

Gestaltning, konstruktion och menings- skapande i ungdomars arbete med film

Fredrik Lindstrand

Bilden, i dess olika former, har kommit att få en viktig plats i vår kultur. Varje dag möter vi mängder av vackra, talande, tilltalande, våldsamma, intetsägande, färgglada, otäcka, drömlika, fula, ifrågasättande, realistiska, humoristiska, informativa, motbjudande, inspirerande, kränkande, retoriska, rörliga och andra bilder. Vi möter dem i tidningar och böcker, som reklam eller gatukonst i tunnelbanan, på stora reklamtavlor längs vägarna, på husväggar, på biografernas filmdukar, i våra TV-apparater, datorer och mobiltelefoner, och så vidare.

Bildens ökade spridning, användning och betydelse i vår tid hänger samman med mer generella förändringar inom kommunikationens område. Kress och van Leeuwen (1996) ser dessa som en följd av sociala och kulturella faktorer och menar att globala kapital- och informationsflöden inte bara löser upp kulturella och politiska, utan även semiotiska gränser (jfr även Kress, 2003). Denna utveckling har medfört att språkets roll har förändrats i kommunikationen mellan människor:

Language is moving from its former, unchallenged role as the medium of communication, to a role as one medium of communication, and perhaps to the role of the medium of comment, albeit more so in some domains than in others, and more rapidly in some areas than in others. (Kress & van Leeuwen, 1996, s 34)

Synen på kommunikation har på så sätt kommit att vidgas, och vi ser idag hur de kommunicerande parterna kan välja och vraka ur ett stort utbud av kommunikativa resurser för att ge form åt det de vill uttrycka. De uttrycksformer används, som bäst svarar mot de intressen man har för avsikt att uttrycka i ett givet sammanhang.

Denna utveckling har mycket positivt att erbjuda, då den i bästa fall öppnar upp för ett deltagande för fler personer i fler sammanhang än tidigare. Det är samtidigt viktigt att vara medveten om att förändringar inom det kommunikativa området har betydelsefulla implikationer för samhälle och kultur i stort. I kommunikationen med andra skapar vi, och får kunskap om, den sociala världen, och det är genom kommunikation vi blir till som individer i de sammanhang vi befinner oss. Nya medier, nya uttrycksformer och nya sätt att hantera den information som förmedlas innebär till exempel

att maktstrukturer och andra viktiga förhållanden i dagens samhälle tar sig andra former än vad som varit fallet tidigare. Med denna utveckling blir det därför betydelsefullt att vi fortsätter ställa frågor kring samtid, kultur, makt, diskurs, kommunikation och så vidare. Den brittiska visualitetsforskaren Irit Rogoff påpekar, utifrån området *visual culture*, vikten av ifrågasättande i det nya sammanhanget:

In today's world meanings circulate visually, in addition to orally and textually. Images convey information, afford pleasure and displeasure, influence style, determine consumption and mediate power relations. Who we see and who we do not see; who is privileged within the regime of specularly; which aspects of the historical past actually have circulating visual representations and which do not; whose fantasies are fed by which visual images? Those are some of the questions which we post regarding images and their circulation. (Rogoff, 2002, s 25)

Jag menar samtidigt att dessa frågeställningar vinner på att breddas till att inkludera övriga kommunikativa uttrycksformer. Istället för att enbart göra ett enkelt byte från Ordet till Bilden som ensamt verktyg för meningsskapande, vill jag hävda att det intressanta och givande i sammanhanget snarare handlar om uppmärksammandet av det faktum att vi kommunicerar, skapar mening, bildar sociala ordningar med mera utifrån *alla* de uttrycksformer som står till buds och att vi måste öka vår medvetenhet om att samtliga av dessa olika kommunikationsformer fungerar i enlighet med de socialt konstruerade konventioner som reglerar deras sätt att fungera i vår kultur.

Det blir intressant att se hur de barn och ungdomar som växer upp idag hanterar den mängd av meningserbjudanden som kommer från olika håll och via olika medier och uttrycksformer, eftersom hanterandet av mediernas försök att sälja in sina egna bilder av hur världen ser ut och vilka regler som gäller närmast blir en demokratifråga. De representationer av världen som möter oss i vardagen har, enligt Hodge och Kress (1988), till syfte att stärka och vidmakthålla mönster och strukturer i samhällslivet som är till gagn för de dominerande grupper som står bakom representationerna (jfr även Silverstone, 1999).

Denna bakgrund aktualiserar frågor och behov som kan relateras till områden som visuell (se t ex Sparrman, 2002) och multimodal (se Jewitt & Kress, 2003) läskunnighet, samt den form av läskunnighet som på engelska fått namnet multiliteracies (Cope & Kalantzis, 2000). Det handlar om hanterandet av kommunikativa resurser, både för att kunna förhålla sig kritisk till de representationer som når oss (jfr även Faircloughs begrepp

critical language awareness, 1995) och för att själv kunna kommunicera med bilder och andra uttryckssätt. Även det senare är i högsta grad en demokratifråga, då det handlar om att kunna göra sig hörd och ha möjlighet att ge sin egen bild av sådant man önskar uttrycka sig kring.

