle jukebokse' hvor man modsat på almindelige jukebokse også fik et visuelt akkompagnement til den sang der blev spillet (hhv. de amerikanske Panoram Soundies i 40'erne og de franske Scopitones i 60'erne). Og den moderne musikvideo har et utal af forfædre der alle har lånt den dele af deres vokabular – fra Hollywood-musicalen til Oskar Fischingers 'visuelle musik', fra Disneys *Silly Symphonies* til diverse former for avantgarde-film, fra Beatles-filmene til en række tv-programmer baseret på livemusik, fra rockkoncerten til spillefilmen osv. Således kan musikvideomediet i høj grad siges at være baseret på en gennemgående **remediering** (Bolter & Grusin 2000) af andre medieformer. Det vil sige at musikvideoens særlige audiovisuelle sprog er forankret i udtryk som vi kender alle mulige andre steder fra – og selvfølgelig primært fra former der beskæftiger sig med optaget populærmusik og det levende billede. **Musikvideoen opnår på paradoksalt vis sit eget unikke sprog ved at imitere, omarbejde og transformere andre medier.**

På den vis benytter musikvideoen sig ofte af medielle og generiske koder som oprindeligt stammer fra andre udtryksformer. Musikvideoens remediering af andre medier antager således ofte form af en hyppig brug af intermedielle referencer. Der er snart sagt ikke det medielle udtryk som ikke er blevet inkorporeret eller omarbejdet i musikvideoformen – det gælder stumfilm (fx Smashing Pumpkins' "Tonight, Tonight"), nyhedsprogrammer (fx REM's "Bad Day"), tegneserier (fx Eminems "Without Me"), musicals (fx Björks "It's Oh So Quiet"), tv-reklamer (fx Foo Fighters' "Big Me"), talkshows (fx Tigas "Shoes"), computerspil (fx Red Hot Chili Peppers' "Californication"), Googles søgemaskine (fx M.I.A.s "The Message"), Google Maps og Street-View (fx Arcade Fires "We Used to Wait"), YouTube (fx Weezers "Pork & Beans") og porno (fx Rammsteins "Pussy") – og eksemplerne er endda mange flere.

Musikvideoens remedieringsfunktion må imidlertid ikke kun forstås således at den henter sine stilistiske greb andre steder fra. Omvendt udøver musikvideoen nemlig også en vis æstetisk indflydelse på nogle af de medier som den baserer sig på hvorved remedieringen bliver til en gensidig vekselvirkningsproces. **På den vis sker der fx en gensidig afsmittning mellem film og musikvideo: oprindeligt har musikvideoen lånt nogle af sine stilistiske greb fra spillefilmen, blot for løbende at overskride og omforme den traditionelle spillefilms konventioner.** Samtidig har visse spillefilm delvist forsøgt at inkorporere nogle af de træk som man ellers umiddelbart associerer med musikvideoens audiovisuelle register – fx en øget klippehastighed, en større prioritering af og brug af popmusik, brug af tættere beskæringer og flere close-ups, et mere bevægeligt kamera, en stigende tendens til at benytte rytmisk

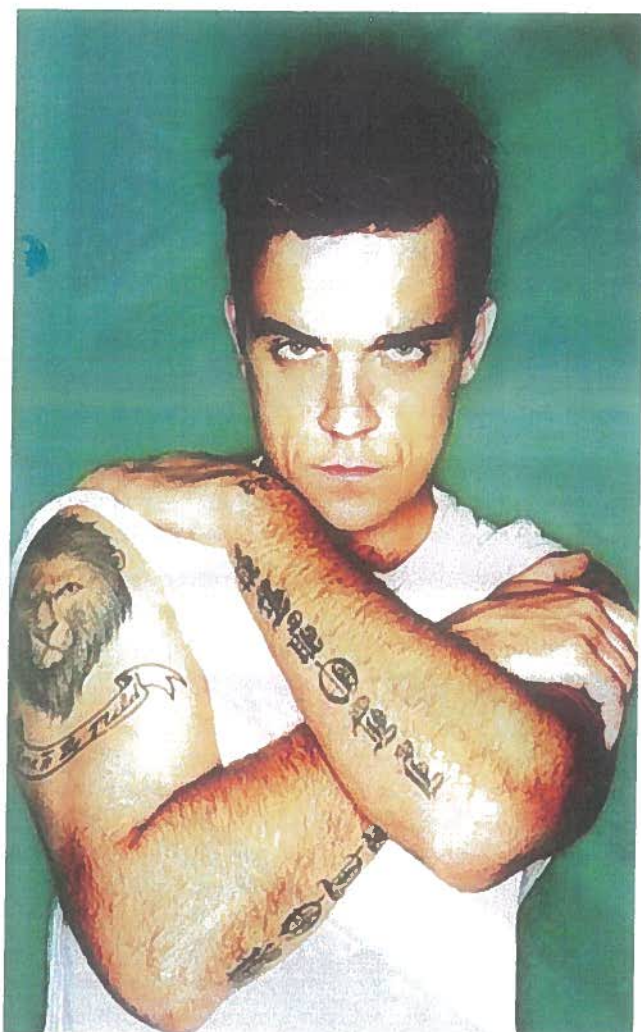
klipning eller på anden vis at strukturere billedsiden efter musikalske parametre, osv.

DET MUSIKALSKE BILLEDE

Det synes således rimeligt at hævde at musikvideoen grundlæggende kan betragtes som et remedieringsfænomen. Og der er da også endnu et punkt hvorpå musikvideoen kan siges at fungere som en art remediering. I musikvideoen foregår der nemlig en gensidig remediering mellem lyd og billede. Enhver musikvideo er ganske indlysende en billedlig remediering af et stykke popmusik: hensigten med en musikvideo er jo netop at visualisere et stykke præeksisterende musik. Men omvendt foregår der også i musikvideoen en musikalsk remediering af det levende billede. Det skal forstås således at musikvideoens billeder ofte reagerer på musikken, hvor skolebogseksemplet er den ovennævnte brug af rytmisk klipning hvor musikens auditive rytme strukturerer den visuelle klippertytme.

Imidlertid foregår der også en lang række andre afsmittninger mellem musik og billede i musikvideoen end de rent rytmiske interferenser mellem musikalsk rytme og klippertytme. Der er snart sagt ikke det musikalske element der ikke kan tænkes at finde en visuel pendant. Eksempelvis gengiver billedsiden ofte elementer af sangteksten – som fx når Freddie Mercury synger "I see a little silhouette of a man" i "Bohemian Rhapsody" og vi så samtidig ser netop dette: en silhuet af en mand. Andre gange bliver særlige lydeffekter spejlet visuelt: brug af ekkoeffekter i musikken leder til visuelle fordoblinger (fx også i "Bohemian Rhapsody"), brug af forvrængning og støj i musikken modsvarer af støjende frekvenser i billedet (fx i mange af instruktøren Chris Cunninghams videoer), brug af flersporsteknik i musikken afspejles i en visuel polyfoni hvor flere billedlag eksisterer side om side, gradvise ændringer i en gi-ven lyds klangfarve bindes sammen med gradvise ændringer i lysætningen osv. Endnu andre gange afspejler billederne formmæssigt den musikalske komposition – som fx





når den repeterende AB-form i Kylie Minogues "Come Into My World" bevirker at billedsiden hele tiden repeteres og fordobles. Den musikalske loop-funktion finder her et meget rammende visuelt modstykke. Kameraet foretager konstant en cirkel-bevægelse af et minuts varighed, og hver gang det når tilbage til sit udgangspunkt, 'loopes' billedindholdet. Til sidst i videoen netop som det femte omkvæd skal til at gå i gang, kan man således se hele fem styks Kylie Minogue.

