

# Udbud og forbrug af udenlandsk tv i Danmark – en oversigt<sup>1</sup>

Af Preben Sepstrup

*Formålet med denne artikel er at give et aktuelt billede – baseret på forholdene i 1993-94 – af udenlandsk tv's rolle i Danmark gennem en kvantitativ beskrivelse af 'tv-landskabet' og udbudet og forbruget af tv, totalt, fordelt på programkategorier og på national oprindelse.*

*Artiklen er i helt overvejende grad faktuel. I Sepstrup (1995) forsøges resultaterne relateret til periodens mediepolitik og aktuelle kulturpolitiske problemstillinger, mens der her alene er tale om en begrænset påpejning af resultater, der er specielt relevante for aktuelle kultur- og tv-politiske problemstillinger.*

## Begreber og referenceramme

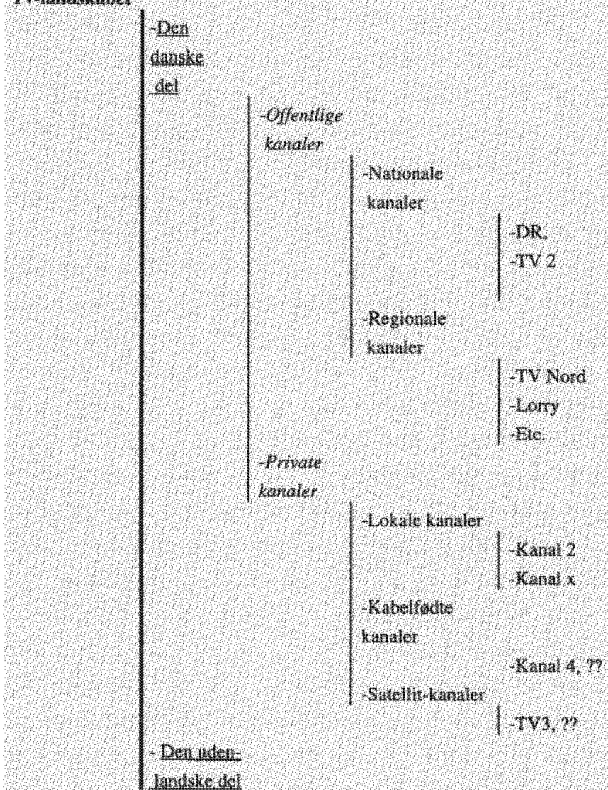
Den udenlandske indflydelse på tv-landskabet, -udbudet og -forbruget opstår på mange måder. Undersøgelsen omfatter alene (1) importen af udenlandske tv-programmer der udbydes på danske tv-kanaler og (2) udbud af udenlandske tv-kanaler der modtages af seerne gennem kabel, satellit- eller andre antenner, idet (1) og (2) er identisk med den anvendte definition på »udenlandsk tv«.

Ved tv-landskabet forstås (a) de principielle muligheder for at modtage tv-kanaler, og (b) udnyttelsen af disse muligheder, forstået som tv-kanalers faktiske udbredelse målt som den andel af husstandene, der har deres tv-apparat indstillet på en given kanal. Til en fuldstændig beskrivelse af tv-landskabet hører også husstandenes udstyr til modtagelse af tv og infrastrukturen til spredning af tv. Beskrivelsen af tv-landskabet begrænses til tabel 1 og 2, der samtidig definerer en opdeling i den danske og den udenlandske del af tv-landskabet<sup>2</sup>.

Danske programmer defineres som programmer produceret af danske video-, film- og tv-producenter (i Danmark eller i udlandet og inklusive coproduktioner) med henblik på et dansk publikum. Alle andre programmer regnes for udenlandske. – Udenlandske tv-kanaler er tilsvarende kanaler, der ikke er danske, idet danske kanaler fastlægges som tv-kanaler, hvis indhold (programmer og reklame) primært er rettet mod danske seere<sup>3</sup>.

»Transnationalisering«, »udenlandsk tv's rolle«, »import« og importandel« anvendes synonymt som betegnelse for den andel af udbudet og forbruget, der for enkelte kanaler, kanaltyper eller et lands samlede udbud og forbrug er af udenlandsk oprindelse.

Figur 1: Strukturering af tv-landskabet



I Sepstrup(1994) har jeg opretholdt nabolandskanaler som en særlig kategori, men de kan i dag være af så forskellig karakter, at kategorien kun er anvendt i undersøgelsen, hvor den har særlig relevans, og ikke er inddraget i fremstillingen her.

Beskrivelsen af tv-landskabet og udbudet og forbruget af tv kræver en kategorisering af tv-kanalerne; den er baseret på en kombination af geografiske kriterier (national, lokal), formålskriterier (offentlig, privat) og finansieringskriterier (licens, reklame)<sup>4</sup>. Ved anvendelse af denne kategorisering kan beskrivelser af tv-landskabet, udbudet og forbruget gennemføres for en ensartet gruppe af kanaler svarende til forskellige aggregationsniveauer i tv-landskabet, som det er illustreret i figur 1, hvor den udenlandske del af tv-landskabet kan udbygges på samme måde som den danske del. Disponeringen og struktureringen af beskrivelsen af udenlandsk tv's rolle følger strukturen i figur 1.

Kanalerne i den danske del af tv-landskabet udbød udenlandsk tv til danske seere som led i deres danske programvirksomhed. Det udenlandske indhold vekslede fra at være stærkt dominerende (fx TV3) til praktisk talt ikke at spille nogen rolle (regional-tv). I modsætning til udbudet i den udenlandske del af tv-landskabet adskiller det sig ved at være indkøbt, bearbejdet og teksten med henblik på et dansk publikum.

En afgørende ændring i den danske del af af tv-landskabet mellem 1985-1995 var fremkomsten af

konkurrence mellem tv-kanaler på alle geografiske niveauer, mellem reklame-, blandings- og licensfinansierede kanaler og mellem offentlige og private kanaler, og den tilknyttede forøgelse af antallet af tv-kanaler. Den medfølgende forøgelse af udbudet har kun kunnet lade sig gøre gennem en kraftigt forøgelse af udbudet af udenlandske tv-programmer.

Tabel 1 viser udviklingen for forskellige kanaler og kanal-niveauer i den danske del af tv-landskabet i perioden 1992-1994, hvor der er anvendt samme metode til at opgøre deres penetration. Tabellens forspalte er identisk med de kanaler, der i undersøgelsen indgår i den danske del af tv-landskabet.

Den udenlandske del af tv-landskabet er for praktiske formål afgrænset som udenlandske tv-kanaler, som mindst 20% af husstandene havde adgang til i 1994, se tabel 2. Det er *muligheden* for at bruge disse kanaler, der er tabellens indhold. Det vil fremgå, at næsten hele forbruget af udenlandsk tv i 1994 var knyttet til de 16 kanaler i tabel 2.

### Udbudet af udenlandsk tv

Behandlingen af udbudet indledes med et samlet overblik over udenlandsk tv's rolle i tv-landskabet, der også har til formål at illustrere, at størrelsen af transnationaliseringen i høj grad afhænger af valget af beregningsmåde; derefter ses på udbudet som helhed i de offentlige og de private danske kanaler

Tabel 1: Den danske del af tv-landskabet beskrevet som husstande med adgang til de danske kanaler.

