

BOGEN indeholder foruden
en introduktion kapitler om fikcionalitet i

- Politiske taler
- Nyhedssatire
- Sociale medier
- Reklamer og kampagner
- Dokumentarfilm
- Tv-serier og spillefilm
- Musikvideoer
- Autofiktion
- Store danske forfatterskaber
- Litteraturhistoriske kernetekster

Simona Zetterberg Gjerlevsen · Jan Maintz · Henrik Skov Nielsen

FIKTIONALITET

i litteratur, sprog og medier

Da du kommer hjem fra skole, er du træt og vil se en serie for at slappe af. Du sætter *The Hundred* på gennem flimrtjenesten Netflix og lægger dig fladt ned på sengen, mens fiktive karakterer udfolder sig i en opfunden fortælling. Senere kommer du i tanke om, at I har fået en novelle for i dansk til i morgen. Du slukker for serien og lægger dig til at læse novellen, der åbner for en ny type fiktion. Novellen indeholder en anden form for fiktive karakterer, som du ikke kan se, men som du forestiller dig inde i hovedet.

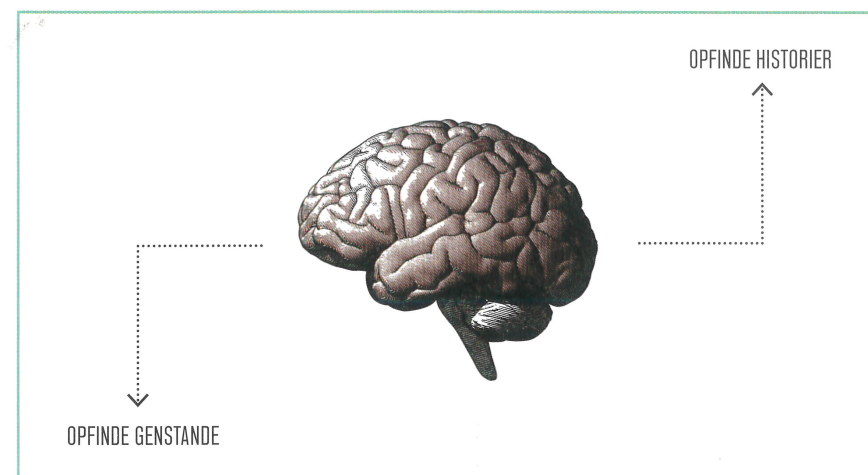
Hele denne lille historie om en dag i dit liv er fiktiv. Vi begyndte med at bede dig "forestille dig" en almindelig dag, og ved at skrive det inviterede vi dig ind i vores opfundne univers. Men selvom det er et fiktionsunivers, har vi med historien forsøgt at fortælle noget om virkeligheden. Historien har som et mål at vise, hvor mange forskellige former for fikcionalitet du beskæftiger dig med hver dag. Det kan godt være, du ikke bryder dig om lige præcis Coldplay eller Coco Pops, men hvis du hører sange og ser reklamer eller tv-serier, oplever du eksempler på fikcionalitet.

I denne bog vil vi guide dig igennem alle aspekter af fikcionalitet. Vi vil i introduktionen begynde med at besvare spørgsmålene: hvad, hvor, hvordan, hvorfor, hvornår og for hvem er fikcionalitet? I vores lille fiktive historie kan du se, hvordan fikcionalitet kan bruges både i popsange, reklamer, GIFs, matematik, hverdagstale, serier og litteratur. Da fikcionalitet er udbredt i mange forskellige medier, har vi opdelt hvert af de næste kapitler i bogen efter forskellige medie- og teksttyper. Det vil give dig et indblik i, hvordan brugen af fikcionalitet kan tage sig ud på mange forskellige måder afhængigt af mediet og tekstgenren.

Vi håber, det vil være tydeligt, hvor udbredt fikcionalitet er i langt de flestes hverdag, og at du som bogens læser også bliver bedre til at forstå, *hvad* det er, og *hvordan* det påvirker dig. God fornøjelse – for fikcionalitet er en fornøjelse!

Hvad er fikcionalitet – og hvad er det ikke?

Vi mennesker har en fantastisk evne til at forestille os og til at finde på. Hvis vi går tilbage til stenalderen, havde vi som menneskerace brug for at kunne forestille os det skiftende vejr til forskellige årstider, eller hvad der ville ske, hvis den slange, der pludselig var dukket frem under en skråning, blev provokeret til at bide. Ved at forestille sig en kold vinter selv under den varmeste sommer kunne stenaldermennesket skære tykke dyrehuder til at beskytte sig med, når årstiden og vejret skiftede. Ved at



Det er en fundamental menneskelig evne, at vi kan opfinde alt fra forskellige genstande til idealsamfund og fiktive historier.

forsøge at forudse, at slangen kunne finde på at bide, kunne de undvige et potentielt dødeligt angreb. Stenaldermennesket opfandt også forskellige teknikker til at skabe flinteredskaber og våben. Det er præcis den samme evne til at opfinde, vi i dag bruger til fx at finde på nye apps og opfinde avancerede teknologier til telefoner og computere.