Selvsagt er denne musikalisering af billedet ikke lige påfaldende i alle videoer. Men nogle af de mest anerkendte musikvideoinstruktører benytter dette musikalske billede i særligt udstrakt grad – fx gælder det især Michel Gondry (i fx "Come Into My World", Chemical Brothers' "Star Guitar" og Daft Punks "Around the World") og Chris Cunningham (i fx Aphex Twins "Come to Daddy" og Autechres "Second Bad Vilbel"). Meget af musikvideoens fascinationskraft synes da netop også at ligge i denne grundlæggende synergi mellem musik og billede. I musikvideoen er der således i langt højere

grad et ligevægtigt forhold imellem musik og billede end der er i fx spillefilm hvor musikken oftest er henvist til at fungere som ren underlægning. **Musikvideoen er meget åbenlyst en semi-otisk sammensathed der opererer i krydsfeltet mellem musik, billede og ord – og ofte er det netop ved at lade disse forskellige betydningsregistre støde sammen at musikvideoen opnår en vis kunstnerisk tyngde.** Det er netop interaktionen mellem musikvideoens forskellige betydningsbærende elementer der giver den et unikt og genkendeligt udtryk.

MUSIKVIDEOEN PÅ NETTET – MEDIEBRUGEREN I CENTRUM

At musikvideoen i dag har bevæget sig væk fra at være et tv-fænomen til primært at være et internet-fænomen, har ikke just gjort dens kulturelle status mindre tvetydig. I dag kan vi se musikvideoer overalt: vi kan (trods alt) stadig se dem på MTV eller VH1, vi kan købe dem på DVD, vi kan finde dem på YouTube, Vimeo og lignende internetsider, men vi kan også downloade dem og se dem på vores iPod, iPad eller mobiltelefon – distributionsforholdene har i den grad ændret sig. Men ikke nok med det: musikvideoens transition til internettet har også ført til nye marketingsmekanismer og nye musikvideo-formater, der spænder over alt fra interaktive videoer til fanvids, fra musikvideokonkurrencer til diverse remix- og mash up-formater, fra såkaldte blips til nye intime former for live performance-videoer. Et eksempel på sidstnævnte er Vincent Moons 'concerts à emporter' eller 'take-away shows' hvor musikerne filmes med håndholdt kamera mens de fremfører deres sange i akustiske, nedbarberede og intime udgaver, ofte i uvante hverdagslige omgivelser, fx i en elevator, den offentlige park eller i metroen. Lignende fænomener er også løbende begyndt at dukke op i en dansk kontekst bl.a. med konceptet "Submarine Sessions" der minder om Vincent Moons videoer – kunstnerne er blot inviteret ned i en ubåd for at spille i stedet.

I mange af de andre nye videoformater er det langt hen ad vejen mediebrugeren der sættes i centrum. Dels fungerer mediebrugeren indimellem som distributør: folk lægger deres favoritvideoer op på nettet og aficionados blogger om de nyeste videoer på deres blogs. Men mediebrugeren fungerer også til tider som producent. Det gælder dels i de uautoriserede fanvids hvor fans fx parrer deres favorit-sang med billeder fra deres favoritfilm (fx Arcade Fires "My Body Is a Cage" sat til billeder fra Sergio Leones spaghetti-western *Once Upon a Time in the West*). Det gælder dels de musikvideo- og remix-konkurrencer som bands i stigende grad er begyndt at benytte til at udlicitere en del af det kunstneriske arbejde til deres fans. Her opfordres fans aktivt til at lave deres egne videoer eller til at remixe musik Kunstnerens numre og/eller videoer (bands som Radiohead og Nine Inch

Nails er blandt dem der har været mest synlige med flere af disse nye tiltag). Tilsvarende opfordres fans indimellem til at optage filmstumper på deres mobiltelefoner til koncerter hvorefter disse fanoptagelser klippes sammen til regulære musikvideoer præget af en visuel lo-fi-æstetik grundet mobilkameraernes lave opløsning (fx Bloc Partys "Ares" eller Car-park Norths "Save Me from Myself").

Fælles for alle disse fænomener er at den almindelige fan bidrager med det man med en fagterm kalder bruger-genereret materiale (eller "user-generated content" på engelsk). Altså bygger de fleste af de nye musikvideoformater som er opstået i musikvideoens møde med internettet på en eller anden form for brugerinddragelse, hvorfor man på engelsk taler om at mange af os i dag er 'producere', en sammen-skrivning af 'producer' og 'user'. På den led er musikvideoen blevet til en central del af den konvergenskultur som Henry Jenkins meget rammende har beskrevet (Jenkins 2006). **Konvergenskulturen er netop en kultur hvor medieformer kon-vergerer og hvor medielndhold spredes på tværs af medi-eplatforme, men det er også en kultur hvor mediebrugerens og medieproducentens roller konvergerer – altså en kultur hvor enhver bruger også samtidig er distributør og produ-cent.** Imidlertid foregår brugerinddragelsen dog ikke altid frivilligt. Fx har kunstneren Kutiman skabt sit eget videoværk ved at bruge en række videoer uploadet af helt almindelige YouTube-brugere. Disse videoer er typisk instruktionsvideoer der er skabt med det formål at instruere andre i hvordan man spiller et givent instrument, et givent beat eller lignende. Ved at manipulere med disse optagelser har Kutiman så fået alle disse forskellige mediebrugere til at "spille sammen" i ét langt nummer – en slags mash-up hvor instruktionsvideoerne bliver tildelt en ikke-tilsigtet kunstnerisk funktion.

DEN INTERAKTIVE MUSIKVIDEO

Brugerinddragelsen er også et centralt element af den nye bølge af interaktive musikvideoer som der dukker stadigt flere og flere op af. Det er måske allertydeligst disse videoer der bevidner hvorledes musikvideoen i dag snarere har hjemme på nettet end på fjernsynet, ganske simpelt derved at flere af dem kun kan ses via af en internet-browser. MGMT's "Electric Feel" fra 2007 var angiveligt den første interaktive musikvideo, men siden er der dukket mange flere op. "Electric Feel"-videoen blev oprindeligt lagt ud som en video-fil der kunne downloades. Når man så afspiller videoen i QuickTime har man mulighed for at klikke på en række knapper i bunden af billedet hvorefter billedet så ændrer karakter. Man kan skifte imellem forskellige billedlag, bringe enkelte frem i forgrunden, tænde og slukke for dem, gøre nogle gennemsigte osv. – hvorfor videoen virker som en slags interaktiv collage.