% af tv-husstande, 1992-1994

Kanal /-niveau	1992	1993	1994
<b>Offentlige</b>			
DR	97	97	98
TV 2	97	97	98
Regional-stationer	97	97	97
<b>Private</b>			
TV3	41	47	52
Kanal 2	27	27	29
Andet lokal-tv	42	47	51
DK4			ca. 30

Kilde: Gallup (1994/årsrapport), jævnfør Gallup Annual Survey, oktober 1994 som gengivet i Gallups månedsrapporter. - De regionale stationers penetration regnes for praktiske formål som 100%. Tallet svinger over årene fra 102% til 107%. Penetrationen i kanalernes region kan findes i metermålingernes årsrapporter (eller se Sepstrup, 1994b, tabel 26.2.). - "Andet lokal-tv" udgøres af 11 stationer i Kanal Danmark samarbejdet, hvis individuelle penetration i 1992 kan ses i ovennævnte henvisning, tabel 26.3.

Tabel 2: Den udenlandske del af tv-landskabet beskrevet som husstande med adgang til udenlandske kanaler med en minimumspenetration på 20% i 1992-1994.  
% af husstande, 1989, 1991-1995

Kanal	1989	1991	1992	1993	1994
<b>Offentlige</b>					
SVT 1 (S)	49	50	52	53	54
SVT 2 (S)	49	49	51	52	53
ARD (D)	38	37	41	45	49
ZDF (D)	38	36	41	44	49
NDR (D)	35	32	38	39	44
NRK (N)	15	16	23	26	32
BBC (UK)				18	22
TV5 (F)			21	27	22
<b>Private</b>					
TV4 (S)		1	23	29	34
RTL+ (D)	16	31	39	44	46
Eurosport (UK)	21	25	27	34	41
Super Ch.	26	21	27	28	27
MTV (UK)	14	17	25	31	37
SAT 1	11	18	27	32	37
CNN	9	13	20	24	30
Discovery	3	10	21	27	34

Kilder: Sepstrup(1994) suppleret med Gallup(1994/årsrapport), der med samme metode har opgjort penetrationen i 1992-1994.

Uden at gå i detaljer med skiftende indhold, navne og ejerforhold bemærkes, at den medtagne BBC-kanal er den, der svarer til kanalen, der i 1995 kaldes BBC Prime, og at Super Channel i 1995 hedder NBC Super. - Bogstaverne i parentes angiver nationalt tilhørsforhold. NBC Super, MTV, CNN og Discovery har tilknytning til eller er delvist identiske med de oprindelige amerikanske kanaler af samme navn.

og på transnationaliseringen i forhold til programkategorier og produktionsland. Gennemgangen af udbudet afsluttes med en oversigt over undersøgelsens hovedresultater for udbudet i tabel 5 og 6.

Data om det samme udbud kan variere på temmelig forvirrende vis mellem forskellige hver for sig autoritative primærkilder<sup>5</sup> Problemet tages ikke op her; de fleste inkonsistenser i datamaterialet spiller ikke nogen afgørende rolle for det der sigtes mod: et overblik over udenlandsk tv's rolle i tal hvis størrelsesorden og indbyrdes forhold, der ikke er i tvivl om rigtigheden af.

Det mest enkle udtryk for *udenlandsk tv's rolle i hele tv-landskabet* er forholdet mellem udbudet fra de danske kanaler (tabel 1) og udbudet fra de udenlandske kanaler (tabel 2).

Kanalerne i den danske del af tv-landskabet sendte i 1994 13.599 timer og i den udenlandske del 65.560 timer, jævnfør dokumentationen i Sep-

strup(1995), hvoraf det fremgår, at de 65.560 timer med sikkerhed er en undervurdering og dermed en garanti mod at overdrive transnationaliseringen af udbudet.

Beregnet på denne enkle måde udgjorde tv-programmer fra danske kanaler omkring 21% af det samlede udbud i tv-landskabet; tallet er fiktivt i den forstand, at det er helt afhængigt af afgrænsningen af den udenlandske del af tv-landskabet.

Beregningsmåden har under alle omstændigheder to fejl. Udbudet fra danske kanaler er ikke identisk med dansk produceret tv, og beregningen tager ikke hensyn til, at de danske og udenlandske kanaler var tilgængelige for forskellige dele af husstandene.

Det sidste forhold kan inddrages ved at veje kanalernes udbud med deres penetration. Udbudet fra de danske kanaler udgjorde i så fald 12.176 timer eller 27% af det tilgængelige (vejede) udbud.

Det fremgår senere, at udbudet fra danske kanaler i 1994 fordelte sig med 45% dansk og og 55% udenlandsk producerede timer. Inddragelse af dette forhold giver det for formålet mest korrekte billede af tv-landskabets samlede udbud, nemlig at det bestod af 4.900 dansk producerede timer og 5.988 udenlandske timer fra danske kanaler og 28.874 timer fra udenlandske kanaler, i alt 34.862 udenlandsk producerede timer, svarende til en transnationalisering af udbudet i det danske tv-landskab på 86%. (Også dette tal er følsomt over for afgrænsningen af den udenlandske del af tv-landskabet: jo flere kanaler der indgår i dette, jo mindre bliver den danske andel).

Den dansk producerede del af det samlede, vejede udbud udgjorde altså i 1994 maksimalt 14%. Det var denne fordeling mellem dansk og udenlandsk produceret tv, der var udgangspunkt for danskernes tv-forbrugsvalg. Og det er denne fordeling, der uddybes i det efterfølgende.

For de offentlige, nationale, danske kanaler, DR og TV 2, er det for 1993 og 1994 muligt helt præcist at fastlægge antallet af dansk og udenlandsk producerede timer; for DR var den dansk producerede del 64% og 63%, for TV 2, 53% og 52% (inklusive regionale udsendelser og exclusive kommerciel reklame). Der er tale om den samlede sendeflade, inklusive genudsendelser. Mellem 1985 og 1994 toppede den danske andel (DR) med 62% i 1985; andelen var lavest med 49% i 1989 (bortset fra 1988 hvor TV 2 startede).

Det fremgår af dokumentationen i Sepstrup(1995), at danske programtimer udgjorde ca. 25% af udbudet af lokal-tv i 1994. For privat, dansk tv (TV3) var den dansk producerede andel af udbudet højest 20%. Det fremgår af tabel 5, at den samlede transnationalisering af udbudet i den danske del af tv-landskabet var 55% i 1994.

Udbudet af danske og udenlandske programmer fordelt på programkategorier og de udenlandske programmernes nationale oprindelse beskrives først for de offentlige og dernæst de private kanaler i den danske del af tv-landskabet.

Fra 1993 er det muligt ud fra Gallups TV-Meter database at sammenkoble transnationalisering, programkategorier og programmernes produktionslande. Tabel 3 og 4 er udarbejdet på basis af en særkørsel på denne base (Nielsen, 1995).

Tabel 3 sammenfatter analysen af de offentlige danske kanalers udbud i forhold til programkategorier; tabellen viser programkategoriernes andel af dansk, udenlandsk og totalt udbud fra DR og TV 2 og for offentlige kanaler i alt (DR+TV 2) for 1993 og 1994. Der er tale om en total optælling uden anden usikkerhed end den, der er knyttet til kodningen af udbudet på programkategorier.