Jag utgår från en socialsemiotisk modell, där en utgångspunkt är att meningen i meddelanden av alla slag skapas i både konstruerandet och mottagandet av dem. Varje budskap behöver sin uttolkare för att säga något. Jag intresserar mig därför för hela cirkeln kring kulturell produktion, där det blir intressant att se hur publiken tar till sig och använder sig av de texter som kommuniceras i sin egen vidare kulturella och kommunikativa produktion. Det intertextuella spelet mellan texter och andra meningsbärande enheter blir således centralt i min syn på kulturell produktion och vårt sätt att skapa mening i denna form av kommunikation. Du Gay påpekar, i enlighet med mitt förhållningssätt, att:

...meaning-making processes operating in any one site are always partially dependent upon the meaning-making processes and practices operating in other sites for their effect. In other words, meaning is not simply sent from one autonomous sphere – production, say – and received in another autonomous sphere – consumption. Meaning-making functions less in terms of such a ‘transmission flow model, and more like the model of a dialogue. It is an ongoing process. (du Gay, 1997, s 10)

Mot bakgrund av denna långa inledning är det intressant att se hur ungdomar arbetar med, och förhåller sig till, omgivande medietexter i sitt eget arbete med film. Efter en kortfattad presentation av mitt pågående avhandlingsarbete ska jag ägna det vidare utrymme i denna text åt en av de filmer som ingår i mitt avhandlingsmaterial. Den film jag valt att använda här relaterar till en reklamfilm från Nike. Med den som exempel visar jag hur ungdomarna använder konsumtionskulturens texter för att säga något utifrån dem själva. Min förhoppning är att detta samtidigt ska ge en bild av hur man kan arbeta kring ungdomars arbete med egna och andras rörliga bilder.

Projektet

I mitt avhandlingsarbete, som denna text utgår ifrån, studerar jag ungdomars arbete och berättande med egna filmer (Lindstrand, kommande). Mitt intresse riktas åt olika håll i detta arbete, men kan övergripande sägas handla om hur ungdomarna – i sina estetiska praktiker och i de färdiga filmerna –

gestaltar sig själva och sin syn på den socialt konstruerade kontext som bildar bakgrund till, och i viss mån utgångspunkt för, deras arbeten.

I enlighet med den socialemiotiska teori (jfr Hodge & Kress, 1988; van Leeuwen, 2005) och den därmed förknippade multimodala diskursteori (se t ex Kress & van Leeuwen, 1996; 2001; Kress, Jewitt, Ogborn & Tsatsarelis, 2001; Kress, 2003; Burn & Parker, 2003) jag använder betraktas ungdomarna som aktörer och teckenskapare, då jag tittar på hur de, med de semiotiska, sociala och kulturella resurser de har tillgängliga, arbetar för att representera sig själva och sitt sammanhang. Som en följd av detta har jag kommit att intressera mig särskilt för hur, och med vilka medel, de skapar *skillnad* i arbetet och berättelserna.

Med skillnad tänker jag mig här en koppling till tanken på förändring – filmen som design av en alternativ ordning (se Kress & van Leeuwen, 2001; Cope & Kalantzis, 2000).

På en annan nivå intresserar jag mig för hur ungdomarna reflekterar under arbetet. På denna nivå finns möjlighet att föra en diskussion kring lärande kopplat till den estetiska processen.

Arbetet kan således sägas vara en studie både av kommunikation och meningsskapande, estetiska processer, samt lärande kopplat till estetiska praktiker och kritiska förhållningssätt till språk och medier.

Metod och material

Det material som avhandlingsarbetet bygger på samlades in under 2003, då jag följde tre grupper med gymnasieungdomar under deras arbete med egna filmer, från de inledande diskussionerna kring vad filmerna skulle handla om till den slutliga visningen av de färdiga filmerna.

De metoder som använts under fältarbetet har i första hand hämtats från den visuella etnografins område, då det handlat om olika grader av deltagande observation, kombinerat med visuell dokumentation (i form av videoinspelningar och stillbildsfotografering) och ett fokus på ungdomarnas arbete med visuella och andra resurser i sitt meningsskapande arbete (se t ex Pink, 2001; Banks, 2001; Banks & Morphy, 1999).

Genom att följa ungdomarnas arbete i grupp har jag haft möjlighet att ta del av de diskussioner och reflektioner som lett fram till de slutliga filmerna. Materialet som avhandlingsarbetet bygger på består således av ungdomarnas filmer, min filmade dokumentation av arbetsprocessen (som jag, tillsammans med stillbilder och skisser av olika slag, betraktar som visuella fältanteckningar¹), transkriptioner av filmmaterialet och filmerna,

¹ Jag har valt att betrakta materialet på detta sätt för att understryka dess konstruerade natur. I likhet med andra fältanteckningar har mina intressen, resurser och tillkortakommanden mm varit avgörande för vad som finns med i filmmaterialet och i vilken form det finns med.

kompletterande fältanteckningar, stillbilder, avfotograferade arbetsmaterial (bildmanus och liknande), analys av dataprogrammet som används i redigeringen, samt referensmaterial i form av andra filmer.