Samtlige af disse interaktive musikvideoer baserer sig på at du enten via din computer-mus eller dit computer-keyboard kan påvirke et eller flere af videoens elementer – nogle gange kun billedet, andre gange både billede og musik. I nogle tilfælde kan du styre kameraet 360° rundt i billedet (fx i Professor Greens "Coming to Get Me"), vælge mellem forskellige kamerapositioner (fx i Mobleys "Ego Is") eller forskellige frames (som i Johnny Cashs "Ain't No Grave"). I andre kan du vælge mellem forskellige hændelsesforløb og lade sangeren blive udsat for forskellige oplevelser (som i Andy Grammers "Keep Your Head Up"). Andre af de interaktive videoer lader dig interagere med nogle af billedelementerne i den pågældende video (fx i Arcade Fires "Neon Bible"), mens en enkelt tilmed er struktureret som en interaktiv male-bog hvor din opgave er at farvelægge billedets elementer (i Au Revoir Simones "Knight of Wands"). Endnu andre videoer lader dig vælge imellem forskellige lydspor således at det nummer du hører ændrer karakter som fx i Cold War Kids "I've Seen Enough" hvor bandet har genindspillet deres nummer fire gange i fire forskellige udgaver: én læner sig op ad den oprindelige rockudgave, en anden er elektronisk orien-teret, en tredje er en akustisk udgave, mens den fjerde har et reggae-agtig feel. Som bruger kan du så skifte mellem ind-spilningerne for hvert af de fire bandmedlemmer således at alle fx spiller reggae-versionen eller således at de hver især spiller hver deres version.

Alle disse interaktive videoer vidner om at det levende billede ikke længere blot er noget som vi betragter udefra – vi forventer (og det forventes af os) at vi på en eller anden måde aktivt kan bearbejde billedet, at vi kan have en eller anden form for indvirkning på billedet, eller en aktiv tilstedeværelse i billedet (som vi indimellem føler det når vi konfronteres med 3D-billeder – at vi befinder os i billedet). Det samme gælder et af de seneste skud på stammen af interaktive musikvideoer, nemlig Arcade Fires "We Used to Wait", der på især ét punkt forsøger at give den enkelte bruger en individuelt skræddersyet oplevelse. Videoen findes på hjemmesiden thewildernessdowntown.com og dens mest påfaldende aspekt er at den inkorporerer billeddata fra Google Street-View og Google Maps. Det første man bliver bedt om som bruger er således at indtaste sin barndomsadresse hvorefter at det billedindhold der findes på Street-View og Maps fra netop din barndomsgade integreres i den video du efterfølgende får at se.

Videoens billeder afspilles i forskellige browser-vinduer der i videoens løb dukker op og forsvinder, indimellem i rytmisk timing med musikken. Nogle af billedvinduerne viser en person der løber ned ad en bys gader, andre viser digitalt animerede fugle der flyver rundt, andre viser billederne fra Street-View og Maps, andre viser noget helt fjerde. Indimellem opstår der imidlertid en række resonanser imellem de forskellige vinduer. Fx ser man på et tidspunkt midt i videoen tre vinduer samtidig: det ene viser den løbende person, og her ser man hvordan vedkommende på et tidspunkt stopper op og står og cirkler om sig selv. Det andet viser Google Maps-billederne således at man ser sit gamle nabolag ovenfra mens kameraet bevæger sig i cirkler – og her er der sat en lille sort prik ind der bevæger sig ned ad de gader man ser oppefra hvilket umiddelbart må aflæses som at skulle forestille den person der ses i det første vindue, især idet prikken standser op samtidig med personen. Det tredje vindue viser et cirkulende perspektiv på billederne fra Street View hvor man således ser billeder fra ens barndomsgade – noget der kan forstås som en slags POV-shot, altså gaderne set fra den løbende persons synsvinkel.

På den vis opstår der et samspil mellem de forskellige billedvinduer, og det er oplagt at tanken med videoen er at man skal identificere sig med den løbende person – at videoen helt konkret skal opfattes som *a trip down memory lane*. Dette



er i øvrigt i fuld overensstemmelse med tematikken på *The Suburbs*, det album som sangen stammer fra. Pladens tekster beskæfti-

ger sig tematisk især med oplevelsen af at være vokset op i forstæderne – og videoen forsøger således at fremmane en form for nostalgi eller en længsel efter de svundne barndomstider, at bringe brugeren tilbage til dengang hvor man (måske) selv voksede op i forstæderne. I mit eget tilfælde må jeg så dog indrømme at oplevelsen var en anden. Da jeg tastede min barndomsadresse ind, blev jeg konfronteret med følgende tekst: "Your address doesn't contain enough Street-View and/or Google Maps data to 100% enjoy this experience". Googles fotografer har åbenbart ikke været forbi min hjemby endnu, og således peger videoen, formentlig uforsætligt, på at nutidens forstad er blevet digitalt redefineret – den sande forstad er nu dér hvor Google Street-View endnu ikke er en realitet.

"STOP INTERACTING. START SHOPPING"

"We Used to Wait"-videoen vidner ikke alene om hvordan vi som brugere i stigende grad har en eller anden indflydelse på de videoer vi ser, men også om at musikvideoens reklamefunktion er blevet multipliceret. **For udover på vanlig vis at reklamere for musikerens musik og videoinstruktørens evner udi at sætte billeder sammen, er videoen også en indirekte reklame for Google.** Videoen er blevet til i et decideret samarbejde mellem instruktøren og Google, og Googles logo figurerer da også på videoens hjemmeside. Foruden at videoen benytter sig af nogle af Googles tjenester og på den måde reklamerer for dem (dvs. Maps og Street-View), så opfordres man som bruger også ligefrem til at downloade Googles internet-browser, Chrome – med det argument at det kun er ved at bruge Chrome at man kan opnå "the best viewing experience". Men man kunne let forfalde til den mistanke at det for Google snarere handler om at opnå en større markedandel end det handler om at give brugeren en bedre "viewing experience".

Det er i det hele taget også noget man generelt ser mere og mere af – altså markedsføring og profitmaksimering forkædet som interaktivitet. Et særligt grelt tilfælde kan man se på hjemmesiden klikthrough.com. Sidens slogan er "Stop Watching. Start Interacting" – og på den vis forsøger man her, i hvert fald på et umiddelbart plan, som i de ovenstående tilfælde at opfordre sidens brugere til at interagere med de musikvideoer man kan streame via siden. Mange af de musikvideoer der findes på denne side ser dog på overfladen præcis ud som de ville gøre hvis du så dem på YouTube eller MTV – fx består Lady Gagas "Poker Face" af de samme billeder som i den 'oprindelige' udgave. Det der så trods alt gør at videoerne er anderledes, er netop deres 'interaktivitet': alt hvad du ser på skærmen har et hyperlink koblet til sig. Når du holder musens markør henover fx Lady Gagas kjole, kan du se hvad den hedder, fx "Patra Sequined Dress". Hvis

du så klikker på kjolen, bliver billedrammen udvidet og du kan så læse nogle yderligere informationer om kjolen i en lille tekstboks. Vigtigere endnu kan du klikke på en lille knap hvor der står "Shop Now". På den vis sælger musikvideoen ikke længere blot musikkunstneren og dennes musik, men også hele den livsstil og hele det look der følger med. Den ultimative definition af 'interaktivitet' er således i kommercialismens logik i sidste ende at brugeren taster sit kreditkortnummer ind.

