

# Anmeldelser

Jørgen Stigel

## Medie-kulturer

Michael Skovmand & Kim Chr. Schrøder: *Media Cultures. Reappraising Transnational Media*. London/N.Y. 1992 (Routledge).

Kultur drejer sig blandt meget andet om afgrænsninger. Forskelle eller at skabe forskelle, distinktioner, der markerer hvad »man ikke er« i modsætning til (billedet af) noget andet, er en kulturkonstituerende faktor. For at forståelse kan blive selvforståelse må den tage afstand, afgrænse, distingvere. »Jeg er ikke som de andre, jeg er noget for mig selv«, som det ganske betegnende hedder i refræn'et i et såkaldt lavkulturelt produkt inden for popkulturen. Således også med denne antologi, der på pluralistisk vis bærer betegnelsen »mediekulturer«, *Media Cultures*. Den vælger sig som udgangspunkt en modstander, som den kan spejle sig i ved at tage afstand fra den. Modstanderen påstås at hedde Frankfurterskolen, men ret beset er det dens mere melankolske udgave, sådan som den kommer til udtryk i Horkheimer og Adornos *Oplysningens Dialektik* og dette værks ene kapitel om Oplysning som massebedrag, der danner udgangspunkt. Det er således en god gammel og velafprøvet prægknabe, der holder for som udgangspunkt for nærværende kulturskabelse i den indledende programartikel. Og det holder Adorno/Horkheimer da nok også til endnu

engang – også selvom det samlede retoriske perspektiv og den overordnede argumentationsstruktur, som det pågældende kapitel indgår i, er et noget andet, nemlig et omfattende idéhistorisk opgør med et bestemt træk ved en vesterlandsk oplysnings-, rationalitets- og afgrænsningstænkning, der slår om i sin egen modsætning.

*Media Cultures* har tydeligvis brug for denne selvkonstruerede platform at stå på, sådan som også den kritiske humanistiske medieforskning i Danmark har gjort det siden starten i 70'erne. Det, man muligvis kan undre sig over, er, at denne gamle krikke endnu engang trækkes af stalden for at etablere et ståsted eller en trædemølle for medieperspektiver her i begyndelsen af 90'erne. Det resulterer i hvert fald i en meget simpel dichotomisk grundfigur bestående af pessimisme contra optimisme, dystopi contra utopi, formynderi (paternalisme) contra (valg)frihed, som på den måde vil forsøge at strukturere og fastlåse vore tankebaner. Det ejendommelige er, at antologien udmærket er klar over grundmekanismerne i sådanne trivielle forskelssættende greb som konstituerer i kulturskabelse. Men den bryder sig, når det indledningsvist kommer til stykket, ikke om at tage sin egen medicin. Vi skal, som traditionen byder, have noget at tage afstand fra.

Om det nu ganske simpelt skyldes at antologien i øvrigt har svært ved at finde en legitimerende fællesnævner for sine forskellige artikler og essays, skal være usagt. Men alt i alt er sagerne i den forstand på betryggende vis indrammet af gode gamle spøgelse.

Den noget spøgelsesagtige indramning om de 10 artikelbidrag understreger af undertitlen »Reappraising Trans-

national Media«. Denne revurdering af de overnationale mediefænomener må jo befinde sig i en polemik med nogle, som har en bestemt (negativ) indstilling til overnationale, typisk US-medieforekomster. Hvem disse nogle er, er ikke godt at vide, men der findes sikkert stadig enkelte vadmelklædte intellektuelle, som er med på den galaj. Altså atter et godt gammelt spøgelse, som så kan spændes op imod et andet godt gammelt spøgelse, arbejderklassen, som i nærværende aftapning igen (i indledningen og i Morleys artikel) fremstår som de sande og sunde kulturrevolutionære: de vælger US-kultur som deres 'national' kultur, fordi de nationale kulturelle og ideologiske hegemonier blokerer for deres sande udfoldelse.