I forlængelse af noterne til tabellen skal specielt fremhæves, at den kommercielle reklame og de regionale kanalers servicemeddelelser (uden for de normale programmer) ikke er medtaget i beregningsgrundlaget. Denne fremgangsmåde øger fokuseringen på det importerede element i udbudet

Tabel 3. Programkategoriers andel af henholdsvis dansk, udenlandsk og totalt udbud fra DR, TV 2 og offentligt tv (DR+TV 2), 1993 og 1994

Program-kategori	DR			1993 TV 2			Offentligt tv (DR & TV 2)			DR			1994 TV 2			Offentligt tv (DR & TV 2)		
	Dk-del %	Udl-del %	Hele fladen %	Dk-del %	Udl-del %	Hele fladen %	Dk-del %	Udl-del %	Hele fladen %	Dk-del %	Udl-del %	Hele fladen %	Dk-del %	Udl-del %	Hele fladen %	Dk-del %	Udl-del %	Hele fladen %
Nyheder	20	0	13	17	0	9	18	0	11	18	0	11	18	0	9	18	0	10
Aktualitet	13	4	9	19	4	12	16	4	11	17	4	12	22	2		19	3	12
Oplys./kultur	25	10	20	5	10	7	16	10	14	25	9	18	8	10	9	16	10	13
Undervisning	-	-	-	0	0	0	0	0	0	1	3	2	0	0	0	1	1	1
Musik	4	6	4	4	4	4	4	5	4	4	7	5	2	4	3	3	5	4
Underhold	9	2	7	16	3	10	12	2	8	6	1	5	17	2	10	11	2	7
Dramatik	10	66	30	5	70	35	8	68	33	8	67	30	5	7	38	7	71	34
Sport	10	11	10	13	7	10	11	9	10	15	9	13	11	6	9	13	8	11
Præsentation	9	0	6	9	1	5	9	1	6	8	0	5	9	1		8	1	5
Regional-programmer	-	-	-	12	0	6	5	0	3	-	-	-	8	0	4	4	0	2
I alt %	100	99	100	100	99	98	99	99	100	100	100	101	100	99	100	100	100	99
Sendetimer	2.173	1.213	3.386	1.728	1.535	3.263	3.903	2.748	6.651	2.342	1.407	3.749	1.869	1.694	3.563	4.218	3.105	7.323
Total andel	64	36	100	53	47	100	59	41	100	62	38	100	52	48	100	58	42	100
Reg. tv i øv.	-	-	-	191	0	191	191	0	191	-	-	-	744	1	745	774	1	745
Reklametid	-	-	-	216	0	216	216	0	216	-	-	-	248	0	248	248	0	248

Kilde: Beregnet på udkørslen i timer i Nielsen(1995). Dk= dansk, udl=udenlandsk. - Alle timer er i tabellen og for beregning af %-dele afrundet til hele timer i forhold til særkørslernes angivelse af sendetid og forbrug i t.min:sek. I forhold til udkørslerne fra databaserne indgår nogle få timer "øvrigt: tekst-tv og pauser" (der ikke forekommer meningsfuld i en udbudssammenhæng) og nogle få ukategoriiserede timer ikke i beregningene. De "regionale" programmer indgår i TV 2-udbudet. Den ikke medtagne reklametid (sammenlagt med tiden for "sponsoreringsmeddelelser") og udbudet af "regional tv i øvrigt" er anført nederst i tabellen i timer.

og gør det muligt at sammenligne sendefladerens sammensætning på de egentlige programkategorier på samme grundlag. – Hvis ikke »reklame«, »sponsoreringsmeddelelser« og »andet regionalt tv« var fratrukket, ville TV 2's samlede dansk producerede udbud have været ca. 1000 timer større i 1994 end det udbud, der i tabel 3 danner udgangspunkt for beregningen af programkategoriernes andel.

Fra tabel 3 kan fremhæves, at strukturen i sammensætningen af den dansk producerede del af DR og TV 2's udbud svarer til strukturen i hele sendefladerens sammensætning på programkategorier – bortset fra drama/fiktion-kategoriens andel. Det betyder groft sagt, at det offentlige udbud bestod af ca. 1/3 fakta, 1/3 drama/fiktion og 1/3 underholdning, inklusiv sportsprogrammer.

Faktakategoriene udgjorde en større del af det

dansk producerede udbud end af hele udbudet. Tendensen var mest markant i DR-udbudet. Drama/fiktionskategorien udgjorde en større del af det udenlandsk producerede udbud end af hele udbudet. Tendensen var mest markant i TV 2-udbudet.

Den udenlandsk producerede del af udbudet var koncentreret om drama/fiktion (mere på TV 2 end på DR). Den eneste anden programkategori, der spillede en rolle i den udenlandsk producerede del var oplysning/kultur og sport.

I den samlede sendeflade udgjorde drama/fiktion ca. 1/3 af udbudet, nyheder, aktualitet, oplysning/kultur og sport hver omkring 10% og underholdning i underkanten af 1/10 af udbudet. De øvrige programkategorier spillede kvantitativt en meget beskednen rolle; regional-kanalernes ordi-

Tabel 4: DR's, TV 2's og offentligt tv's (DR+TV 2) udbud i 1994 fordelt på national baggrund.

Nation / verdensdel	Alle udsendelser % af hele sendefladeren						Dramatik-del % af hele udbudet fra enkelt-lande		
	Alle 'lande'			Lande der bidrager med mere end 1%			DR	TV 2	Off. tv
	DR	TV 2	Off. tv	DR	TV 2	Off. tv	DR	TV 2	Off. tv
NORDEN	5,0	1,6	1,9						
Sverige				2,4		1,1	1,2		
Finland				1,5					
VESTEUROPA	11,1	12,8	12,0						
England				5,8	2,7	1,7	3,8		1,7
Frankrig				2,4	1,8				0,3
Tyskland				1,0					0,1
ØSTEUROPA	0,5		0,2						
NORDAMERIKA	18,5	20,9	19,7						
USA				17,6	20,8	19,3	15,5	17,5	17,1
ASIEN	0,6	0,0	0,2						
AFRIKA	0,1	0,0							
SYDAMERIKA	0,0	0,0							
MELLEMOSTEN	0,0	0,0							
(Ej placerbar)	(1,0)	(1,9)	(1,5)	(1,0)	(1,4)	(1,5)		(1,1)	(0,7)
Udenlandsk andel	36,8	37,2	36,6	30,7	23,8	27,2	20,5	9,6	19,9
DANSK	62,7	62,8	62,8	62,7	62,8	62,8	4,7	2,2	3,4
SUM	99,5	100,0	99,4	93,4	86,6	100,0	25,2	21,8	23,3
VERDEN I Ø.	0,0	0,0	0,0	6,1	13,4	0,0	4,4	7,7	6,3
I ALT	99,5	100,0	99,4	99,5	100,0	100,0	29,6	29,5	29,6

Kilde: Beregnet ud fra Nielsen (1995); der synes ud fra basismaterialet at være en del usikkerhed omkring kodningen af oprindelseslande, specielt for TV 2, ligesom detaljeringsniveauet er langt større for DR-tallene end for TV 2.

nære udbud udgjorde således kun 2% af det samlede udbud i 1994.

Der var forskelle mellem DR og TV 2 med hensyn til udbudets sammensætning på dansk og udenlandsk producerede programkategorier, men lighederne forekommer mere iøjenfaldende end forskellene, hvilket ikke kan undre i betragtning af, at de to kanalers udbud er reguleret af samme lovgivning og underkastet de samme grundlæggende økonomiske vilkår med hensyn til fx produktionsomkostningerne for forskellige programkategorier og timeprisen for importerede programmer.

Transnationaliseringen af programkategorier kan også belyses ved at se på fordelingen af programkategorier for henholdsvis danske og udenlandske timer i udbudet. En sådan analyse (Sepstrup, 1995, tabel 11) viser blandt andet, at den relative betydning af udenlandsk tv kan være ganske stor i forbindelse med programkategorier, hvis andel af den samlede sendeflade er beskeden. Den udenlandske andel er specielt bemærkelsesværdig for undervisnings- og musikprogrammer. Det fremgår også, at næsten 90% af drama/fiktionsudbudet var importeret; Denne andel har været stort set uændret siden 1985 (Sepstrup, 1994). En væsentlig del af sportstimerne var udenlandsk producerede; i begge år var transnationaliseringen i TV 2's udbud af oplysning/kultur betydeligt større end for DR.