Musikvideoen i dag er således af en noget anderledes støbning end den har været førhen. Indimellem er det blevet foreslået at musikvideoen i dag er midt i sin anden guldalder – den første guldalder var den 'klassiske' MTV-periode i start-80'erne. Nutidens anden guldalder er især drevet af tre aspekter. For det første står den stigende brug af digitale produktionsmåder og postproduktionseffekter som noget centralt – der er en generel tendens til at man i musikvideo-mediet forsøger at skubbe det filmiske sprog til sit yderste og musikvideoerne fremviser ofte de seneste nye digitale effekter før man ser dem andetsteds (fx morphing i Michael Jacksons "Black or White" forud for *Terminator 2* og 'bullet-time' i Rolling Stones' "Like a Rolling Stone" forud for *The Matrix*). For det andet har en talentfuld generation af musikvideoinstruktører gjort at musikvideoen har vundet en bredere accept rent kunstnerisk – musikvideoen opfattes ikke som ren og skær reklame, men som et udtryksmiddel der i hvert fald i nogle tilfælde kan tilskrives en vis æstetisk værdi. Og for det tredje har de nye produktions- og distributionsmetoder som internettet har stillet til rådighed haft en enorm betydning for at musikvideoen trods alt stadig er *alive and well* – hvilket disse sider forhåbentlig har kunnet bekræfte.

UNDERVISNINGSPERSPEKTIVER – MUSIKVIDEOEN SOM ANALYTISK PROBLEM

Et af de åbenlyse problemer der knytter sig til at arbejde med musikvideoer i en undervisningssammenhæng er musikvideoformens betydningsmæssige sammensathed. I og med at musikvideoens betydning så ofte opstår i samspillet mellem musik, ord og billede, er man på et analytisk plan nærmest nødt til at være vant til at afkode og forstå alle disse tre betydningslementer. Den film- og mediekyndige underviser vil måske være tilbøjelig til kun at analysere musikvideoens billedside, men det ender unægteligt med at være et noget begrænset syn på musikvideoen. Derfor er det oplagt at man i en undervisningssammenhæng går til musikvideoen som et tværfagligt fænomen – og skulle man tilrettelægge et forløb vil det især rette sig mod mediefag og musik, men også fx dansk og engelsk. Musikvideoens semiotiske sammensathed fordrer simpelthen et tværfagligt perspektiv – den må nødvendigvis analyseres som både musik, billede og tekst. Men som antydnet er det beklageligvis ofte et besværligt forehav-

ende idet man som underviser kun sjældent besidder lige store kompetencer indenfor alle disse områder.

Et undervisningsforløb om musikvideoer tilbyder derudover en lang række mulige perspektiver: fra det markedsføringsmæssige over den usikre værkstatus til fortællingens status i det nye mediebillede, og fra musikvideoen som remediering over dens indflydelse på andre kultur- og medieformer til sammenvævingen af det musikalske og det filmiske. Et måske særligt vigtigt perspektiv er at man i arbejdet med dette materiale tydeligt kan se hvorledes internettet og digitaliseringen medfører gennemgribende ændringer af prædigitale formater såsom musikvideoen: musikvideoen og dens billeder og lyde er i dag noget helt andet end de var for blot fem år siden – og mange af disse ændringer kan uden tvivl tilskrives musikvideoens forflytning til internettet.

ANVENDT LITTERATUR:

- Bolter, Jay David & Grusin, Richard (2000): *Remediation - Understanding New Media*, Cambridge, Mass. & London: The MIT Press
Fiske, John (1986): "MTV: Post-Structural Post-Modern" i *Journal of Communication Inquiry*, 10:74
Jenkins, Henry (2006): *Convergence Culture - Where Old and New Media Collide*, New York & London: New York University Press
Korsgaard, Mathias Bonde (2011): "Den interaktive musikvideo" i 16:9, april 2011 (publiceres den 16/4 via www.16-9.dk)

Links til nogle af de omtalte musikvideoer og musikvideoformater

Interaktive videoer:

- Arcade Fire: "Black Mirror" (<http://rorrimkcalb.com>)
Arcade Fire: "Neon Bible" (<http://beonlineb.com>)
Arcade Fire: "We Used to Wait" (<http://thewildernessdowntown.com>)
Au Revoir Simone: "Knight of Wands" (<http://theknightofwands.com>)
Cold War Kids: "I've Seen Enough" (<http://coldwarforkids.toolprototype.com>)
Johnny Cash: "Ain't No Grave" (<http://www.thejohnnycashproject.com>)
Andet:
Arcade Fire: "My Body Is a Cage" (<http://www.youtube.com/watch?v=Pyp34v6Lmcc>)
Bloc Party: "Ares (Villains Remix)" (<http://www.youtube.com/watch?v=QPe7tk58S8Y>)
Clikthrough (<http://clikthrough.com>)
Kutiman: "Thru You" (<http://thru-you.com>)
Radiohead blips (<http://vapourbrothers.com>)
Vincent Moon: "Les concerts à emporter" (<http://www.blogotheque.net/-Concerts-a-emporter->)

TRAILEREN KUNSTEN AT PIRRE

AF NEEL SCHUCANY, LEKTOR I MEDIEFAG PÅ ROSKILDE HANDELSGYMNASIUM



Redaktionen har udarbejdet en artikel på baggrund af en opgave i fiktionsteori og – analyse fra film- og medievidenskab på Københavns Universitet: "Den amerikanske trailer – funktion og effekt". Opgaven er skrevet i 2009 af Theis Clausen og Dennis Lehmann.

Hvad er en trailer egentlig? En trailer har mange funktioner. Det er både en smagsprøve, appetitvækker, reklame og en retorisk kortfilm. Men det er også en parafrasering af referencefilmen til et markedsføringsformat. Trailerens varighed er oftest mellem 1½ og 2 min. og i enkelte tilfælde op til 3 min.

Traileren bliver ofte betragtet som det barn, de andre ikke gider lege med. I opgaven "Den amerikanske trailer – funktion og effekt" gør Theis Clausen og Dennis Lehmann op med trailerens uretsmæssige behandling. Traileren er nemlig af stor betydning for vores opfattelse af referencefilmen. I biografmærket kan man høre kommentarer som: "Traileren afslørede jo alt for meget, eller alle jokes var i traileren". De vidner om trailerens indvirkning på receptionen og oplevelsen af referencefilmen.

Denne artikel vil give en kort introduktion til trailerbegrebet samt introducere nogle begreber, som er anvendelige i forbindelse med en analyse af trailers.

Biograftraileren er ofte sammensat af materiale fra filmen, men kan i princippet hentes fra det fulde råmateriale eller bestå af, hvad vi kunne kalde ikke-diegetisk materiale.

GÅDEPLOTTET OG SPÆNDINGSPLOTTET

Trailergenre kan ifølge Vinzenz Hediger inddeles i to grundlæggende plottyper; gådeplottet og spændingsplottet. Gådeplottet, som var dominerende rent historisk ind til 1960'erne fortæller meget lidt om selve plottet i referencefilmen, men anvender i stedet generelle intertitles og voice-over's, som slet ikke beskæftiger sig med filmens struktur. Et eksempel kunne være traileren til *Casablanca* (Curtiz, 1942), som indledes med en intertitle med ordene "if you are looking for adventure, you find it" og siden fokuserer på spændingen mellem hovedpersonerne. Traileren baserer

sig altså på miljø og skuespillere i stedet for filmens narration. Målet med denne trailer er at skabe nysgerrighed hos tilskueren, men i dag er den næsten kun at finde i trailers for thriller- eller detektivfilmen, hvor der ofte stilles spørgsmål direkte til seeren.