B-Ball @ Sergel

Den film jag väljer att fokusera på här gjordes av två tjejer i gymnasiet. Filmen blev till under den sk 08-Festivalen som ägde rum kring Kulturhuset och Sergels Torg i Stockholm i augusti 2003. Filmen gjordes med stöd av Film Stockholm, som är Stockholms regionala resurscenter för rörlig bild. De erbjöd lån av kamera, dator för redigering och eventuell handledning eller annat stöd från filmpedagog; allt detta under en halv dag. Under den vecka festivalen pågick gjordes sammanlagt 53 filmer, som alla finns samlade på video och dvd. Ett antal av de filmer som gjordes varje dag visades senare på kvällen på stor duk vid Sergels Torg.

Jag följde tjejerna under deras arbete med sin film, från början till slut, och dokumenterade deras arbete med digital videokamera.

Temat för filmen - som fått namnet *B-ball @ Sergel* - är basket, med betoning på uppvisandet av de medverkandes särskilda förmågor med basketbollen. Samtidigt finns en löst sammanhållen narrativ tråd som löper genom filmen.

Filmen inleds med en bild på en basketboll som ligger på Sergels Torg. En kille får syn på bollen, tar upp den och börjar dribbla. Han passar sedan bollen ut ur bild. I nästa klipp tas bollen emot av en tjej som hanterar den en stund – dribblar och tricksar - innan hon passar bollen vidare på samma sätt. Resten av filmen består av ett antal liknande klipp med undantag av ett klipp där vi ser bollen flyga längs Kulturhusets vägg och ett klipp där endast en boll studsar förbi utan någon av filmens deltagare i bild. I ett av klippen står jag mitt i bild och ser frågande ut när en boll passas förbi mitt ansikte. Jag räknar även detta klipp som ett undantag från det övriga mönstret, eftersom jag inte gör något med basketbollen utan snarare är där för att *inte* göra något med den.

I de allra flesta bilderna ser vi endast en person, som står placerad mitt i bild. Personen får bollen i en passning från någon utanför bild, gör några tricks och passar sedan bollen vidare ut ur bild. Nästa person står ensam i bildens mitt och tar emot passningen från föregående spelare, gör några tricks, passar vidare osv. I några klipp förekommer två personer samtidigt, som antingen gör samma trick bredvid varandra eller utmanar varandra på något sätt.

Den narrativa tråd som tjejerna sett under arbetet med filmen har handlat om hur en av dem misslyckas med ett flertal av de tricks hon satsat på i filmens olika klipp, särskilt i sammanhang där även den andra tjejen

varit med i bild (och lyckats med det hon försökt sig på). När tjejen till slut får bollen och uppmärksamheten för sig själv, och dessutom lyckas ganska bra med det hon håller på med, kommer killen från inledningsscenen in i bild. Han går fram och tar bollen från henne, knuffar henne ur bild och lägger sedan ner bollen på den plats där han inledningsvis plockade upp den. Filmen ser då ut att nå ekvilibrium, att den narrativa cirkeln ska slutas. Men istället poserar han med foten på bollen och dribblar sedan bollen med foten innan han petar iväg den utanför bildkanten och går ur bild själv. Klipp till svart och eftertexter.

De flesta medverkande i filmen är tjejer. Killar förekommer endast i sex av filmens sammanlagt tjuogoett klipp. I ett av dessa (dvs scenen där jag medverkar) har killen en passiv roll och uppvisar snarare oförmåga än förmåga inom basketens område.

På ljudspåret spelas en enkel bossanova (eller djungelcalypso, som spåret heter när de lägger på det i datorn) i bakgrunden tillsammans med filmens ljud. Bildmässigt kan vi se filmen som ett utsnitt av vardagslivet kring Sergels Torg, framför allt om vi ser till folklivet i bakgrunden. På marken är det blött, då det regnade strax innan inspelningen.

Filmen är, både innehållsmässigt - i sin helhet och i sina olika delar - samt i dess struktur, gjord som en alternativ variant av en amerikansk reklamfilm för basketskor från företaget Nike.

Förlagan består av ett antal sekvenser med professionella amerikanska basketspelare, företrädesvis svarta män, som utför avancerade tricks med attityd. Reklamfilmen inleds med att en person kommer in med bollen från vänster i bild. Han sätter snurr på bollen och tricksar medan bollen snurrar på hans finger. Därefter kommer ett klipp till en annan person, som passar en boll ut ur bild. Bollen fångas i nästa sekvens av en annan person, som börjar agera med den osv. I likhet med ungdomarnas film passas bollen mellan de flesta sekvenserna.

Bakgrunden är svart och endast spelarna står i rampljuset. Sekvenserna alternerar mellan bilder på en eller flera spelare som utför tricks och sekvenser där de utmanar varandra på något sätt. I ett av klippen gör en av spelarna en dunk.

I Nike-filmen använder man vad som upplevs som naturliga ljud från sammanhanget (ljudet av bollen som studsar mot golvet i varierande tempo, ljudet av bollen mot handen, det gnisslande/tjutandet ljudet av basketskor som dras mot golvet samt rop från basketspelarna) för att skapa en rytm, vilket ger filmen en känsla av musikvideo. Filmen avslutas med att en av spelarna låter bollen studsa ut ur bild till vänster. På så sätt kan vi åter tala om ekvilibrium, men i detta fall slutar filmen verkligen i detta läge.