Baseret på Nielsen (1995) viser tabel 4 (i modsætning til tabel 3) nogle dimensioner af den *nationale oprindelse for det offentlige, nationale tv-udbud*. Af arbejdsmæssige årsager omfatter tabel 4 hele udbudet i 1994. Det øger andelen af dansk produceret tv, specielt for TV 2, men ikke så meget at det er væsentligt for formålet, og det berører ikke det fundamentale spørgsmål om, hvilke og hvor mange nationer der var repræsenterede med hvilke dele af udbudet.

Generelt viser opdelingen af importen på nationer i 1994 og 1993 (Sepstrup, 1995, tabel 12) to klare tendenser. Den ene tendens er ikke ny i forhold til tidligere resultater, men fremtræder mere markant og veldokumenteret, fordi datamaterialet tillader en mere detaljeret analyse. Importen var og er koncentreret på ganske få lande. Kun 6, henholdsvis 3 ud af verdens lande bidrog med med mindst 1% af DR's, henholdsvis TV 2's udbud i 1994, selv om det fremgår af grundmaterialet, at DR i 1994 viste tv fra i alt 39 lande (og selv om man ikke må glemme, at 1% af udbudet var ca. 30 timer)<sup>6</sup>. For

hovedparten af de 39 lande var der tale om et så beskedent antal timer, at de fuldstændig druknede i helheden. Verden uden for Europa og USA var praktisk talt ikke repræsenteret på tv-skærmen – og det samme gælder hovedparten af de mange europæiske lande, hvoraf kun 5 kunne præstere en andel af udbudet på mindst 1%. (At andre lande indgik som 'emner' i dansk producerede udsendelser er en anden sag).

Nordiske programmer udgjorde i 1994 som i andre år, hvor forholdet er belyst, en meget beskedent del af de offentlige kanalers programflade. Amerikansk producerede udsendelser stod for næsten halvdelen af den samlede import. Og denne halvdel var næsten udelukkende fiktion/dramatik. 2/3 af al dramatik, DR viste i 1994 og næsten 3/4 TV 2 sendte var produceret i USA.

Den anden tendens vedrører prioriteringen mellem den engelske/europæiske import og den amerikanske del af importen. I 1993 og 1994 var importen fra de europæiske lande ikke som frem til 1991 på linie med importen fra USA. Det fremgår af Sepstrup (1995), at fra omkring 1985 til 1994 er der sket en konstant reduktion af den europæiske/engelske andel til fordel for den amerikanske del, en ændring der primært må tilskrives udvidelsen af programfladen for stort set de samme (eller mindre) budgetter (Sepstrup, 1994), men som naturligvis også kan have noget med en kvalitetsvurdering hos indkøberne at gøre. – Det er bemærkelsesværdigt, at denne udvikling har fundet sted samtidig med, at EU har satset meget på at substituere US-import med gensidig europæisk import.

Der har ikke tidligere været indbygget nogen mekanisme i tv-kanalernes økonomi, der betingede en sammenhæng mellem størrelsen af den danske del af udbudet og den nationale koncentration af importen; handelsbetingelserne på det internationale marked for tv-programmer og ændringerne i dette markeds struktur – først og fremmest øget koncentration og øget amerikansk dominans i ejerforholdene – er tilsyneladende ved at ændre dette.

*De private danske kanaler*, hvilket her vil sige lokalt tv (Kanal Danmark) og satellit-tv (TV3), bidrager også til transnationaliseringen af det samlede udbud, til den udenlandske fiktions andel af udbudet og til de US-producerede timers andel af udbudet i den danske del af tv-landskabet.

Dette bidrag har vist sig at være væsentligt for udenlandsk tv's samlede rolle i den danske del af tv-landskabet. Den komplicerede og detailkræ-

Tabel 5: Oversigt over størrelsen af forskellige udtryk for udenlandsk tv's andel af det danske udbud for enkelte kanaler, kanal-kategorier og hele tv-landskabet.

Den danske del af tv-landskabet	Udenlandske timers andel af samlet udbud (%)	Udenlandsk drama/fiktions andel af samlet udbud (%)	US-producerede timers andel af samlet udbud (%)
DR	38	25	17
TV 2	48	38	21
<b>Offentligt tv</b>	<b>42</b>	<b>34</b>	<b>20</b>
Lokal-tv	75	50	75
<b>Nationalt og lokalt tv</b>	<b>48</b>	<b>37</b>	<b>24</b>
TV3	80	80	75
<b>Alle danske kanaler</b>	<b>55</b>	<b>46</b>	<b>36</b>

Tallene for TV3 er begrundede skøn.

vende dokumentation findes i Sepstrup(1995, afs. 4.4.2). Her er hovedresultaterne samlet i tabel 5, der viser en stigning i (1) den totale transnationalisering, (2) andelen af udenlandsk drama og (3) andelen af det samlede udbud der importeres fra USA, når man i beregningerne for de danske kanaler bevæger sig fra DR til TV 2, når lokal-tv indtages og endelig privat satellit-tv (TV3). – Oversigten dokumenterer altså for første gang i dansk sammenhæng det velkendte internationale fæno-

men, at transnationalisering, andel af drama/fiktion og andel af amerikansk tv vokser med kommercialiseringsgraden<sup>7</sup>. Forholdet gælder også for udbudet fra danske kanaler i tv-landskabet i Danmark.

Tabel 6 er konstrueret som supplement til tabel 5 og som en opsamling af hovedresultaterne af analysen af det samlede udenlandske udbud i den danske del af tv-landskabet.

Det udenlandske udbuds fordeling på program-

Tabel 6: Sammenfatning af 1994-udbudets fordeling i tv-landskabet. - Kanalernes og kanalniveauernes totale (vejede) udbud og andel af udenlandsk og dansk udbud

Kanal/-niveau	Totalt udbud timer	Andel af totalt udbud %	Andel af udbud fra danske kanaler %	Andel af det totale dansk producerede udbud	
				timer	%
DR	3.749	9	34	2.342	47
TV 2	3.563	9	32	1.869	37
<b>Offentligt dansk tv</b>	<b>7.312</b>	<b>18</b>	<b>66</b>	<b>4.211</b>	<b>84</b>
TV3	2.312	6	21	462	9
Lokal-tv i alt	1.440	4	13	360	7
Privat dansk tv	3.752	9	34	822	16
<b>Danske kanaler</b>	<b>11.064</b>	<b>28</b>	<b>100</b>	<b>5.033</b>	<b>100</b>
Udenlandske kanaler	28.874	72	-	-	-
<b>Totalt udbud</b>	<b>39.938</b>	<b>100</b>			

TV 2 omfatter de regionale kanalers ca. 142 timer.

kategorier og national oprindelse i den udenlandske del af tv-landskabet kan kun belyses gennem en selvstændig forskningsindsats. Det fremgår af næste afsnit, at disse ca. 70% af det samlede udbud udgør en meget begrænset del af forbruget. Af pladshensyn er det valgt ikke at uddybe emnet her<sup>8</sup>.

### Forbruget af udenlandsk tv

I dette afsnit beskrives danskernes anvendelse af udbudet i tv-landskabet. Med fokus på udenlandsk tv's rolle beskrives og analyseres forbrugets sammensætning i 1993 og 1994 på de samme aggregationsniveauer og i forhold til de samme baggrundsvariabler som udbudet. Dispositionen er i hovedtræk den samme som for udbudet.