Fikcionalitet er udtryk for denne almenmenneskelige evne til at opfinde. Det er den evne, der har gjort os i stand til at opfinde flinteøkser og apps, og som også tillader, at vi opfinder fiktive fortællinger og fremtidsscenarier. Denne evne er utrolig vigtig. Vi har gennem årtusinder forfinet evnen til at fortælle hinanden om ting, der kun finder sted i vores hoveder. Ordet 'fikcionalitet' beskriver altså den form for kommunikation, hvor vi signalerer, at vi finder på.

Vi definerer fikcionalitet som intentionelt signaleret påfund i kommunikation.

Definition

Intentionelt betyder, at noget foregår med vilje eller med en bestemt hensigt. Når vi siger, at fikcionalitet skal være *intentionelt signaleret*, er det for at adskille denne retoriske ressource fra andre måder at kommunikere på, hvor vi også opfinder. Når vi lyver, opfinder vi nemlig også tit noget, der ikke passer, men det er ikke det samme som at bruge fikcionalitet.

Fiktionalitet adskiller sig fra løgn ved, at vi ikke forsøger at føre nogen bag lyset, når vi bruger fiktionalitet. Når vi lyver, vil vi omvendt bedrage den eller dem, vi taler med. Lad os tage et eksempel for at illustrere forskellen. Du har taget den sidste plade chokolade i skabet, men har ikke lyst til at indrømme det over for din mor. Hvis du siger: "Nej, det er ikke mig, der har taget den! Jeg tror, det er Martin", så har du forsøgt at føre din mor bag lyset. Du har løjet. Hvis du i stedet siger: "Nej, der kom en UFO og bortførte chokoladepladen for øjnene af mig", så har du ikke forsøgt at føre din mor bag lyset. Du regner nemlig ikke med, at hun tror på det, du siger. Du har i stedet brugt fiktionalitet og opfundet et fiktivt scenarie, der måske får din mor til at grine. Vi kan ikke garantere, at du kan slippe af sted med det på denne måde, men det er forsøget værd.

Fiktionalitet kræver altså, at du på en eller anden måde signalerer, at du bruger det. Det vil sige, at du ikke forsøger at lyve, men opfinder, så den, du taler med, også inviteres til at forstå, at du opfinder. For at begribe, hvordan fiktionalitet virker, kan det derfor være vigtigt at sætte sig ind i forholdet mellem den, der bruger det, og den, der skal opfatte det.

Mens fiktionalitet altså er en kommunikativ ressource og en mulig egenskab ved alle typer af tekster, er fiktion en genre. Romaner, noveller og spillefilm er eksempler på fiktionsgenrer.

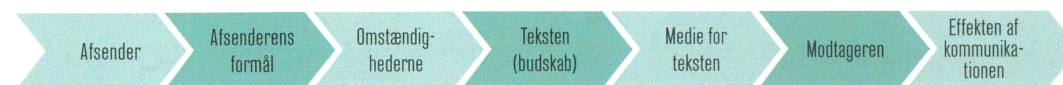
Hvem bruger fiktionalitet?

Når vi definerer fiktionalitet som *intentionelt signaleret påfund i kommunikation*, er definitionen kommunikativ og retorisk. Det vil sige, at fiktionalitet forstås som en ressource, vi kan gøre brug af, når vi kommunikerer med et bestemt formål. Det er vigtigt, fordi det betyder, at der er en *afsender*, der gør brug af fiktionalitet med en bestemt intention, og en *modtager*, der inviteres til at opfatte fiktionaliteten og intentionen. Afsenderen kan være dig, men det kan fx også være et firma, en politiker eller en forfatter. Uanset hvem der bruger fiktionalitet, er denne brug rettet mod en eller flere bestemte modtagere med et eller flere formål. Fiktionalitet er grundlæggende et kommunikativt fænomen og findes kun i kommunikation. Nedenfor vil vi forsøge at udfolde, hvad det betyder.