Vid en jämförelse kan vi konstatera att B-Ball@Sergel är uppbyggd på samma tema och med samma innehåll som reklamfilmen, och att

ungdomarna använder samma montageteknik som man gör i Nike-filmen. Vi har med andra ord referenser till Nike-filmen på flera nivåer.

Jag ska, i kommande avsnitt, använda mig av begreppet intertextualitet för att säga något om makt, meningsskapande och identitet i ungdomarnas film.

Intertextualitet

Med begreppet intertextualitet menar jag här den egenskap texter har av att vara fulla av hänvisningar till - och glimtar av - andra texter och som, med Faircloughs ord:

...may be explicitly demarcated or merged in, and which may assimilate, contradict, ironically echo, and so forth. In terms of production, an intertextual perspective stresses the historicity of texts: how they always constitute additions to existing 'chains of speech communication' (Bakhtin 1986: 94) consisting of prior texts to which they correspond. (Fairclough, 1992, s 84)

Även om intertextuella referenser genomsyrar hela litteraturhistorien tänker jag mig att det finns en skillnad i tänkandet kring detta sätt att skapa mening idag. Jag tänker mig att det kan ses som karaktäristiskt för ett postmodernt förhållningssätt, där andra texter ses som resurser som är där för att användas.

Jag menar att just denna medvetenhet gör intertextualitetsbegreppet användbart, framför allt i dess egenskap att fungera som verktyg för meningsskapande och för analys av detta sätt att arbeta med referenser för att skapa mening, vilket blir särskilt intressant om vi återknyter till bilden av den kulturella cirkeln och meningsskapandet som en ständigt pågående process.

Med det utsuddande av semiotiska gränser som nämndes i inledningen kan intertextualitet idag handla om referenser inom vilket medium som helst och de kan vara kommunicerade med vilka uttrycksformer som helst. Vi kan idag därför tala om en multimodal och multimedial intertextualitet. Vidgandet av det intertextuella området blir tydligt när Rogoff skriver om den visuella kulturens område, att detta:

...opens up an entire world of intertextuality in which images, sounds and spatial delineations are read on to and through one another, lending ever-accruing layers of meanings and of subjective responses to each encounter dfwe might have with film, TV, advertising, art works, buildings or urban environments. (Rogoff, 2002, s 24)

Intertextualitet som verktyg för meningsskapande

Eftersom intertextualitet kan sägas handla om relationer mellan och/eller inom texter kan vi se det som ett verktyg för meningsskapande utifrån det faktum att det bygger på att man kommunicerar budskap av något slag genom att hänvisa till tidigare kommunicerade meningar som uttryckts och tolkats i tidigare sammanhang. Det fungerar på detta sätt som ett lånande av färdiga meningar, vilka används för att skapa nya meningar på ett eller annat sätt. Det kan handla om att förstärka uttryck som går i samma riktning eller har likheter på något sätt, eller skapa mening genom att förhålla sig till sådant man inte håller med om eller som på annat sätt skiljer sig från de meningar man har för avsikt att uttrycka.

En fungerande intertextualitet bygger på att åskådaren/läsaren har kunskap om den text, det material eller den händelse som refereras till. Den intertextuella referensen fungerar på så sätt i många fall som en inbördes kommunikation riktad till andra som är insatta i området och kan sägas fungera som en bonus för de som har tillräckliga kunskaper för att vidga de meningar som kommuniceras i den text där referenserna äger rum.

Med anledning av detta finns därför något av en maktaspekt att uppmärksamma i sammanhanget – med tanke på att de intertextuella referenserna fungerar som avgörande för mottagarnas inkludering i de insattas skara. På ett motsvarande sätt kan vi även tala om makt utifrån sättet att hantera de aktuella referenserna. De sammanhang som refereras till, dvs originaltexterna, kan behandlas med mer eller mindre respekt och kan komma att hamna i mer eller mindre god dager i det nya sammanhang där de uppvisas eller refereras till.

Vi kan med andra ord konstatera att mottagaren av de budskap som kommuniceras spelar en viktig roll i konstruerandet av mening i det som kommunicerats. Mottagaren kan, som vi varit inne på, ses som medskapare, då hans möjliga tolkningsramar utgör avgränsningar för vilka meningar en text kan bära i mötet med honom/henne. På så sätt är alla inblandade både mottagare och avsändare i någon mån, och vi är åter tillbaks till den cirkel kring kulturell produktion som presenteras av Du Gay mfl.

De tolkningsramar vi bär med oss som mottagare av texter, och som kommer att styra tolkningsprocessen och därmed vårt meningsskapande i sammanhanget, är, som Kress och van Leeuwen beskriver, beroende av var vi kommer ifrån och vilken kontexten för mötet med texten är:

Which discourses interpreters or users may bring to bear on a semiotic product or event has everything to do, in turn, with their place in the social and cultural world, and also with the content. The degree to

which intention and interpretation will match depends on context.
(Kress & van Leeuwen, 2001, s 8)

Intertextualitet i ungdomarnas film

Genom att referera till andra filmer, texter eller andra meningsbärande sammanhang (i detta fall handlar det förstås i första hand om referenser till Nike-filmen) skapas mening i relation till den källa som refereras till och de meningar som denna ger uttryck för eller representerar.