Tabel 7 giver en oversigt over det samlede danske tv-forbrug i årene 1992-1994 opbygget efter struktureringen af tv-landskabet i figur 1.

Tabellen viser forbruget for »alle danskere« (4 år+) og for danskere fra 4 år i husholdninger, der kunne modtage TV3. Dette såkaldte TV3-univers var i store træk identisk med husholdninger, der kunne modtage satellit-tv.

Det fremgår af tabel 7, at forbruget i TV3-universet var betydeligt større end for alle, og at dette gennemsnitlige forbrug for alle, derfor både er et 'sandt' gennemsnitligt forbrug, men samtidig også et gennemsnit der dækker over væsentlige forskelle mellem to hovedgrupper af befolkningen, når det gælder tv-forbrug. Der vendes kort tilbage til dette forhold.

Den første grove indikation på transnationaliseringen af tv-forbruget er *de danske kanalers andel af forbruget*, se tabel 7. Dette mål (og en beregning af de danske kanalers andel af stigningen i forbruget fra 1992 til 1994) viser, at i forhold til hele be-

folkningen klarede de danske kanaler sig godt, idet de i hele perioden fastholdt 87% af tv-forbruget. Der skete en mindre forskydning mellem de danske kanaler til fordel for de private, fra 12% til 15% af det samlede forbrug, og en lidt større tilsvarende stigning (fra 13% til 17%) set alene i forhold til forbruget af danske kanaler.

I TV3-universet faldt de udenlandske kanalers andel af forbruget fra 20% til 18%, og privat tv vandt frem i forhold til de offentlige kanaler: fra 23% til 28% af forbruget af de danske kanaler.

Det er tal, som dem i tabel 7, der anvendes i den løbende mediepolitiske diskussion om, hvorvidt den nuværende tv-struktur er hensigtsmæssig og tv-politikken en succes i forhold til et af de væsentlige formål med de sidste 10 års mediepolitik: at skabe et dansk alternativ til de udenlandske kanalers udbud ved at påvirke tv-strukturen og dermed tv-udbudet og dermed – måske – tv-forbruget for derved at styrke dansk sprog og kultur! DR og især TV 2 og i foråret 1995 også TV3 fremhæver ud fra disse tal, at svaret er positivt.

Public service kanalerne peger på, at de tegner sig for 72% af forbruget; TV3 peger på, at de danske kanaler står for 82% af forbruget, og de tre kanaler fremhæver DR/TV 2's ugentlige dækning på omkring 90% i hele befolkningen og TV3's 75% dækning hos 52% af befolkningen.

Dette er naturligvis legitimt; det kan heller ikke anfægtes, at tallene er positive på de givne præmisser. Men det er også vigtigt, at tallene ikke siger noget om, hvorvidt det er lykkedes at fastholde tv-forbruget på danske programmer. Det var et væsentligt formål med projektet bag denne artikel at grave et niveau dybere end de traditionelle argumenter for at belyse dette spørgsmål. Det er ikke muligt ud fra offentlige kilder, men kan lade sig

Tabel 7. Det samlede tv-forbrug fordelt på tv-landskabets kanaler og kanal-niveauer, 1992-1994

Kanaler Kanal-niveau	1992				1993				1994			
	Alle seere		TV3-universet		Alle seere		TV3-universet		Alle seere		TV3-universet	
	Timer	%	Timer	%	Timer	%	Timer	%	Timer	%	Timer	%
DR	306	35	275	29	288	32	258	26	282	30	258	25
TV 2	350	40	321	33	377	42	341	35	387	42	354	34
Offentligt dansk tv	656	75	596	62	665	74	599	61	669	72	612	59
TV 3	59	7	133	14	68	8	152	15	86	9	180	17
Lokal-tv	42	5	43	4	45	5	46	5	52	6	59	6
Privat dansk tv	101	12	176	18	113	13	198	20	138	15	239	23
Danske kanaler	757	87	772	80	778	87	799	81	807	87	851	82
Udenlandske kanaler	114	13	190	20	112	13	185	19	124	13	182	18
Totalt tv-forbrug	871	100	962	100	890	100	982	100	931	100	1033	100
Gennemsnit/uge	16.44	-	18.31	-	17.06	-	18.54	-	18.01	-	20.04	-
Gennemsnit/dag	2.23	-	2.39	-	2.27	-	2.42	-	2.34	-	2.52	-

Kilde: Gallup(1994/årsrapport). Tallene er på årsbasis, afrundet til hele timer. Bortset fra "alle", 1993 og 1994 er tallene opregnet fra kildens angivelse af ugentlige gennemsnit, da tallene ikke kan fås på anden vis. En sådan opregning medfører i forskelligt omfang en nær tilnærmelse til års-tal (som de kendes som sum fra andre kilder). I forhold til det videre arbejde kan der derfor optræde mindre afvigelser.



Table 8: Dansk produceret tv's andel af forbruget af udbudet fra offentlige kanaler, hele befolkningen 4 år+, 1993-1994.

Forbrugsmål	DR				TV 2/Danmark				Regionalt tv				Offentlige kanaler			
	Timer		%		Timer		%		Timer		%		Timer		%	
	1993	1994	1993	1994	1993	1994	1993	1994	1993	1994	1993	1994	1993	1994	1993	1994
Totalt forbrug	282	276	100	100	339	351	100	100	37	35	100	100	658	662	100	100
- heraf dansk	204	193	72,3	70,0	211	226	66,0	67,7	37	35	100	100	452	454	68,6	68,5
- heraf udenlandsk	78	83		30,0	128	125	34,0	32,3	0	0	0	0	206	208	31,3	31,4
Reklame/præsentation	10	8	3,5	2,8	36	36	10,6	10,2	-	-	-	-	46	44	6,9	6,6
Totalt forbrug, exc. rekl./præs.	272	268	100	100	303	315	100	100	37	35	100	100	612	618	100	100
Dansk andel, excl. rekl./præs.	194	185	71,0	69,0	174	190	57,4	60,3	37	35	100	100	405	410	66,1	66,3

Bearbejdet ud fra Nielsen(1995); af TV 2/Danmarks reklametimer er 25 og 24 timer kommerciel reklame; en lille del af den reklame og præsentation, der er tilskrevet TV 2/Danmark, kan have været knyttet til regional-tv, uden det fremgår af opgørelsen; regionernes produktioner er regnet som dansk produceret.

gøre på basis af Nielsen(1995) selv om der stadig mangler nødvendigt input fra de private kanaler.

Den udenlandske andel af forbruget af de fra offentlige tv-kanalers udbud fremgår af tabel 8, der er opstillet og beregnet på basis af en fordeling af danskernes totale forbrug af de offentlige kanalers udbud, inklusive sponsoreringsmeddelelser, reklame, egenreklame (præsentation) og regionale programmer i 1993 og 1994.

Tabellen viser blandt andet, at forskellen mellem DR- og TV 2-forbrugets andel af dansk producerede timer blev mindre fra 1993 til 1994, og at DR stod stærkest på dette punkt *relativt*, mens TV 2/Danmark i timer stod for et større forbrug af dansk produceret tv end DR.

I tabellens sidste række er de tilsvarende tal renset for egenreklame og kommerciel reklame. De to former for indslag fylder relativt meget i forbruget (specielt naturligvis for TV 2/Danmark), fordi det ligger i deres natur at fremtvinge et forbrug. De fremhævede tal i tabel 8's sidste række er de centrale, når det er udenlandsk tv's rolle i forhold til *programmerne*, der er i fokus.