Spændingsplottet overtager og vinder frem efter 1960. Denne type reproducerer i en meget komprimeret form 3-akts-strukturen. Med denne nye struktur skifter fokus fra stjernerne, miljø og genre til en lille narration, hvor tilskueren til sidst efterlades på kanten af biografsædet med uforløste spørgsmål. Spændingsplottet er altså mere tro mod referencefilmens handling og er nærmest et miniresume af referencefilmen indtil andet vendepunkt eller ved klimaks i berettermodellen.

TOTREDJEDELSTRUKTUREN

Strukturen for traileren, som baserer sig på spændingsplottet, kalder Hediger for den protagonistcentrerede totredjedelstruktur:

Til forveksling minder dette mønster om et udsnit fra berettermodellen, eksklusiv sjette og syvende led.

Stilparametrene i traileren udgøres af klippertymen som ved en henholdsvis langsom eller hurtig klippertyme angiver genren. En temporal kontinuitetsklipping der følger plottets handlingsstruktur, fortæller handlingen kronologisk, og på grund af indstillinger, der er handlingscentrerede, skabes der en overgang mellem indstillingerne, som kræver en minimal anstrengelse fra tilskuerens side. Således afkodes flashbacks, krydsklipning, brud på 180 graders reglen hurtigt af tilskueren og placeres i den konstruerende historie. Ligeledes kan montagesekvenser, der i kontinuitetssammenhæng viser, at længere tid passerer, let afkodes.

Generelt har traileren de samme aurale virkemidler til rådighed som referencefilmen. Dog er brugen meget forskellig. Musik er det mest benyttede virkemiddel i trailers, som ofte er asynkron i form af underlægningsmusik. Traileren gør kraftig brug af ikke-diegetisk musik for at underbygge en stemning eller stil. Musik som ikke bruges af selve referencefilmen, som f.eks. pophits, kan også forekomme med henblik på at positionere traileren

i en særlig retning med hensyn til målgrupper. F.eks. i traileren til *Iron Man* (Favreau, 2008), hvor *Black Sabbath* hittet af samme navn indgår med den hensigt at skabe forventninger om action hos tilskueren.

ET ANALYSEKSEMPEL – TRAILEREN TIL AMERICAN BEAUTY

Den anmelderroste og Oscarvindende film *American Beauty* fra 1999 af Sam Mendes omhandler en forstadsfamilie, hvor den udadtil perfekte overflade begynder at slå revner. Anført af faderen, spillet af Kevin Spacey, bliver familieidyllen sat på prøve for den 16-årige datter, hvis mål er at samle penge nok til et par nye bryster, og for den ambitiøse kone, hvis mål er at blive byens største ejendomsmægler. At nå sine mål er ikke nemt med en mand i huset, som tugter ens veninder, ryger pot og på alle tænkelige måder forsøger at nedbryde den mur af pænhed, som står i vejen for ham i hans udsyn til den rene *American Beauty*. Referencefilmen er en multiplotfortælling med en varighed af 122 min.

Traileren til referencefilmen er 3 min, hvilket er noget langt ifølge det typiske trailerformat. Selve filmen modtog den røde farvekode fra MPAA for sit indhold af seksuel og voldelig karakter, men traileren fik imidlertid den grønne farvekode, da intet af dette vises i traileren.

Traileren for *American Beauty* benytter sig af spændingsplottet og er bygget op omkring en narration, som efterlader tilskueren på kanten af sædet, da den slutter cirka ved referencefilmens andet vendepunkt.

Ekspositionen udgøres af *anslag* og *præsentation*, som viser hovedpersonen og filmens stemning. Via en tracking imod villaens røde dør i indstilling 26, får tilskueren samtidigt adskillige opfordringer via intertitler som eks.: "look closer". Indstilling 27 danner således rammen for starten på den *udløsende begivenhed*. Carolyns åbning af garagedøre, som får den bløde, følelsesladede ikke-diegetiske musik til at forstumme, markerer således første vendepunkt.

Efterfølgende tages vi igennem de tre sfærer, hvor Lester Burnhams problemer med hensyn til arbejde og familieliv bliver udstillet. Dernæst følger *konfrontationen*, som her guides på vej af skiltet *change* efter ca. 1 min. og 45 sek. Lester tager kampen op mod forstadsoverfladen, men udfaldet af denne kamp forbliver uforløst. Som sagt er berettermodellens sjette og syvende led ofte udeladt i en trailer, hvilket også er tilfældet her. Dermed ikke være sagt, at indstillinger fra referencefilmens klimaks og optrapning ikke er brugt, som det er tilfældet med indstillingen, hvor Carolyn griber ud efter sin pistol i bilens handskerum, eller hvor hun står i silende regn. Men i traileren optræder de i den *afsluttende titelsekvens*, som Hediger tillægger en slags cliffhanger-funktion. **Tilskueren opfatter, at noget vil ske og konstruerer hypoteser ud fra den sparsomme mængde af informationer.** Traileren gør også brug af billedmateriale, som slet ikke optræder i referencefilmen. F.eks. hvor vi ser en roses intervalprægede blomstring.

Traileren til *American Beauty* er således en to tredjedelstrailer med Lester som protagonist og en narration, som ligger i tråd med referencefilmens spændingsplot. Lydsiden består af to numre, som ikke er en del af referencefilmens lydside. Det første musiknummer bibringer en overordnet melankolsk og følelsesladet stemning. Nummeret er produceret af Thomas Newman, som stod bag resten af originalmusikken til referencefilmen. Det andet nummer signalerer et temposkift og er oprindeligt komponeret af The Who og hedder *Baba O'Riley* (1971), men optræder her i en stærkt forkortet og remastered version. Musiknummeret akkompagnerer billedsiden og Lesters triumferende knyttede næve underbygges på lydsiden af en high-hat, som senere suppleres af en mundharmonika i slutningen af traileren, hvor spændingsniveauet er på sit højeste. Traileren anvender ligeledes effektlid til at antyde det uforløste, f.eks. da Lester sætter vægtstangen på plads efter at være blevet konfronteret af Carolyn, hvilket skaber en bro mellem eksposition og den udløsende begivenhed. Dette bakkes op af den nye musiks hastige beat, og vi forventer en trodsreaktion, og en konflikt er dermed lagt i støbeskeen. I slutningen sluttet musikken brat ved en effektlid af et skud, som understøtter trailerens uforløste stemning.