Det finns med andra ord intertextuella kopplingar på ett flertal nivåer i ungdomarnas film. Eftersom denna i så hög grad är en "remake", kan vi se hur den genomsyras av intertextualitet i alla dess delar. Det handlar dels om innehållet i filmen, dels om bildspråket (bildutsnitt, kamerarörelser), om underliggande meningar (då båda filmerna handlar om att visa begåvning med attityd, 'excellence' o dyl), struktur/montage, berättarteknik mm.

Som jag nämnt tidigare ser jag i första hand intertextualitet som ett verktyg för meningsskapande, då det handlar om att förmedla referenser till meningar som redan är etablerade och använda dessa som med- eller motspelare i konstruktionen av egna meningar. Det intertextuella kan därför ses i all form av interaktion, vilket idag kan sägas vara mer aktuellt än någonsin med tanke på upplösningen av gränser mellan fiktion och verklighet i vårt sätt att hantera tillvaron omkring oss. Featherstone (1994) skriver om estetiseringen av livet som en sådan process, där vi börjat se vår vardagstillvaro som ett konstnärligt och estetiskt projekt och där etiken får ge vika för estetiken som måttstocken för vad som är godtagbart.

Med hjälp av referenserna bygger ungdomarna upp ett spänningsfält som de kan använda sig av i sitt meningsskapande. Likheterna i de båda produktionerna skapar en möjlighet för ungdomarna att uppmärksamma åskådaren på olikheterna mellan dem och de personer som figurerar i reklamfilmen.

Istället för de äldre, professionella, amerikanska, manliga basketspelare som utför avancerade trick i reklamfilmen, får vi se unga, ickeprofessionella, svenska, företrädevis kvinnliga basketspelare utföra sina tricks.

Ungdomarna tar också plats genom att visa att de hanterar sammanhanget lika bra som proffsen i reklamfilmen. Som jag återkommer till i samband med några tankar kring identitet i mötet mellan ungdomarna och Nike-filmen, kan vi se hur de lånar av den glans som kan förknippas med den film de refererar till, eller den kultur som denna film kommer ifrån. Endast de allra bästa får göra reklam för Nike. Genom att låtsas att de gör en sådan reklamfilm, säger de också (kanske med glimten i ögat) att de tillhör

de utvaldas skara. Referenserna blir alltså ett verktyg för uppvisande av både likheter och olikheter, med de tillhörande meningar som kan förknippas med dessa.

Remediering

Intertextualitet handlar således om textens relation till tidigare texter. På vad som skulle kunna vara ett motsvarande sätt aktualiseras begreppet *remediering*, enligt den definition som Bolter och Grusin (2000) ger, på flera nivåer i sammanhanget. Istället för en relation mellan texter och innehåll handlar det här om en relation mellan olika medier, där vi tänker oss någon form av släktband mellan tidigare teknologi och senare, men även mellan olika sätt att hantera ett material över olika medier.

Vi kan dels tänka oss ungdomarnas digitala film som en remediering av den reklamfilm de hänvisar till, som antagligen visats på både TV och biografier och som är inspelad med andra verktyg än den version ungdomarna gjort.

Remediering blir framför allt ett intressant verktyg för att se på själva arbetsprocessen under arbetets gång. I den undersökning som ligger till grund för mitt avhandlingsarbete har jag följt denna och andra grupper med ungdomar i deras arbete med film. Jag har därför kunnat iaktta hur filmerna växt fram successivt och över olika medier och uttrycksformer. Till en början diskuterade man enbart verbalt kring vad man kunde tänkas göra sin film om. Därefter började man skriva ner de idéer man kunde enas kring. När man till slut valt en linje att arbeta efter skrev man ner en synopsis och gjorde därefter ett bildmanus. I nästa steg, efter research och liknande förberedelser, gav man sig iväg med filmkameran och spelade in det som skulle bli råmaterial till de färdiga filmerna. Detta material bearbetades sedan i datorer, där man klippte filmen till dess slutliga form, lade till effekter, texter av olika slag, samt musik. Därefter renderades den färdiga filmen och lades över på videokassetter och dvd-skivor. Filmerna visades slutligen för publik, med videoprojektor och filmduk. Efter genomfört projekt hade ungdomarna möjlighet att köpa en kopia av sin film på video eller dvd. Parallellt med arbetet fick de i uppgift att dokumentera de olika stegen i en sk "logg".

Det är intressant att se på den mångfald av remedieringar som står att finna under processernas gång. Jag kommer att fördjupa mig i dessa olika processer längre fram i (avhandlings)arbetet med materialet, då jag intresserar mig för hur innehållet förändras i relation till mediet, vad som kan sägas med de olika medierna och hur meningsskapande kring materialet skiljer sig mellan de olika stegen.

Transparens som mål

Generellt menar Bolter och Grusin att man med remedieringen ofta strävar efter att göra själva medieringen allt mer osynlig, allt mer transparent eller omedelbar.