De offentlige kanalers ca. 3/4 af det samlede forbrug på omkring 900 timer (tabel 7), de ca. 2/3 af forbruget af offentlige kanaler, der er dansk produceret, og de ca. 49% af det samlede forbrug, som dansk produceret tv stod for gennem de offentlige kanaler (tabel 9), er centrale størrelser. De udgør hver for sig mulige operationelle formuleringer af mål, der kan bruges såvel i mediepolitikken som af de respektive offentlige kanalers ledelser.

Det er en politisk opgave at prioritere vigtigheden af de tre forskellige udtryk for forbrugets transnationalisering. Det er også en politisk vurde-

ring, om niveauet for 1993/1994-tallene er tilfredsstillende, og dermed om målsætningen for de næste år skal være at fastholde eller øge niveauet. Det er en praktisk forudsætning for at følge opfyldelsen af denne centrale mediepolitiske målsætning, at tallene i nederste række i tabel 8 beregnes og offentliggøres årligt.

Den udenlandske andel af forbrug af udbudet fra private tv-kanaler spiller en væsentlig rolle for transnationaliseringen af det samlede forbrug. Beregningen involverer skøn og mange detaljer; dokumentationen findes i Sepstrup (1995, afs. 5.4.2.) og resultatet indgår i den efterfølgende *sammenfatning af udenlandsk tv's rolle i det samlede danske tv-forbrug* i tabel 9, der skal læses på den måde, at tallene siger noget om det forbrug, der er baseret på udbudet fra det pågældende niveau i tv-landskabet.

Tabellens første søjle viser forbruget i timer og den anden dets fordeling; offentlige og private danske tv-kanaler dækkede fx 86% af det samlede forbrug. Tabel 9's tredje søjle viser forbrugets fordeling i den *danske* del af tv-landskabet. Det viser sig

Tabel 9: Udenlandsk tv's betydning i tv-forbruget i 1994

Kanal-nivea	Totalt forbrug timer	Andel af totalt forbrug %	Andel af dansk forbrug %	Andel af dansk tv i forbruget %	Forbrug af dansk tv timer	Andel af samlet dansk forbrug %
DR	280	30	35	69	193	39
TV 2/Danmark	350	38	44	60	226	46
Regionalt tv	35	4	4	100	35	7
Offentlig dansk tv	665	72	83	69	454	92
TV3	85	9	11	30	25	5
Lokal tv, i alt	50	6	6	25	13	3
Privat dansk tv	135	15	17	28	38	8
Danske kanaler	800	86	100	62	492	100
Udenlandske kanaler	125	14	-	0	-	0
Totalt tv-forbrug	925	100	0	62	492	100

Kilde: Tabellerne 7.8, Gallup(1994/Årsrapport), Nielsen(1993), Sepstrup(1994) samt beregninger og skøn ud fra disse data. Scanditiden er uden egen- og kommerciel reklame.

fx, at de offentlige kanaler dækkede 83% af dette forbrug.

Tabel 9's første tre søjler viser forbruget af kanalernes udbud. De sidste tre søjler karakteriserer forbruget af de pågældende kanalers udbud. Den første af disse søjler viser, hvor stor en del af forbruget, der var dansk produceret. Fx. var 69% af DR-forbruget dansk produceret tv. De to sidste søjler viser det dansk producerede forbrug i timer og dets fordeling på tv-landskabets enkelte dele.

Tabellen er samtidig en oversigt over mulige mål for udenlandsk tv's betydning i tv-forbruget.

Tabel 9 indeholder essensen af undersøgelserne af udenlandsk tv's rolle i det danske tv-forbrug. Det måske mest centrale mål for udenlandsk tv's rolle i tv-forbruget er tallene i tabel 9's fjerde søjle, altså den andel af forbruget af udbudet på tv-landskabets niveauer, der var dansk produceret. – Det fremgår, at der var meget store forskelle mellem kanalerne og forskellige kanal-niveauer.

Disse forskelle kan bruges som indikator på den fremtidige udvikling. Hvis en kanal eller et kanalniveau øger sin andel i tabellens 2. søjle, fortæller den fjerde søjle, hvordan det (alt andet lige) vil påvirke den dansk producerede del af tv-forbruget. – Sammenhængen mellem tallene i de to søjler er naturligvis gensidig.

Det er bemærkelsesværdigt, at transnationaliseringen i 1994 af danskerne samlede tv-forbrug var 47%. Eller sagt på en anden måde: næsten halvdelen af danskernes samlede, gennemsnitlige forbrug af tv var produceret uden for Danmark.

Det fremgår af Sepstrup(1995), at det ikke er muligt at påvise nogen signifikant udvikling i dette forhold mellem 1985 og 1995. De sidste 10 års turbulente udvikling i tv-landskabet har ikke påvirket den udenlandske andel af danskernes tv-forbrug i et omfang, der kan påvises.

Det er især de tre sidste søjler i tabel 9, der er interessante for en vurdering af opfyldelsen af målet om at fastholde en rimelig position for dansk produceret tv i forbruget. I disse søjler kan det for 1994 aflæses, hvor stor en andel af forbruget på tv-landskabets niveauer der var dansk, hvor mange forbrugs-timer af dansk oprindelse disse niveauer bidrog med, og hvor stor en andel af det samlede forbrug af dansk produceret tv de enkelte elementer i tv-landskabet bidrog med. – Det er disse størrelser, tv-politikkens mål skal formuleres i forhold til i sammenhængen her.

Halvdelen af befolkningens gennemsnitlige tv-forbrug var af udenlandsk oprindelse i 1994 som i

1985. Men i virkeligheden er der ingen gennemsnit, men blandt andet to næsten lige store grupper af seere, hvis meget forskellige fordeling af forbruget på tv-landskabets forskellige niveauer fremgik af tabel 7.

Det har ikke været muligt at få beregnet målene i tabel 9 for befolkningen uden og med adgang til satellit-tv (TV3-universet). I Sepstrup(1995) er en indikation beregnet for transnationaliseringen af tv-forbruget i TV3-universet. Resultatet peger på, at befolkningen er delt i to grupper, hvor 56% af det samlede tv-forbrug hos 52% af danskerne i 1994 var af udenlandsk oprindelse (TV3-universet) og den udenlandsk producerede andel af forbruget omkring 40% for de resterende 48% af befolkningen.

Forsøget på at vurdere den dansk producerede andel af forbruget i TV3-universet er vigtigt, fordi det indikerer en betydelig polarisering i tv-forbruget mellem de to halvdele af danskerne. Tilsyneladende er den mediepolitiske strategi med henblik på at begrænse udenlandsk tv i forbruget lykkedes dårligst i forhold til den halvdel af danskerne, der har det største tv-forbrug. – Det er naturligvis muligt, at de fundne resultater ville have været dårligere, hvis der var ført en anden politik.

Hvis man politisk ønsker at øge den danske andel af forbruget skal TV3, DR og TV 2 have tilført større indtægter for at kunne præstere en større andel af attraktive danske produktioner i udbudet. Dette er et »alt-andet-lige« udsagn, fordi det må komme an på, hvordan pengene bruges, blandt andet på sendefladens sammensætning og arten og nationaliteten af de importerede timer. Det er disse forhold, der belyses i det efterfølgende for 1993 og 1994.

Forbruget af udenlandsk produceret tv fra de offentlige kanaler i forhold til programkategorier fremgår for 1993 og 1994 af tabel 10.

Tabel 10 er svær at overskue; da det er første gang forbruget af offentlige tv-kanaler kan beskrives på denne måde, er informationstætheden (som i tabel 3) prioriteret på bekostning af den umiddelbare tilgængelighed.