Klipperytmen er hurtig, og her er et dynamisk tempo. Der er 118 overgange i en filmisk sekvens på 184 sekunder. Totredjedelstraileren hviler på cliffhangermotivet ved at stoppe receptionsprocessen inden den handlingsgangsættende del af flowet. Spørgsmålet om protagonisten vil nå sit mål og den uforløste følelse holdes i tilskueren og projekteres over på trailerens referencefilm, som indirekte giver et løfte om at indfri forventningerne. Kunsten er at styre publikums forventninger og ikke afsløre for meget af referencefilmens handlingsforløb. Dette sker i traileren til *American Beauty* ved at lade Ricky og Frank's sidehistorie fylde relativt meget, således at publikum opstiller flere hypoteser og ikke udelukkende sammenkæder Carolyn med pistolen. Traileren forenkler ligeledes historien, og gør Lester til protagonist, hvilket styrker kontinuiteten i traileren, men samtidig står i kontrast til referencefilmen, som kategoriseres som en multiplotfortælling. **Om traileren til *American Beauty* styrker eller svækker oplevelseskvaliteten af referencefilmen står og falder i sidste instans med tilskuerens evne til at afkode trailerens genrekoder.**

Litteratur til yderligere inspiration:

Hediger, Vinzenz (2001): *Verführung zum Film – Der amerikanischen Kinotrailer seit 1912*. Schüren, Marburg.
Lukk, Tiiu (1997): *Coming Attractions: Creating the trailer*, kapielt i bogen *Movie Marketing: Opening the picture and giving it legs*, Silman-James Press, Los Angeles, CA, USA
Zanger, Anat (1998): *Next on your screen; The bouble identity of the trailer*, artikle i *Semiotica* Vol. 120 ½, Semiotics Publications, Indiana University, Bloomington, USA

BOGANMELDELSE: Peter Schepelerns Filmleksikon

Jeppe G. Jensen er adjunkt i engelsk og mediefag på Virum Gymnasium



Som selverklæret bibliofil og filmnørde har jeg med spænding set frem til Schepelerns nye filmleksikon, og nu er det endelig på gaden. Og må jeg sige med det samme: det rammer lige i bullseye for sådan én som mig. Som Schepelern selv siger: "Intetnettet tilbyder information i uendelige mængder, men af afvekslende troværdighed. For en bog som denne må ambitionen og udfordringen være at tilbyde netop det, som internettet er svagest til – at give overblik og begrænse sig til det væsentligste."

Han rammer også plet med den bemærkning, men samtidig er det, som må anses for opslagsværkets ypperste force, det væsentligste, netop også dens største svaghed i undervisningsøjemed; begrænsningen. Man kan ikke få det hele med i så "kort" et værk, og selvfølgelig har den ikke alt med, men den lever op til sit præmis.

Bogen rummer en mængde af oplysninger, som kun få kan danne sig et overblik over. Det er plads til skuespillere, instruktører, producere, manuskriptforfattere, filmlande, filminstitutioner, strømninger og teknik. **Man kan svælge i det hav af billeder, som er valgt** (omend Ewan McGregor havde været afbilledet bedre i alle andre roller end den valgte...) eller dykke ned i Kaurismäkis filmografi samtidig med at man kan se bredden i værket, hvis man sammenligner ovennævnte med enten Megan Fox eller Pamela Andersons bidrag til kunsten.

Omend det er et begrænset værk, hvor man har skåret ind til benet, er der ikke skortet på sproget, som jeg synes fortjener ros. Filmleksikonet er skrevet i et rigt, nuanceret og velvagt sprog, som sømmer hyldesten til filmen. **Der er plads til detaljen i sproget, som giver de rigtige billeder på nethinden når man læser**, og et ekstra plus i bogen for mig er det, at den taper ind i mine filmhistoriske billeder.

Som lærer og filminteresseret er bogen næsten et *must*, hvis man da har plads på hylden til (endnu) en mursten, men som undervisningsmiddel falder den til kort. I genreforløb kan den give det korte, indsigtssrige overblik, de vigtige titler og hvad man skal lede efter for at komme dybere, men den kan naturligvis ikke erstatte længere, mere ensidige værker. Den

kan hjælpe til med en filmskabers filmografi, en søgen efter en specifik skuespiller eller film, men den kan ikke anbefales til classesæt (tænk lærereksemplat!).

Alt i alt skal det dog slås fast at det er en utrolig dejlig bog at sidde med, og er man interesseret i film, kan den holde én beskæftiget i temmelig mange timer. Man kan næsten poetisk og tidstypisk sige at det er en bog, som er møntet på dem, som er til lange dybe forhold frem for flygtige overfladiske affærer.

BOGANMELDELSE: H.C. Christiansen m.fl., Læring med levende billeder, Samfundslitteratur 2010

Anmeldelse af Kasper Sønderby Madsen, Nærum Gymnasium

Ude af sync med den seneste filmteoridannelse? Ny lærerorienteret bogudgivelse giver medielæreren tiltrængt fornyet magt over sit vidensreservoir i filmteori og anviser en række brugbare, men kendte fagdidaktiske spor i mediefagsundervisningen. Eneste svaghed er bogens diffuse målgruppe.



Lad det være sagt med det samme: Denne udgivelse er ikke møntet på vores medieelever med c- og b-niveau, men på fagets tilrettelægger, læreren. Målgruppen er alle undervisere, der fra folkeskole over ungdomsuddannelse videre til universitet hyppigt benytter de levende billeder i undervisningen. Bogens præmis, som bl.a. tegnes af velkendte bidragsydere som fx Henrik Poulsen, Flemming Kaspersen og Stig Hjarvard, giver kraftig genlyd af sociologen Thomas Ziehes forestilling om det senmoderne i ungdomskulturen: At de **unge i undervisningen udelukkende vil kaste interesse på projekter, der formår at massere den enkelte i sit eget behovsbevidste identitetsprojekt**.

Medierne kommer da til at repræsentere den gode *anderledeshed* ikke alene i kraft af, at de tilbyder de unge en betydelig hjemmebanefordel - medierne er dem kendte og genkendelige – men favner netop også det fremmede og anderledes, når læreren med pædagogisk og faglig tæft formår at forene de to tilsyneladende modsatrettede poler. Hele bogen kan ovenfra ses som en meditation hen over dette sociologiske ståsted: Hvordan kan medieundervisningen kvalificeres med Ziehes portræt af den selvrefleksive ungdomsgeneration i baghovedet? Overvejelser om, hvordan vi som lærere bedst rammer den senmoderne

elevtype har i mere end 10 år været et fikspunkt ikke alene på pædagogikums teopæd-kurser, men også på mediefags egne kurser i fagdidaktik: Derved sniger der sig på denne anmelder ved læsningen af bogens bud på en mediefaglig didaktik (kapitel 2, 4 og 8, i alt ca. 1/4 af udgivelsen) en følelse af at måtte melde hus forbi over for et ellers meget relevant stofområde. Kapitlerne kan dog fint overblikslæses, hvis læseren trænger til en time out i fagdidaktik.

En af udgivelsens styrker er kapitel 3, hvori der udfoldes et vigtigt hjørne af Bordwells neo-formalistiske filmanalyse med afsæt i kognitive vidensformer. **Især en nuanceret beskrivelse af Bordwells POV-begreb kan her med fordel indarbejdes i vores arsenal af mediefaglige analyseredskaber.** I kapitel 5 og navnlig 6 beskæftiger Henrik Poulsen sig med tv'et som unges platform for uformel læring og om film som mediering af unges virkelighed. Især tv som lærings- og oplevelsesform vier Poulsen en særlig plads, hvorved tv-delen forfriskende trækkes ud af den skygge, som mediefaget sommetider er tilbøjeligt til at stille tv i. Endelig ledsages udgivelsens sidste del af et kapitel, som diskuterer moderne computerspils lighed med mediefortællinger, der kan analyseres som led i folkeskolens medieundervisning. Selv om omdrejningspunktet ikke (endnu)

udgør mediefagligt kerne stof i ungdomsuddannelserne, forekommer det meget relevante at rejse spørgsmålet, om computerspil allerede nu er så medialiserede, at de kan føjes ind i mediefags genstandsfelt? Et vedkommende wake up call, som vi i nær fremtid bliver nødt til at besvare - og af samme grund meget læseværdigt.