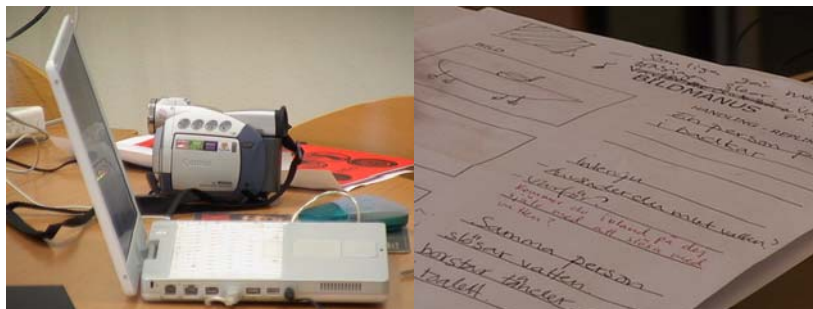
Our culture wants both to multiply its media and to erase all traces of mediation: ideally, it wants to erase its media in the very act of multiplying them. (Bolter & Grusin, 2000, s 5)

Vid ett biobesök strävar vi t ex efter att kunna sjunka in i filmens berättelse och bli ett med världen på duken - utan att bli alltför medvetna om filmens uppbyggnad med klipp etc, att den projiceras från ett litet rum bakom oss och att ljudet kommer från högtalarna på väggen. Denna strävan har funnits under lång tid. Bakom utvecklandet av t ex perspektivmåleriet kan man tänka sig en önskan om just transparens – möjligheten att låta koderna slinka förbi obemärkta, för att på så sätt skapa en möjlighet för oss åskådare att ta oss in i bildens värld utan motstånd från det medium som förmedlar upplevelsen. Vi får inte bli alltför medvetna, om vi ska kunna ge oss in i den värld som erbjuds. Det finns här även en koppling till frågor om realism och representerandet av en verklighet. Genomskinligheten har till uppgift att låta våra representationer stå som direkta avbilder, eller kanske till och med länkar till, en existerande objektiv verklighet.

En sådan strävan efter realism och omedelbarhet i representation och förmedlande av upplevelser lever i högsta grad kvar i vår kultur. Medier har fortsatt att utvecklas sedan renässansmålningsens dagar, och vi kan bland annat se hur man arbetar för att låta utvecklingen gå vidare inom den teknologiska forskningen, där man producerar olika slags medier som gör anspråk på att vara än mer direkta i förmedlandet av upplevelsen. Man jagar efter ett allt mer osynligt användargränssnitt, där man strävar efter att i så hög grad som möjligt dölja det faktum att medieringen över huvud taget äger rum. Ofta verkar man dessutom utgå från att ett sådant osynligt gränssnitt är neutralt och utan någon som helst värdeladdning.

För att återknyta till vårt område här kan vi konstatera att vi måste behärska de konventioner som gäller för att vi ska kunna uppleva denna omedelbara och åtråvärda upplevelse. Vi har därmed åter närmat oss visuella och multimodala läskunnighetens område. Kittler pekar på kopplingen mellan remediering och läskunnighet/behärskande av konventioner:

För att skriften skulle förväxlas med naturen, hade skrivandet gjorts smärtfritt och läsandet ljudlöst. Utöver bokstäverna, som bildade läsare kunde skumma igenom, fick folk bilder och ljud. (Kittler, s 42)



På liknande sätt fungerar det inom andra, för att inte säga alla, områden för kommunikation. För att vi ska kunna ha en så effektiv kommunikation som möjligt krävs att vi har en så direkt kontakt som möjligt. Ju bättre de inblandade hanterar språket, är medvetna om kontexten, kan de sociala spelreglerna etc, desto bättre förutsättningar kan vi tänka oss att kommunikationen har. För att uppnå den omedelbarhet och transparens som eftersträvas krävs att vi delar sociala och kulturella koder, oavsett vilken form av kommunikation det handlar om.

Visual communication is always coded. It seems transparent only because we know the code already, at least passively – but without knowing what it is we know, without having the means for talking about what it is we do when we read an image. (Kress & van Leeuwen, 1996, s 32)

Det ska samtidigt sägas att all kommunikation inte syftar till att vara genomskinlig på det sätt som beskrivits ovan. Det finns andra strategier också, där själva medieringen i många fall uppmärksammas aktivt istället för att döljas. Det finns idag många konstnärer, regissörer och andra som arbetar för att medvetandegöra seendet och bildens sociala och kulturella omständigheter.

Dolda diskurser

På samma gång som denna genomskinlighet möjliggör en stor del av de upplevelser vi har av kultur och kommunikation, finns en risk att vi tar saker för givet. Mycket av det som framställs blir så att säga naturligt utifrån de koder som gäller. Eftersom våra tolkningsprocesser i dessa fall sker utan att

vi reflekterar och ifrågasätter, finns en risk att vi accepterar många av de budskap som döljs:

...immediate comprehension often means simple assenting to the reproduction of gender and racial stereotypes. (Kolker, 2000, s 19)

Vi tar det som är för givet och ser inte det som inte är. På så sätt hamnar vi i diskursanalysens, socialkonstruktionismens, den kritiska teorins mfl område, eftersom diskursen får möjlighet att verka utan vår medvetenhet om den.