Vi kan helt simpelt skitsere en kommunikationsmodel sådan:



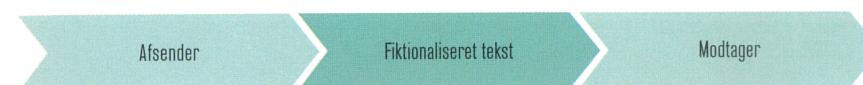
En lidt mere udfoldet ser således ud:



Vi bruger her i bogen 'tekst' om ikke kun skriftlige produkter, men også visuelle og auditive. Da det her handler om fiktionalitet, så fokuserer vi på den del af kommunikation, som anvender fiktionalitet. Vi søger efter tegn, som lader os opdage, at der er tale om fiktionalitet, og vi forsøger at forstå, hvordan og hvorfor fiktionaliteten bruges – og hvad den betyder.

Det udvidede tekstbegreb

Den simplest mulige model, der rummer denne kompleksitet, og som specifikt angår fiktionalitet, ser således ud:



Model over brugen af fiktionalitet

Hvis det er dig, der bruger fiktionalitet ved at fortælle en vits, er din modtager måske en af dine venner, og dit formål er at få hende til at grine. Hvis det er en virksomhed, der bruger fiktionalitet, vil der ofte være bestemte forbrugere, den er rettet imod, og formålet kan være at sælge et produkt. Virksomheden Kellogg's bruger fiktionalitet i form af menneskeliggjorte dyr på virksomhedens morgenmadsprodukter. Disse reklamer er overvejende rettet imod børn, men motiverne med venligtsindede dyr kan formodentlig også påvirke voksne til at købe produktet; ikke mindst fordi det er blevet et velkendt varemærke.

Formål

En politiker kan gøre brug af fiktionalitet for at overtale sine vælgere til at stemme på ham eller hende eller til at overbevise andre mennesker om sine holdninger. Da Martin Luther King i forbindelse med borgerrettigheds-marchen i den amerikanske hovedstad Washington D.C. i 1963 holdt sin berømte tale "I Have a Dream", brugte han fiktionalitet. Han talte for, at sorte og hvide skulle have lige rettigheder, ved at opfinde et scenarie – en drøm – hvor han forestillede sig, at der er lige muligheder for sorte og hvide.

Politiske formål

Luther King henvendte sig til en bestemt målgruppe for at kunne påvirke den amerikanske kongres til at ophæve raceadskillelse. Formålet med hans brug af fiktionalitet var altså at påvirke den politiske virkelighed meget direkte.



Martin Luther King (1929-1968) gjorde med sin berømte tale "I Have a Dream" brug af fikcionalitet til at formidle sit budskab og påvirke den politiske virkelighed.

Uklare formål

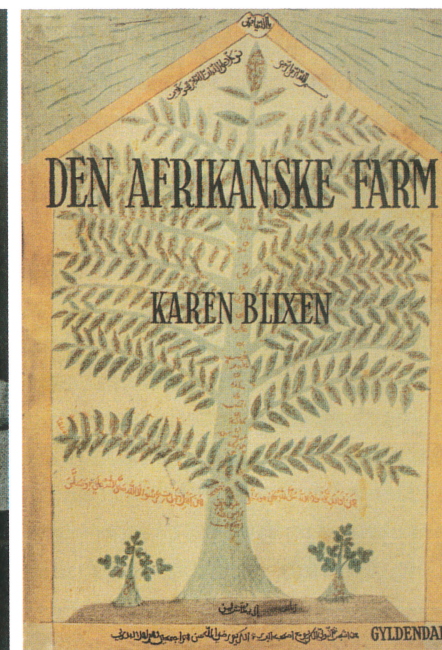
Det er dog ikke altid så let at gennemskue, hvad formålet er, eller hvem der er den intenderede modtager. I lange fiktionstekster som romaner kan der være mere end ét formål; der er ofte mange forskellige modtagere, og læsere vil tolke teksten forskelligt. Alligevel vil vi hævde, at en forfatter har intentioner med sin fiktionstekst, og at den kan have en bestemt målgruppe i sigte. Det betyder ikke, at det er forkert at tolke teksten på andre måder, end forfatteren har intenderet, eller at voksne ikke kan læse børnelitteratur og omvendt. Men vi mener, at fiktionsforfattere altid på et eller andet plan har et formål med teksten og kan have en bestemt gruppe af modtagere, den er henvendt til.