Sådan går spøgelseerne i rundgang. De kan for så vidt blive ved med at reproducere sig og hinanden i en uendelighed ved at vælge at indtage og tildeles skiftende roller. Ligeledes kan de intellektuelle blive ved med at betages og kildres af den selvsmagende fryd, der ligger i at beskæftige sig med lavkulturelt rangerede forekomster som Lykkehjulet, som rangerer så lavt, at det (pt) meget passende sponsoreres af et gennem et århundrede nationalt indarbejdet margarinemærke, som selvsagt længe har været på multinationale hænder. Vi behøver ikke sige navnet. Men det kan godt være at nogle har glemt, at margarine oprindeligt blev kaldt »kunstsmør«.

Når ovenstående er skrevet ret så polemisk, er det selvsagt, fordi det irriterer mig, at der øjensynlig stadig skal så mange armsving og intellektuelle falbelader, legitimeringer og afgrænsninger til, når man giver sig i kast med at undersøge fænomener i den dagliglivets kultur, som medierne indgår i. Det er o-

ver 20 år siden, at massekommunikation og medier blev et fag på universiteterne i Danmark. Og mens der måske i den allerførste fase var tale om varierende grader af intellektuel højpendethed og abstrakt kritik i omgangen med det nye felt, så var det dog ikke anderledes end at respekten for medieprodukternes *raison d'être* og deres brugere ret hurtigt kom på dagsordenen. Adornos & Horkheimers angstfyldte åndsaristokratisme fik (selvom det set i lyset af *Oplysningsens dialektik* som helhed var dybt misvisende) på hattepulden fra første færd. Jeg synes derfor, at det er på tide, at holde op med at reproducere de gamle spørgsmål og kontrastivt bygge nye myter ovenpå gamle. Allright, det kan være vanskeligt at finde et sted at stå, hvis man ikke kan finde nogen at stå på, samtidig med at man slår dem oven i hovedet. Men jeg har en stærk fornemmelse af, at bøtten trænger til at blive vendt på det programatiske område. Der skal noget frisk luft ind i stuen. Det kommer der ikke, uden at de intellektuelle besinder sig på en vis nøgternhed i deres (vores) egne roller og ærinder i dette spil om kultur, kulturel magt og kulturelle værdier. Hvadenten vi piber eller synger, er vi indskrevet i dette spil og agenter for handlinger i det og udøvere af formyndergerninger i det. Vores opgave må være at nedbringe antallet af mystifikationer.

Nærværende artikelsamling har flere gode anslag og intentioner i den retning i enkeltartiklerne. Men samlingen som helhed må siges at være temmelig diffus. Der er mere end én god grund til at titlen er »Media Cultures«

I artiklen »Citizens, consumers and public culture« giver Graham Murdock et rids af udviklingen mellem markeds-

styrede og public service styrede medier. Det sker først og fremmest på britisk grundlag og med vægt på de hegemoniske træk (den nationale »englishness«) og hvordan dette hegemoni er ved at smuldre under indtryk af regionernes og etniciteternes Britain på den ene side og mediernes internationale på den anden. Artiklens pointe er at tale for en medieproduktion og medieprodukter, der sikrer mangfoldighed og forskellighed, og som kan fylde hullet mellem renlivet national public service og kommercielle medier. Channel 4's organisationsmåde og de faktiske produkter, der er kommet ud af den, angives som et godt eksempel på vejen frem.

Kirsten Drottners artikel om »Mediapanics« er i én henseende en udmærket behandling af et bestemt genkommende og nærmest trivielt mønster i en bestandig bekymret kulturel offentlighed vis-à-vis nye opkommende mediefænomener og deres potentielle skadelighed for ubefæstede sjæle. Ved at fokusere på ligheder og placere meget forskellige debatter/fænomener under kategorien mediepanik bliver strukturen i debatterne ganske påfaldende. Det er også muligt at se, hvordan en forsimplet stimulus-respons tankegang ofte udgør en grundlæggende præmis og måske også muligt at fortolke mediepanikkens retoriske grundformularer som bestandige forsøg på at komme tilrette med nogle af de grundlæggende uløste antinomier i det moderne samfund: individuelt vs. kollektivt, mandligt vs. kvindeligt, barn vs. voksen, brud i udvikling vs. kontinuitet. Hvad artiklen måske ikke har særligt godt øje for, er, hvordan disse bekymringer også er udtryk for, hvordan givne kulturelle konstellationer (måske krampagtigt) forsøger at forstå sig selv