Hovedkonklusionen på tabel 10 er, (1) at det totale forbrug af de offentlige kanalers udbud var domineret af dansk produceret tv og i sammenhæng hermed af nyheds- og aktualitetsprogrammer; (2) at den importerede del af forbruget helt domineredes af drama/fiktion, og (3) at der på det her foreliggende var forskel på DR- og TV 2-forbrugets karakter, men at forskellene ikke forekommer be-

Tabel 10. Programkategoriers andel af det danske, udenlandske og samlede forbrug af DR, TV 2 og offentligt tv's (DR+TV 2) udbud, 1993-1994

Program-kategori	1993									1994								
	DR			TV 2			Offentligt tv (DR & TV 2)			DR			TV 2			Offentligt tv (DR & TV 2)		
	Dk-del %	Udl-del %	Hele fladen %	Dk-del %	Udl-del %	Hele fladen %	Dk-del %	Udl-del %	Hele fladen %	Dk-del %	Udl-del %	Hele fladen %	Dk-del %	Udl-del %	Hele fladen %	Dk-del %	Udl-del %	Hele fladen %
Nyheder	31	4	23	23	0	15	27	0	19	30	0	21	23	0	16	26	0	18
Aktualitet	10	8	9	15	2	11	13	3	10	12	4	10	16	2	12	15	2	11
Oplys./kultur	17	1	14	2	10	5	9	9	9	13	7	12	5	8	6	9	8	8
Undervisning	-	-	-	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Musik	2	4	2	1	2	1	2	1	2	3	4	3	1	2	1	1	2	2
Underhold	12	0	10	17	2	12	15	3	11	8	2	6	15	2	11	12	2	9
Dramatik	11	73	28	4	77	29	7	75	28	9	72	30	5	81	29	6	78	29
Sport	12	12	11	8	6	7	9	8	9	21	10	17	8	5	7	13	7	11
Præsentation	5	0	4	5	1	3	5	0	3	4	0	2	5	1	4	5	0	3
Reklamer	-	-	-	10	0	7	6	0	4	-	-	-	9	0	6	6	0	4
Regional-programmer	-	-	-	15	0	9	8	0	5	-	-	-	13	0	9	8	0	5
I alt %	100	102	101	100	100	99	100	99	100	100	99	101	100	101	101	101	99	100
Forbrug i t.	204	78	282	248	128	376	453	206	649	193	83	276	260	122	382	453	206	659
Total andel	72	28	100	66	34	100	69	31	100	70	30	100	68	32	100	69	31	100

Beregnet på udkørslen i timer i Nielsen (1995). Dk=dansk; udl = udenlandsk. - Alle timer er i tabellen og for beregning af %-dele afrundet til hele timer i forhold til særkørslernes angivelse af sendetid og forbrug i t.min.sek.

I forhold til udkørslerne fra databaserne indgår nogle få timer "øvrigt: tekst-tv og pauser" og nogle få ikke kategoriserede timer ikke i beregningerne. De "regionale programmer" indgår i TV 2-forbruget. - "Regionalt tv is." (service-meddelelser uden for de egentlige programmer) er ikke medregnet for at give et realistisk billede af TV 2-forbruget og gøre sammenligninger med DR-forbruget rimelige, idet TV 2-programandelen ellers ville blive beregnet på et større forbrug og dermed rettet blive for små. Forbruget af denne kategori bliver (afrundet) på årsbasis 0% (hvilket ikke er det samme som, at ingen bruger dette udbud) og indgår heller ikke i udbudsopgørelsen, den danske andel af denne kategoris udbud og forbrug er 100%. - Reklame er ikke medtaget i opgørelsen over udbudet, men indgår her sammenlagt med kategorien "sponsoreringsmeddelelser" i fordelingen af forbruget.

mærkelsesværdigt store (hvad det så præcist vil sige, når der mangler en målestok).

Transnationaliseringen af forbruget kan også belyses gennem fordelingen af forbruget af de enkelte programkategorier på dansk og udenlandsk produceret tv. En sådan analyse viser store forskelle mellem DR- og TV 2-forbruget, og det fremgår, at underholdningsforbruget helt dominerende var dansk produceret, og at der var et stort udenlandsk islæt i det (beskedne) musik- og undervisningsforbrug og til dels i sportsforbruget (Sepstrup, 1995, tabel 25).

Forbruget af private og udenlandske kanaler kan ikke struktureres som i tabel 10. De spredte kendsgerninger (Sepstrup, 1995, afs. 5.6.2) kan sammenfattes i, at ingen enkelt udenlandsk kanal spillede nogen rolle for det samlede, gennemsnitlige forbrug, men som *helhed* var 13% af dette knyttet til udenlandske kanaler. Den generelle viden om dette forbrug og dets fordeling på kanaler peger på en privat dominans og på en forøgelse af den samlede andel af forbruget, der kan karakteriseres som underholdning, sport og drama/fiktion – og naturligvis af den andel af dette forbrug, der var udenlandsk produceret. De engelsksprogede kanaler, fx. Super Channel, Discovery og MTV, havde en andel af det udenlandske forbrug på knap 10%.

Den nationale oprindelse for DR og TV 2's forbrug var den samme i 1993 og 1994. Det hænger

formodentlig sammen med, at forbruget var særdeles koncentreret i forhold til dets nationale oprindelse:

Danske (68%), vesteuropæiske – uden Norden – (8%) og US-produktioner (20%) tegnede sig for 96% af det samlede forbrug, 2% af forbruget i 1994 var produceret i de nordiske lande. Resten af verden stod for de sidste 2% af danskernes samlede forbrug. Af enkeltlande var det kun USA – ud over Danmark – der leverede en nævneværdig del af det samlede forbrug.

Den nationale spredning var mindre i TV 2-forbruget end i DR-forbruget. Ud fra den gennemsnitlige seers egne erfaringer er resultatet med til at forklare, at det er en fremherskende opfattelse i den offentlige debat, at de offentlige danske kanaler er domineret af amerikansk tv – selv om det glemmes, at der skal to (udbyderen og forbrugeren) til at skabe denne situation med et nationalt meget ensidigt sammensat forbrug.

Tabel 11: Sammenligning af udenlandsk tv's rolle i (vejret) udbud og forbrug på forskellige niveauer i tv-landskabet, 1994

Kanaler / Kanal-niveau	Totalt udbud	Totalt forbrug	Forbrugets andel af udbudet	Andel af totalt udbud	Andel af totalt forbrug	Andel af udbudet fra danske kanaler	Andel af forbrug (af udbud) fra danske kanaler	Andel af dansk produceret udbud	Andel af forbruget af dansk produceret tv	Dansk produceret andel af udbud	Dansk produceret andel af forbrug
	Timer	Timer	%	%	%	%	%	%	%	%	%
DR	3.749	282	8	9	30	34	35	47	39	62	60
TV 2	3.563	387	11	9	42	32	48	37	53	52	60
Offentligt dansk tv	7.312	669	9	18	72	66	83	84	92	58	69
TV 3	2.312	86	4	6	9	21	11	9	5	20	30
Lokal-tv	1.440	52	4	4	6	13	6	7	3		25
Privat dansk tv	3.572	138	4	9	15	34	17	16	8		28
Danske kanaler	11.064	807	7	28	87	100	100	100	100	45	62
Udenlandske kanaler	28.874	124	0,4	72	13	-	-	-	-	0	0
Totalt	39.938	931	2	100	100	-	-	-	-	-	53

Oversigten er baseret på tabellerne 5,6,7,8,9. Bemærk at der, som det fremgår af tabellens overskrift, er tale om beregninger ud fra det *vejede* udbud, det vil sige det faktiske antal sendetimer vejet med penetrationen. - Det skal erindres, at det ikke kan undgås, at der er små afvigelser fra de tilsvarende tal i andre sammenhænge, og at der indgår vurderinger og afrundinger. - I næstsidste søjle er tallene for TV3 og lokal-tv skøn, jævnfør at det er undladt at anføre noget tal for "privat dansk tv".