Formål og litteraturteori

Måske synes du, det lyder åbenlyst, men denne opfattelse går faktisk imod årtiers litteraturteori. Litteraturforskere har traditionelt opfattet fiktionstekster som autonome (uafhængige, selvberoende). Det vil sige som

noget, man kan analysere og forstå uden at kende noget til tekstens tid eller forfatter. Ja, endog at hvis man vidste noget om forfatteren, så burde man aktivt undertrykke og udelukke denne viden; tekstens betydninger produceres i betydelig grad af teksten selv og ikke af en instans uden for teksten, har man antaget. Men når du læser en fiktionstekst – hævder vi og står her på skuldrene af andre teoretikere – vil du opfatte den forskelligt, afhængigt af om det er Astrid Lindgren, H.C. Andersen, Karen Blixen, William Shakespeare, en computer, en nynazist, eller hvem det nu er, der har skrevet den. Ligeledes vil du tolke den forskelligt afhængigt af din viden om, ikke alene **hvem** forfatteren er, men også **hvornår** den er skrevet og i hvilken **kontekst** (**social, politisk, kulturel, personlig, idéhistorisk**). Endvidere vil det, at teksten optræder i en bog (**mediet**), få dig til at opfatte kommunikationen anderledes, end hvis den stod i et online opslagsværk eller på en plakat.

Kontekst



Karen Blixen (1885-1962). Sit bredere gennembrud i Danmark fik hun med *Den afrikanske Farm* (1937) om hendes 18 år i Kenya (se s. 134 ff.). Hvis du ved, at du læser en tekst af Blixen, vil din viden om Blixen påvirke din forståelse af teksten.

Hvordan analyseres fikcionalitet?

Vi skrev tidligere i introduktionen, at vi definerer fikcionalitet som *intentionelt signaleret påfund i kommunikation*. Det betyder, at vi kan analysere os frem til, hvordan det *signaleres*, og at vi kan gøre os antagelser om, hvad *intentionen* med at bruge fikcionalitet kan være, samt analysere betydningen af, at det *opfindes*. Det ligger i en retorisk tilgang, at afsenderen er relevant. Det betyder specifikt, når det gælder litteratur, at fikcionalitetsteorien i modsætning til betydningsfulde retninger inden for litteraturanalyse ikke ønsker at afskære teksten fra dens afsender. Ser man på fikcionalisering som retorisk strategi, så tillader man sig at inddrage forfatteren og at spørge til, hvilke valg han eller hun har truffet og hvorfor. Men at spørge til forfatterens mål og midler skal *ikke* ses som udtryk for et ønske om at gøre forfatteren til målet for analysen. Spørgsmål om valg og strategier, fikcionalisering og formål er *ikke* måder at forlade teksten på, men derimod nye måder at undersøge den nøje på. Dermed kan man ofte bedre forstå, hvordan en tekst kan lykkes og mislykkes med at påvirke læseren, virkeligheden og verden ved at bruge eller undlade at bruge fikcionalitet.

Når vi skal analysere fikcionalitet, er det mest overordnede spørgsmål, om der er tale om *intentionelt signaleret påfund i kommunikation*. Det vil sige, at vi kan spørge os selv, om vi opfatter det kommunikerede som noget, der præsenteres som sandt. Svarer vi nej til dette, kan vi gå videre til at spørge, om vi opfatter det således, at nogen søger at vildlede eller bedrage os eller lyve for os. Hvis det heller ikke er tilfældet, kan vi så spørge, om vi kan argumentere for, at det i kommunikationen med vilje signaleres, at der opfindes.

For at se, om dét er tilfældet, at nogen intentionelt signalerer, at der opfindes, og hvad det betyder, kan vi stille spørgsmål som:

- Hvad får dig til at opfatte det kommunikerede som fikcionalitet?
- Hvem er afsenderen, der signalerer det?
- Til hvilken modtager?
- Hvad opfindes?

Og videre til mere komplekse dele af analysen:

- Hvad siger det opfundne om det ikke-opfundne?
- Hvad er formålet?
- Hvilke elementer virker eventuelt komplicerende, og hvad gør muligvis henvendelsen tvetydig?
- Hvilke konsekvenser har kommunikationen haft?

Vi vil nu med et eksempel demonstrere, hvordan man kan analysere fikcionalitet:

Eksemplet "Børn af rygere begynder oftere at ryge" er en del af en kampagne mod rygning, og den samlede meddelelse kan formentlig opfattes ganske hurtigt; at man ikke alene skader sig selv, men også sit barn, hvis man ryger. Der er ingen fortælling, hverken i form af en længere tekst at læse eller et videoklip at gennemse, og der er ikke som sådan noget forløb, men derimod blot et billede og en oplysning. Oplysningen præsenterer sig som faktuel og dermed ikke som opfundet. Billedet derimod viser en situation, der ikke præsenteres som aktuel og virkelig. Billedet er næppe dokumentation for et virkeligt, vanrøgtet barn. På den måde præsenterer kampagnen sig helt anderledes, end hvis det var en artikel, der handlede om et virkeligt, konkret barn. Bruger vi modellens spørgsmål, kan vi selv med korte, enkle svar nuancere vores fornemmelse for, at der her gøres brug af fikcionalitet:



Dette billede findes på nogle cigaretpakker som en del af en advarselskampagne mod at ryge.