og sine værdier og sætte dem i perspektiv og ikke blot ved at afgrænse sig. Kategorien mediepanik kan her meget vel gå hen og spærre for det, den skal belyse. Oplysningstidens mediepanikker havde således ikke meget med vore dages mediepanikker at gøre. De var tværtimod led i et bevidst og håndfast opgør med en feudal almuekultur ved bl.a. at fremstille modprodukter (et eksempel: Borgerdyds- og Efterslægtsskabets fremstilling af alternative skilleviser i 1780'erne) og ved at se sig selv i et progressivt og frigørende perspektiv. Det gjaldt i vidtgående omfang også på kroppens område. Hvem der var mediepaniske på daværende tidspunkt var først og fremmest den enevældige stat. Ligeledes er der helt afgørende forskelle på f.eks. kampen mod smudspresen omkring 1910, som først og fremmest drejede sig om privatlivets fred og ungdomsorganisationernes kamp mod smudsbladene i 1930'erne, som først og fremmest drejede sig om hvilke forbilleder og forestillingsverdener, det var hensigtsmæssigt at tilbyde og indgyde ungdommen. Termen mediepanik kan meget let tilsløre disse forskelle, ligesom den i sig selv gør sagen til noget ekstremt. Hvad der gemmer sig i fænomenet kunne med ligeså stor ret siges at være parallelt med helt generelle fænomener i den kulturelle offentlighed: de bestandige diskussioner af hvor grænserne og værdierne for kulturen ligger. Medierne kan være anledning, men det kan så meget andet også. Hvad der indeholdes i 'mediepanikkerne' er altså netop på én gang distinktionsfigurer, vigtige markører og ganske generelle dimensioner af, hvad kultur er, nemlig diskussion og provokation af værdier, grænser og normer og retoriske artikula-

tioner heraf. Kultur lever netop af ikke-lige-gyldighed, af differencer, modsætning, modsigelse og modstand, og af at det (for nogle) selvfølgelig kommer op af hullerne og bliver artikuleret. Begrebet mediepanik burde derfor nok snarere reserveres til de tilfælde, hvor der for alvor er panik på færde. Det kunne f.eks. være tilfældet i forbindelse med Det tredje Rige eller i en helt anden forstand – og uden sammenligning i øvrigt – i forbindelse med talen om Informati- onssamfundet.

Denne mere dialektiske side af kultursammenhænge har antologien det i praksis svært med, ligesom den ikke har mange overvejelser over fænomenet kultur.

At kultur på samme måde som grundforhold inden for betydningsdannelse (i de Saussures aftapning) har med relationelle forhold at gøre, er ganske vist stærkt fremme i både Drotters og Morleys følgende artikel om »Electronic communities and domestic rituals«, men det er som om konsekvenserne ikke tages. Morleys artikel handler i den ene (hoved)del om, hvordan »kulturel identitet dannes igennem forskel« og giver en række eksempler først og fremmest koncentreret omkring »americanization«. I den anden kortere del skitserer han, hvordan det kunne være muligt at forstå de nationale sammenhængskræfter på en 'ny' måde, nemlig igennem medievanerne i dagligdagen. F.eks. det at en meget stor del af befolkningen samtidig ser og hører det samme og tiltales fra samme instanser. Overvejelserne, som er inspireret bl.a. af Benedict Andersons begreb om »Imagined Communities«, forekommer noget almene og luftige og det er ejendommeligt, at de ikke sættes i relation til/kontrabely-

ses af Sartres begreb om serialisering. Artiklen munder ud i en række velmenende mediepolitiske forhåbninger om hvad vi skal gøre m.h.t. »what role the various media play in the construction of our sense of ourselves...« under indtryk af den større grad af fragmentation, som vil finde sted med det større udbud af kanaler og programmer.