Transparens i ungdomarnas film

I ungdomarnas film kan vi i första hand se en grad av omedelbarhet/immediacy i deras sätt att arbeta med filmens struktur och deras sätt att klippa samman de olika tagningarna som filmen består av. Filmen består alltså av ett antal sekvenser med bilder av ungdomar, företrädesvis tjejer, som gör olika tricks med basketboll framför kameran. Var och en av dessa sekvenser, utom den allra första och den allra sista samt de tre sekvenser som nämndes tidigare, inleds och avslutas med en passning mellan personen i bild och någon utanför bild. När sekvenserna sätts samman får vi upplevelsen av att det pågår ett samspel i realtid mellan de olika deltagarna. När vi ser de olika sekvenserna som en helhet får vi upplevelsen av att den avslutande passningen i varje sekvens är samma passning som nästa person får som inledning till sin egen sekvens. På så sätt luras vi att sätta samman både tid och rum till en logisk helhet. I själva verket finns varken temporal eller spatial logik mellan klippen. Varje klipp utspelar sig på samma plats.

På samma gång kan vi tänka oss en kulturell transparens, där ungdomarna siktar på att deras film ska glida obemärkt förbi som ytterligare ett av de diskursiva alster som kommer från Nike och motsvarande producenter och därmed läsas på samma sätt och ges samma typ av innebörder som dessa reklamfilmer.

Identitet

Featherstone (1994) pekar på kulturproduktion och symbolskapande som viktiga praktiker i dagens samhälle. Förknippat med detta ser han bland annat förändringar i etiska förhållningssätt och i synen på förebilder, där vi idag har konsumtionshjältar istället för tidigare epokers produktionshjältar. En motsvarande bild presenteras av du Gay, som bland annat pekar på estetiseringen av banala produkter (vilket kan ses som en motsvarighet till Featherstone's tankar kring estetiseringen av vardagslivet).

Vi kan i detta tänkande ana ett släktskap med Baudrillards redogörelse för utvecklingen från bruksvärde till symbolvärde, vilket ligger till grund för det tillstånd av simulacra som Baudrillard menar att vi befinner oss i idag (Baudrillard, 2001).

Dessa processer hänger nära samman med frågor om identitet, eftersom de kommit att förknippas med värdefrågor i allmänhet. Jag är innehållit av det jag, i min skepnad och i mina praktiker, lyckas symbolisera. Därigenom synliggörs dock ett problem med Baudrillards teori, då även symboler måste ses som bruksdugliga, inte minst i det sammanhang vi talar om dem här. Om symbolerna har ett värde som redskap i t ex identitetskonstruktion och kulturell produktion, bör man kunna säga att de har ett bruksvärde som kan motsvara det värde man kan sätta i redskap och andra artefakter som används till olika sysslor och göromål inom ramen för vårt samhälle och vår kultur.

Både Göthlund (1997) och Drotner (1991) har i tidigare arbeten visat på betydelsen av det estetiska arbetet i ungdomars identitetsskapande, vilket blir tydligt även i de filmer jag studerar.

Inom ett närbesläktat område pekar Peter Braham (1997, s 126) på modets kapacitet att exaltera människor genom att erbjuda dem "...the means to express their identity or the prospect of transforming themselves, and so on."

Jag vill hävda att ungdomarna gör på ett motsvarande sätt i sin film. De skapar en möjlighet att representera sig själva utifrån de förebilder man finner eftersträvansvärda. Filmen blir i detta fall en motsvarighet till modet, då det handlar om ett medium för representation av den egna identiteten.

Relationen till symbolen blir viktig då den står för en kvalitet som har betydelse för ungdomarna. Andra som gjort reklam för detta märke har valts ut på grund av deras briljans inom sitt område och på grund av den stjärnstatus som bland annat kommer från dessa färdigheter. De kan själva i hög grad sägas ha uppnått symbolvärden som är eftersträvansvärda och åtråvärda för andra

En viktig del av vår identitet handlar om genus ur olika aspekter. Den amerikanska kommunikationsforskaren Lana F Rakow (1998) skriver, i sin artikel om feministiska sätt att studera populärkultur, om kvinnans utrymme och representation i massmedia. Hon hänvisar till Gaye Tuchman, som karakteriserat massmediernas behandling av kvinnan som "...'symbolic annihilation', in that women are underrepresented and trivialized by the media" (s 281).

Mediernas trivialisering av kvinnor – som framför allt blir synlig i relation till representationen av män - kommenteras även av Sturken och Cartwright, som konstaterar att "Berger's dictum, "men act and women appear," still applies to images today" (ss 82-83).

Utifrån dessa två reflektioner kan vi konstatera att ungdomarna i *B-ball@Sergel* faktiskt gör skillnad. De visar fram kvinnor framför män i sin film, och de visar kvinnor som aktiva och kompetenta. Sett i relation till Nike-filmen, som på många sätt kan sägas handla om idrottspersonligheter med närmast övermänskliga förmågor (vilket bland annat hänger samman med konstruktionen av Nike som symbol, genom dess kopplingar till stjärnor som Michael Jordan och andra) kan vi säga något både om den roll man ger sig själva i filmen, oavsett genus, samt påpeka att kvinnorna i ungdomarnas film träder fram som minst lika värdiga arvtagare till "basketgudarna" i Nikes universum som de manliga deltagarna i filmen.