Øvrige kapitler, der af pladshensyn ikke kan omtales i denne anmeldelse, handler om animationsteknik og -æstetik, ligesom et par kapitler direkte adresserer folkeskolens medieundervisning. Den brede målgruppe (folkeskole, gymnasium, universitet) skæmmer udgivelsen for så vidt, at den påføres et næsten uundgåeligt mosaikpræg. Samlet set er der for mediefagslæreren på en ungdomsuddannelse tale om en brugbar udgivelse, der med sit skrivebordspædagogiske udgangspunkt alligevel flere steder er tilpas konkret til, at der kan trækkes på den i kommende teoriforløb.

Læring med levende billeder

Udgivet af Copydan AVU, DFI, CFU, Station Next, Professionshøjskolen UCC, CBS, KU, Syddansk Universitet og Animationsværkstedet.

BESTYRELSENS BORD

v. Henning Bøtner Hansen, formand for medielærereforeningen og lektor i mediefag på Frederikshavn Gymnasium



UDVIKLINGSARBEJDE: ANSØGNING OM FORSØG MED A-NIVEAU AFVIST

I slutningen af januar fik vi endelig besked fra ministeriet. 7 måneder efter indsendelsen af ansøgningen modtog vi afslag. Jeg citerer fra ministeriets brev:

Undervisningsminister Tina Nedergaard har nu drøftet ansøgningen med de to regeringspartiers uddannelsesordførere, og der var her enighed om at afvise ansøgningen. Som begrundelse anføres, at fagrækken i det almene gymnasium – og specielt rækken af fag på A-niveau – blev fastlagt med den politiske aftale om gymnasieformen efter meget grundige overvejelser, som bl.a. førte til, at musik fortsat er det eneste kunstneriske fag, der kan fås på A-niveau.

Det vidner om, at ansøgningen reelt set ikke er blevet behandlet, og det er for mig at se det mest nedslående, samtidig med at vi må konstatere, at det ikke synes muligt at vende tilbage før, der skal foretages en egentlig revision af reformen. Det lægger op til et mere langsigtet perspektiv for fagets udvikling.

Fagligt Forum vil tage ministeriets afslag op på mødet den 3.februar. Nyhedsbrev om, hvad Fagligt Forum vil anbefale

at gøre til indsatsområder for at sikre fagets udvikling følger snarest.

UDVIKLINGSPROJEKT OM SKRIFTLIGHED

Foreningen har fået bevilget kr. 50.000 til et udviklingsprojekt, der skal udvikle den skriftlige dimension i faget. Dette arbejde er møntet på både c- og b-niveau, og tanken er at undersøge, hvordan fagets eksisterende skriftlige arbejde omkring synopsis, treatment, manus og analyseopgaver kan videreudvikles. Udviklingsarbejdet strækker sig over 1 ½ år.

Projektgruppen er sammensat af Mette Linnebjerg fra Sct. Knuds Gymnasium, Mimi Olsen fra Avedøre Gymnasium, Hans Oluf Schou fra Viby Gymnasium og HF samt undertegnede. Det er hensigten løbende at inddrage andre gymnasier for at få afprøvet nogle af de prototyper, som udviklingsarbejdet fører med sig samt at afholde en afsluttende konference, hvor de samlede resultater kan gives videre og blive drøftet.

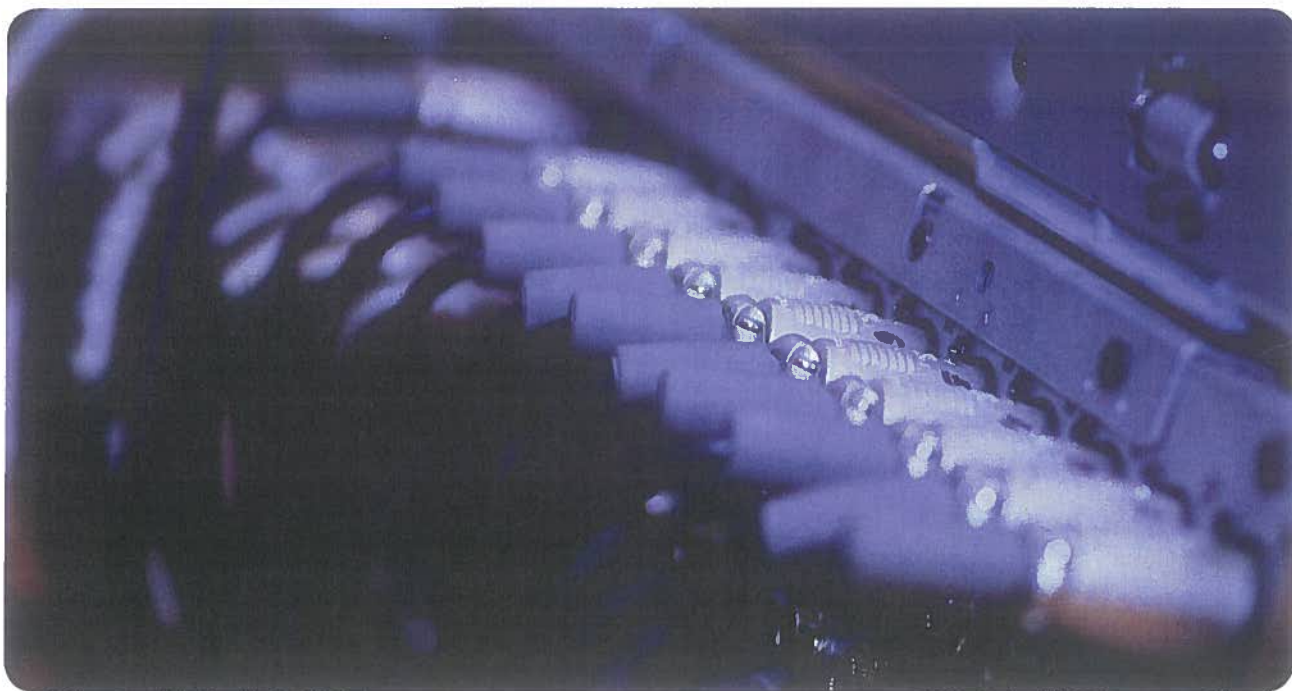
UDVIKLING AF NYE KURSER

Bestyrelsen har på sit seneste møde besluttet at kontakte medlemmerne for at få et overblik over, hvilke undervisningsforløb, der bliver brugt ude på skolerne. Vi opfatter det som en mulighed for at få nogle input, der kan virke inspirerende ind på indholdet af kommende kurser.