Herefter følger en række sammenlignende enkeltanalyser. I god overensstemmelse med tendensen til voldsomme titler analyserer Michael Skovmand Lykkehjulet under titlen »Barbarous TV international«. Den akademiske stolthed over at have begivet sig ud i sumpen er stor, og der er en udmærket kortfattet introduktion til genren. Lykkehjulet i DK, Sverige, USA og BDR sammenlignes på en række felter m.h.t. de manifesterede elementer, som programmet er opbygget af, men der gås ikke i dybden med de mere performativt forskellige i, hvordan showet håndteres. Der er små, men signifikante forskelle, især m.h.t. den rolle som forbrugerskud/shopping-elementet spiller. I USA, hvor hjulet har kørt siden 1973, er shopping-dimensionen på vej ud og erstattet af pengepræmier, hvilket vel må siges at være i god overensstemmelse med friheden på det marked, som hjulet har sit utvetydige symbiotiske forhold til: det er jo lidt pauvert, når man har vundet 5000 kr., så at skulle begrænses til at vælge imellem et antal tilfældige ting, som andre har bestemt.

Peter Larsen går i clinch med Dagsrevyen på NRK versus CNN for at vise forskelle i nyhedsformidlingen. Forskellene er der f.eks. i selve formen: afsluttet program med autoritativ forankring af de enkelte indslag over for flow, der bestandig afbrydes af reklamer, opdateringer mv. Men der er også ligheder

f.eks. i et vist omfang i prioriteringer, men også i selve det grundmateriale, som nyhedsindslagene eller flowet opbygges af. Der hvor P.L. finder en signifikant anden måde at prioritere på, er i virkeligheden i Aktuelt på Sverige 1, hvis koncept (i lighed med det, der er blevet DRs TV-Avis kl. 21) består i at lægge vægt på uddybninger og baggrundsoplysninger. Det er da også dette perspektiv set i den samlede konkurrencesituation, som P.L. anser for vejen frem.

Jostein Gripsrud sammenligner Godards *Åndeløs* med en senere amerikansk remake *Breathless* og viser, hvordan Godards bevidst modernistiske fremmedgørelsesteknik på det æstetiske og stilistiske plan er i stand til at sende det brede publikums melodramatiske forventninger ad H. til, mens historien i vridnet fra Hollywoods melodramatiske maskineri er i stand til at præsentere sig for os som 'hele' mennesker. Det er en god historie, som Gripsrud har fat i her, set i forhold til det amerikaniseringstema, som gentagne gange dukker op i antologien. Den viser på meget konkret og illustrativ vis, hvordan udvekslingerne, dialogerne og transformationerne over Atlanten finder sted, og hvordan en intellektualistisk europæisk remake, der forbyrder sig mod amerikansk melodrama, får igen af US-melodrama i ny udgave.

Amerikaniseringstemaet er også hovedanliggendet i Søren Schous »Post-war Americanisation and the revitalisation of European Culture«. Det friske pust »from over there« er ganske vist først og fremmest set igennem danske briller, som jo i hvert fald ikke er blevet støvet af bombninger af civilbefolkningen eller andre ubehageligheder. Tids-

perspektivet er yderligere indskrænket til de allerførste år efter krigen. Perspektivet og udsigtsposten er igen (visse, meget snævre) dele af de intellektuelle og deres vægning mod den amerikanske kulturelle teamspirit, populisme og mainstream, men de kommer nu ikke meget til orde, ligesom der ikke er megen dokumentation for artiklens påstande. Men synsvinklen er god, sådan som det altid er godt, når de raske i riget blæser vinduer og døre åbne. Men måske ville det netop her have været forfriskende med et noget anderledes kulturvue, der også greb fat om så basale ting som f.eks. Studebakerdesign, elementbyggeri, homogeniseret cacaomælk og Coca-Cola og måske også helt elementært om alle de handelsrestriktioner, som til helt op i 60'erne gjorde, at amerikansk kultur var en mangelvare.