Avslutning

Som en avslutande reflektion är det intressant att se spelet mellan konsumtionskultur och den vidare produktionen av ungdomskultur, identitet, representation, makt mm som följer i dess spår. Braham (1997) visar hur Benetton arbetar för att spåra och skapa konsumenternas kulturella smak och intressen i sitt arbete med reklam och produktion av de kläder man säljer. På ett motsvarande sätt kan vi se hur Nike både spårar (därav deras syn på basket och vad vi slarvigt kan kalla gatukultur) och skapar något eftersträvansvärt. Man följer och formar verkligheten i sitt arbete med kulturell produktion. Detta liknar det fenomen Hacking (1999) kallar *looping*, med vilket han syftar på hur forskningsresultat vid studier av särskilda populationer har bidragit till den fortsatta reproduktionen av dessa populationers livsstilar och liknande. Individer som tagit del av resultaten har levt upp till dem och på så sätt sett till att forskningsresultaten motsvarar förhållanden i verkliga livet.

Samtidigt kan vi säga att ungdomarna gör samma sak i sin film. De plockar upp bilder och kvaliteter ur konsumtionskulturen och omsätter dem enligt deras egna tankar, för att på så sätt använda sig av den visuella kulturen som verktyg i det simultant pågående arbetet med representation och identitetskonstruktion. Resultatet blir att de i sin tur både spårar och omformar den visuella kulturen. För att koppla vidare till citatet från du Gay ovan, finns ett intressant spel att skåda mellan Nike-filmen som ett alster från konsumtionskulturens flöde och ungdomarnas egen version av samma film.

Referenser

- Banks, Marcus (2001). *Visual Methods in Social Research*, London: SAGE Publications.
- Banks, Marcus & Morphy, Howard (red) (1999). *Rethinking Visual Anthropology*, New Haven and London: Yale University Press.
- Baudrillard, Jean (2001). *Selected Writings. Second edition, revised and expanded*. Stanford: Stanford University Press.
- Bolter, Jay David & Grusin, Richard (2000). *Remediation. Understanding New Media*. Cambridge, Mass.: The MIT Press.
- Braham, Peter (1997). *Fashion: Unpacking a Cultural Production*, i du Gay, Paul (red) *Production of Culture/Cultures of Production*, London: SAGE Publications. S 119-165.
- Burn, Andrew & Parker, David (2003). *Analysing Media Texts*. London & New York: Continuum.
- Cope, Bill & Kalantzis, Mary (red) (2000). *Multiliteracies. Literacy Learning and the Design of Social Futures*. London: Routledge.
- Drotner, Kirsten (1991). *At skabe sig - selv. Ungdom, estetik, pedagogik*. Köpenhamn: Gyldendal.
- du Gay, Paul (red) (1997). *Production of Culture/Cultures of Production*. London: SAGE Publications.
- Fairclough, Norman (1995). *Critical discourse analysis. The critical study of language*. Harlow: Pearson Education Limited
- Fairclough, Norman (1992). *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press
- Featherstone, Mike (1994). *Kultur, Kropp och Konsumtion*, Stockholm: Symposion.
- Göthlund, Anette (1997). *Bilder av tonårsflickor. Om estetik och identitetsarbete*. (Diss.) Linköping: Tema Kommunikation, Linköpings Universitet
- Hacking, Ian (1999). *The Social Construction of What?* Cambridge: Harvard University Press.
- Hodge, Robert & Gunther Kress (1988). *Social Semiotics*. Ithaca, New York: Cornell University Press.
- Jewitt, Carey & Kress, Gunther (red) (2003). *Multimodal Literacy*. New York: Peter Lang.
- Kittler, Friedrich (2003) *Grammofon, film, skrivmaskin*, i Kittler, Friedrich: *Maskinskrifter. Essäer om medier och litteratur*. Gråbo: Anthropos. S 31-54

- Kolker, Robert P. (2000). *The film text and film form*, i Hill, John & Church Gibson, Pamela (red): *Film Studies. Critical Approaches*. Oxford: Oxford University Press.
- Kress, Gunther (2003). *Literacy in the New Media Age*. London: Routledge
- Kress, Gunther; Jewitt, Carey; Ogborn, Jon & Tsatsarelis, Charalampos (2001). *Multimodal teaching and learning. The rhetorics of the science classroom*. London: Continuum.
- Kress, Gunther & van Leeuwen, Theo (2001). *Multimodal Discourse. The modes and media of contemporary communication*. London: Arnold
- Kress, Gunther & van Leeuwen, Theo (1996). *Reading Images. The Grammar of Visual Design*. London: Routledge.
- Pink, Sarah (2001). *Doing Visual Ethnography*. London: SAGE Publications.
- Rakow, Lana F. (1998). *Feminist Approaches to Popular Culture: Giving Patriarchy its Due*. I Storey, John (red) *Cultural Theory and Popular Culture. A Reader. Second Edition*. Harlow: Prentice Hall. S 275–291.
- Rogoff, Irit (2002). *Studying Visual Culture*, i Mirzoeff, Nicholas (red) *The Visual Culture Reader. Second Edition*. London: Routledge. S 24-36.
- Silverstone, Roger (1999). *Why Study the Media?* London: SAGE Publications.
- Sparman, Anna (2002). *Visuell kultur i barns vardagsliv – bilder, medier och praktiker*. (Diss) Linköping: Linköpings Universitet/Tema Barn.
- Sturken, Marita & Cartwright, Lisa (2001). *Practices of Looking. An Introduction to Visual Culture*. Oxford: Oxford University Press.
- van Leeuwen, Theo (2005). *Introducing Social Semiotics*. London: Routledge.