6 DOKUMENTARFILM

Dokumentarfilm som
genre

I dette kapitel vil vi se på fikcionalitet i tre dokumentarfilm: *The Act of Killing* (2012) af Joshua Oppenheimer (1974-), *Ambassadøren* (2011) af Mads Brügger (1972-) og *Skyggen af en helt* (2015) af Laurits Munch-Petersen (1973-). Det er værd at understrege, at vi betragter alle tre film i dette kapitel som drevet af en grundlæggende dokumentarisk impuls. Det indebærer, at dokumentarfilmen per definition har sin berettigelse i, at den handler om forhold, som den helt grundlæggende ikke selv opfinder. Vi tilslutter os den programmatisk afgrænsning hos dokumentarforskeren Bill Nichols: "Documentaries address the world rather than a world imagined by the filmmaker" (Nichols 2001).

Selvom dokumentarfilmen forsøger at beskrive den virkelige verden, er den dog ligesom andre film udtryk for en række forskellige valg. Det gælder rækkefølge, fravalg, klipning, musik, voice over og mange, mange andre ting. Det betyder, at dokumentaren aldrig er objektiv og et transparent vindue til en uformidlet virkelighed. Men det ændrer ikke ved, at dokumentaren har som absolut eksistensberettigelse, at den er en ikke-fiktiv genre. Denne pointe leder os til at understrege forskellen mellem repræsentation og fikcionalitet. Enhver repræsentation (gengivelse), herunder den dokumentariske, er forbundet med konstruktion. Konstruktion er uundgåelig for repræsentation. Fikcionalitet derimod er et aktivt tilvalg, hvor man intentionelt signalerer, at man opfinder og dermed helt eller kortvarigt forlader det virkeliges og faktuelles område. Dokumentarfilm er ikke-fiktion, men når vi husker skellet mellem fiktion som genre og fikcionalitet som egenskab og strategi, så kan vi se, at dokumentarfilmen som en ikke-fiktiv genre godt kan betjene sig af fikcionalitet som retorisk strategi. Det gør alle de tre dokumentarfilm i dette kapitel.

Brugen af fikcionalitet er klart adskilt fra løgn såvel som fra sandhed, og fikcionalitetens grundlæggende egenskab er ikke at bedrage. Sondringen mellem fikcionalitet og fiktion muliggør, at man taler om tegn på fikcionalitet både inden for og uden for fiktion og muliggør en undersøgelse og beskrivelse af tegnene som netop dette: Tegn på fikcionalitet betragtes i denne optik netop ikke som noget, der kan afgøre et værks status som enten fiktion eller ikke-fiktion, men derimod som noget, der peger på den opfundne karakter af et udtryk, en scene, en passage eller en analogi. Det kommer vi tilbage til i næste afsnit om *The Act of Killing*, som er et godt eksempel på, at det er muligt at pege på, at dele af en fortælling er opfundne, uden at filmen som helhed dermed skifter status fra ikke-fiktiv til fiktiv.

Overordnet vil analyserne vise, hvordan fikcionalitet kan bruges som et aktivt middel i dokumentarfilm, der har som overordnet formål at udforske komplekse og presserende realpolitiske emner eller eksistentielle spørgsmål.

The Act of Killing og *Ambassadøren* er to ud af adskillige eksempler på en trend i moderne dokumentarfilm, som har sat en ny dagsorden for tilgangen til spørgsmål om fx kolonisering, kapitalisme og globalisering. Sammen med film som *Borat* (2006) af Sacha Baron Cohen og The Yes Mens projekter kan Joshua Oppenheimer og Mads Brügger siges at bevæge sig mod former, der er stærkt udfordrende både etisk, politisk og æstetisk. Her fokuserer vi – først med *The Act of Killing* som modeksempel og dernæst med et overvejende elevbaseret arbejde med *Ambassadøren* som paralleksempel – på den måde, filmene bruger fikcionalitet som middel til at opnå dokumentariske formål. Altså hvordan åbenlyst opfundne karakterer eller scener eller scenarier understøtter fremstillingen af en politisk virkelighed. Vi slutter af med dokumentaren *Skyggen af en helt*, som repræsenterer brugen af fikcionalitet til et mere personligt, eksistentielt og etisk formål.

Forskellen på løgn og
fikcionalitet

Præsentation af
kapitlets eksempler

Forskellen på
repræsentation og
fikcionalitet