Med Ib Bondebjergs artikel om Dennis Potters tv-virksomhed (først og fremmest *The singing Detective*) er vi tilbage på solidt europæisk plan. Dvs. ikke specielt mange seere, men et originalt produkt, der travestere, stiliserer og mixer givne genrer på et metaplan, og som nok på sigt skal bane vej for nye skud på den oprindelige amerikanske stamme: musical'en. Når de altså ellers får øjnene op for den igen. Bondebjerg har ikke meget øje for den genredimension og dens bæreevne i serien (og måske også som noget, der netop sætter en forskel mellem et engelsk og et dansk publikum). De analytiske energier går mere på narrationen i serien og dens udfordringer til seeren. Og det er jo heller ikke at kimse ad. Med hensyn til artiklens tilslutning til postmodernistiske dogmer omkring blandinger af populær- og finkultur som noget specielt nyt, må man imidlertid tage sine forbehold.

Disse blandinger har bestandig gjort sig gældende. De er bare som regel faldet uden for »det gode selskab«, så man enten ikke har fået øje på dem eller ikke har kunnet se værdierne i dem (før meget senere). Det er med det som med den Shakespeare som flere artikler rekurterer til: i visse perioder har han ikke været *comme il faut*.

Lignende mystifikation er gjort sig gældende vedrørende publikum. Anne Jerslev tager fat på den dimension i forbindelse med de såkaldte kult-film og får den side af sagen bragt ned på jorden: jamen, der er bare tale om at publikum begynder at opfatte sig som publikum og agerer som et publikum altid har gjort før bedsteborgerlige manerer har invaderet de kulturelle institutionerne: publikum vil være med og artikulere sig i 'teatret'. Dette historiske perspektiv lægger Jerslev nu ikke ned over materialet. Man kunne i det hele taget godt savne et noget bredere kulturhistorisk outlook og perspektiv i antologien vedrørende kulturkampsperspektivet.

Når jeg hører ordet kultur spæder jeg hanen på min revolver, sagde Hermann Göring. Det samme kan man sige om ordet kvalitet. Begge dele står bestandig til diskussion og i fare for vild beskydning. Begge dele er relative størrelser og ganske vanskelige at finde kriterier og præmisser for. Ligeledes er det meget let at slå forbenede æsteter oven i hovedet med de hovski-snovski kriterier, de kan finde på at opstille. Ikke desto mindre er det, hvad der bestandig opstilles og bestandig diskuteres. Det er også hvad Kim Schrøder bakser med i den afsluttende artikel »Cultural Quality: Search for a Phantom?« først og fremmest i en kritisk diskussion med Bourdieu og Thorburn og Fiedler. Schrøders

dictum er, at kvalitetsspørgsmålet er u-omgængeligt forankret i publikum (men ikke nødvendigvis på basis af popularitet) og ikke indbygget i medieprodukterne. Men ikke anderledes end at man må spørge til de etiske, den æstetiske og ekstatiske værdier, som publikum oplever i forbindelse med brugen af medieprodukter. Hvad der ligger som en ikke-ekspliciteret forudsætning under artiklen er, at dette først og fremmest drejer sig om produkter inden for fiktionens område og dermed produkter, som i deres mere eller mindre afsluttede karakter er sammenlignelige med traditioner og receptions måder inden for kunstens område. Men sådan noget som TV er som bekendt meget andet end det.

Og det er vel egentlig heromkring, at man kan kritisere antologien for alvor. Den vil meget gerne være et opgør med visse positioner omkring medie- og populærkultur. Men den har ikke meget greb om de særlige kommunikative oplevelseskvaliteter, som et dominerende medium som f.eks. TV har på nogle helt centrale områder. Det er (ganske vist af flere grunde, herunder økonomiske) f.eks. ikke nogen tilfældighed, at nyheds- og aktualitetsdimensionerne og forskellige former for live-, game-, procesorienteret og snakke-tv udbygges og bevidst opdyrkes voldsomt her i 90-erne. Det hænger sammen med et grundlæggende og måske meget banalt forhold ved TV's kvalitet som medium: at det kan skabe illusion om nærhed, om at være tæt på, om kontakt og deltagelse. Det er måske i denne æstetik, at man kan sige, at der ligger en alternativ kulturel form.