MEDIEFAG

NU MED NYE MULIGHEDER

A-niveauet er ikke blevet godkendt, men måske skal skolerne eksperimentere med mediefag B+, som udvider det nuværende mediefag med et praktikophold. v. Hans Oluf Schou fagkonsulent i mediefag og lektor i mediefag og dansk på Viby Gymnasium og HF



A-NIVEAU'ET DER FORSVANDT

Efter lang tids venten blev det i slutningen af januar meddelt, at vi ikke får lov til at afprøve et mediefag med A-niveau. Over 20 gymnasier stod klar til at sætte forsøg i gang, læreplanen var stort set på plads, og for flere skolars vedkommende var det endda meldt ud som kommende studieretning. Men fra politisk side var meldingen, at der ikke skulle flere nye niveauer ind i gymnasiet. Det var spændende at være med i dette forsøgsarbejde, og jeg tror at alle, der har været involveret vil sige at det at være frugtbart at kigge fremad på, hvad faget kan blive ud fra det nuværende grundlag. Måske var vi slet ikke radikale nok i vores lyst og evne til at se nye muligheder i faget, måske var vi for bundet af det dejlige fag, vi har i dag til at turde gribe efter nyt. Det kan jo vise sig, at vi netop skal være mest åbne for udvikling og forandring, når det går allerbedst. Alt andet kan på sigt være fagets død. Der er flere fag, der gerne vil have mere mediefag, og i de andre nord-

iske lande er faget integreret i andre humanistiske og samfundsvidenskabelige fag og i projekter, hvor det er relevant.

B-NIVEAU MED FLERE TIMER

Hvad gør vi så nu, hvis vi kunne have lyst til at gøre noget ud over det almindelige B-niveau, noget som ikke kræver en ny læreplan eller andre godkendelser i ministeriet. Ja, lad mig tage min egen skole, Viby gymnasium og HF, som eksempel. Og det bliver netop som eksempel, for jeg synes alle kan gøre noget, og det noget afhænger af hvad I har lyst til, om I synes det kører udmærket med 200-timers B-niveau på jeres skole, eller om I har lyst til at forsøge en udvidelse.

På Viby har vi søgt ledelsen om 40 timer ekstra til vores B-niveau på studieretningen med engelsk A og samfunds-fag B. Vi har lyst til at afprøve anvendelsesaspektet i form af et kortere praktikophold for eleverne. Det har vi ikke plads til inden for det nuværende timetal, hvor vi jo i forvejen skal nå en

hel del. Altså 40 timer ekstra, som ud over nogle dages praktik på en journalistisk/mediefaglig arbejdsplads i Århus-området skal skaffe plads til en supplerende produktion, som skal være et 'reklamespot' i samarbejde med en ekstern partner eller et spot, som fremmer kendskabet til gymnasiet og kan lægges ud på skolens hjemmeside og videre ud på nettet. Vi har valgt det mest enkle navn til vores udvidede B-niveau, idet vi kalder det B+, vel vidende at der for et par år siden var en heftig diskussion i CUT om Ørestads brug af samme betegnelse. Mit synspunkt er, at vi nu skal videre, og der skal åbnes for at skoler kan afprøve forskellige muligheder, eksperimentere med fagets elementer og lade os inspirere af hinanden på denne måde. Der er skoler, som befinder sig vel inden for de nuværende rammer og laver spændende ting (don't we all), men der skal også være mulighed for mere. Der er jo også skoler, der laver store studieture til USA og Kina, som kræver meget ekstra arbejde af lærere og elever for at få det til at hænge sammen økonomisk og planlægningsmæssigt, så dette er blot en anden måde at komme videre på. Det kræver velvilje fra ledelsens side, og mens dette skrives har vi endnu ikke fået svar fra ledelsen. Timerne skal findes, og der er meget, der skal diskuteres og afklares på skolen, men jeg håber det lykkes. Jeg vil skrive videre om forsøget på hjemmesiden, når vi ved mere, og det gør vi sikkert allerede, når I læser dette.

TALENTUDVIKLING

Alle gymnasier skal nu lave talentudvikling. Det er ikke noget skolerne kan vælge, det er noget alle skoler skal sætte i gang. Undervisningsministeriet har nedsat en udviklingsgruppe, som i løbet af foråret skal nedkomme med et talentudviklingskoncept med masser af forslag til, hvordan talentarbejde kan foregå på skolerne. Der er nedsat 5 grupper på tværs af de gymnasiale uddannelser, og jeg er blevet en af to tovholdere på den humanistiske gruppe, som omfatter både de humanistiske fag, dansk og historie. Nogle skoler er allerede i gang med såkaldte 'master classes', musik har Skt. Annæ Gymnasium, og vi har jo været i gang de sidste 3 år med talentcamps i 2008 og 2009, men kom ikke videre i 2010 på grund af pengemangel. Der blev lagt et kæmpe arbejde i at få disse camps op at stå, og derfor er der allerede et godt grundlag for et videre talentarbejde. Men kunsten i den kommende tid bliver at integrere talentudvikling i den daglige undervisningspraksis, altså hvordan kan vi lave en differentieret undervisning, så der også bliver plads til at de dygtigste elever med masser af vilje og energi får mulighed for at komme videre med deres talent. Vi efterlyser sådan set et 'didaktisk design' for talentundervisning. Det lyder lidt fint, men vi har jo allerede



konceptet i mediefag, hvor vi belønner de bedste gennem konkurrencer, lokale og landsdækkende festivals.

NB - Alle der har lyst til at bidrage med ideer til talentgruppen, må meget gerne sende både ideer og ikke mindst eksempler på praktisk talentarbejde til mig i løbet af de næste uger.

SRP CENSUR

Jeg har i år fået fat i flere kolleger til at rette SRP-opgaver, men det har åbenlyst ikke været tilstrækkeligt. Jeg sidder selv med mere end 60 opgaver, inklusive de 9 fra Viby, og det er dælele mange. Jeg kunne selvfølgelig have skaffet flere, men det har været svært, så jeg vil opfordre til at I melder ind, så vi kan komme ned på et menneskeligt overkommeligt antal pr. lærer. Alle vil gerne have 'deres egne' rettet og så har man også en slags forpligtelse til at være med til at rette andres. Og bortset fra det så er det fantastisk spændende at følge med i, hvad eleverne vælger at skrive om, hvad der interesserer dem, og hvor gode de er til det. Der er meget at lære. Der er stadig stor forskel på opgaveformuleringerne, der er stor forskel på hvor godt lærerne får fagene til at hænge sammen i formuleringerne, og der er også forskel på hvordan vi vurderer. Og selvsagt også stor forskel på opgavernes faglige niveau og elevernes ambitionsniveau. Men stort set så går det godt med censureringer og med alle de gode snakker man får med kollegerne. Derfor er der også meget få indberetninger, men muligheden eksisterer, og det skal man også vide til sommer, når mundtlig eksamen ikke fungerer og man tænker, at dette må ikke ske igen. Så kan man efterfølgende skrive en indberetning.

AFSLUTNING

På ministerielt niveau sker der ting og sager i disse uger. Gymnasieafdelingen er nedlagt pr. 1.marts og strukturen i ministeriet bliver en anden, hvilket I kan læse om på www.uvm.dk. Jeg kan ikke sige noget om, hvad der sker i forhold til fagkonsulentsituationen til sommer. Om faget stadig vil have en selvstændig fagkonsulent, eller om vi ligesom andre fag (musik, dramatik, dans) skal sammenlægges med andre. Jeg ved det ikke, og det gør ingen lige nu.