### Sammenligning mellem udenlandsk tv's rolle i udbud og forbrug af tv i 1994

I dette afsnit sammenlignes udenlandsk tv's rolle i udbudet og forbruget af tv i i form af en oversigt over den aktuelle situation.

Transnationaliseringen kan beskrives (1) gennem en opdeling af udbud og forbrug i forhold til tv-landskabets forskellige niveauer (figur 1) og (2) gennem karakteren af udbudet og forbruget på det enkelte niveau i tv-landskabet. – Sondringen svarer til, at udenlandsk tv's rolle anskues gennem en 'lodret sammenligning' i de fire første søjler i tabel 11 og ved en 'vandret sammenligning' i de to sidste søjler.

Tabel 11 giver en oversigt over de 'mål' eller udtryk for udenlandsk tv's rolle i det danske tv-landskab, der har været anvendt for hele udbudet og hele forbruget i de to foregående afsnit. Frem til den dobbelt optrukne linie viser tabellen kanal- og kanalniveaers andel af forskellige dele af udbud og forbrug. De to sidste søjler udtrykker direkte transnationaliseringen på forskellige niveauer i form af, hvor stor en del af kanalens (-niveaets) udbud og forbruget af dette, der var dansk produceret.

De første tre søjler i tabellen viser tv-landskabets samlede udbud og forbrug og forbrugets andel af udbudet (udnyttelsesgraden). Det er en på forhånd indlysende konstatering, at forbruget må ud-

gøre en meget beskedent del af det samlede udbud. Udnyttelsesgraden er med andre ord lav.

Den lave udnyttelsesgrad *kan* opfattes som et 'spild', der mindskes fra det udenlandske udbud, over det private danske udbud, det danske udbud som helhed, DR, offentlige danske kanaler til TV 2. Reelt kan man dog kun afgøre, om der er tale om 'spild', hvis man kender spredningen eller forskellighedarten i udbudet og forbruget bedre, end det er muligt ud fra gennemgangen her.

Det er min opfattelse, at de fundne resultater tyder på, at forholdet mellem udbud og forbrug ikke kun bidrager til alsidighed i udbud og forbrug og en bedre behovstilfredsstillelse for seerne, men også i høj grad er udtryk for 'spild' i form af gentagelse og/eller i form af et stort udbud, der bruges meget lidt. I så fald er der tale om et 'spild', der tilsyneladende er prisen for de sidste 10 års øgede liberalisering og konkurrence i tv-landskabet.

Da der er tale om et vejet udbud, kan udnyttelsesgraden for de kanaler, der ikke når hele befolkningen sammenlignes med de øvrige udnyttelsesgrader, men bør for en sikkerheds skyld vurderes med forsigtighed (da der indgår skøn i disse sammenhænge). Der er en voldsom forskel i udnyttelsesgraden af udenlandske og danske kanaler, hvor udnyttelsesgraden kun er halvt så stor for de private som for de offentlige kanaler.

Hovedparten af forbruget fandt sted i den danske del af tv-landskabet. Tabellens 6. og 7. søjle viser, hvor store andele af udbudet og forbruget, der

var knyttet til kanaler og-niveauer i den danske del af tv-landskabet. Det fremgår, at de private kanaler stod for 34% og de offentlige for 66% af udbudet fra danske kanaler, men i forbruget af dette udbud øges den offentlige del væsentligt og den private halveres i forhold til andelen af udbudet. (Det samme forhold er endnu mere markant ved en tilsvarende sammenligning mellem den danske og udenlandske del i hele tv-landskabet). De offentlige kanalers andel af forbruget fra de danske kanaler var altså 83% i 1994. DR og TV 2 havde omtrent samme andel af udbudet, medens TV 2 havde en væsentlig større andel af det samlede forbrug end DR.

De sidste to søjler i denne del af tabel II (før den dobbelte linie) viser fordelingen af udbudet og forbruget af dansk produceret tv. Da de offentlige kanaler svarede for 84% af dette udbud, men 92% af forbruget, synes seerne at have haft en større præference for det dansk producerede tv, der vist i de offentlige kanaler end i de private (TV3). En anden mulig tolkning er naturligvis, at der var en større præference for de private kanalers udenlandsk producerede udbud end for de offentlige kanalers udenlandske udbud. Under alle omstændigheder synes der at være tale om en bemærkelsesværdig forskel.

DR sendte 47% og TV 2 37% af det dansk producerede udbud i 1994. I forhold til fordelingen af forbruget viser det, at kvalitet i seernes opfattelse med sikkerhed ikke kun handler om nationalitet. Forskellene i udbudets sammensætning på programkategorier var begrænsede, det betyder enten, at disse forskelle var væsentlige for seernes valg, eller også er det en påmindelse om, at det er en begrænset del af kvalitetsdimensionerne, der kan opfanges i en undersøgelse af denne type, der ikke inddrager fx udsendelsernes »æstetik«, sendefladens opbygning, udsendelsernes rytme og meget andet.

Det er under alle omstændigheder bemærkelsesværdigt, at TV 2 (her inklusive regionerne) med en langt mindre del af den danske produktion opnåede en langt større del af forbruget af dansk tv end DR.

De to sidste søjler er som nævnt af en anden karakter end de foregående i tabel II. De viser den danske producerede andel af kanalernes (-niveaurnes) udbud og forbruget af dette udbud. Der var en betydelig forskel mellem niveauet for den danske andel i både DR's udbud og (især) forbrug og for de resterende dele af tv-landskabet. TV

2 (og især de private kanaler hvor der er tale om skøn) trækker niveauet for den dansk producerede andel ned i både udbud og forbrug.

## Noter

1. Oversigten er baseret på en langt mere detaljeret rapport udarbejdet til medieudvalget om samme emne for perioden 1985-1995 (Sepstrup, 1995). Rapporten forventes udgivet af medieudvalget i efteråret 1995. Af hensyn til omfanget henvises i betydelig udstrækning til nærmere dokumentation i denne rapport.
2. En fuldstændig beskrivelse af tv-landskabet frem til 1995 findes i Sepstrup (1994).
3. Denne fastlæggelse skyldes, at nogle kanaler, der traditionelt opfattes som udenlandske, også (men sekundært) er rettet mod danske seere i den forstand, at de forsynes med danske undertekster. Afgrænsningen er en anelse diffus, men formodentlig i overensstemmelse med almindeligt sprogbrug og tilstrækkelig for en fælles opfattelse af begrebet. En alternativ fastlæggelse af »danske kanaler« er kanaler, der er underkastet dansk lovgivning. Denne mulighed ville pt. udelukke TV3/Danmark, der medregnes som dansk kanal. En fastlæggelse af »danske kanaler« som kanaler, der sender på en dansk sendetilladelse, ville medføre, at fx kanaler som ZTV og Kanal 6 er danske og TV3 udenlandsk, hvilket pt. ville være juridisk korrekt, men substantielt forkert og næppe i overensstemmelse med 'almindelig opfattelse'.
4. Se Sepstrup (1994) for en nærmere beskrivelse og begrundelse for kategoriseringen.
5. Se Sepstrup (1995) og især (1994) for en nærmere redegørelse.
6. TV 2 koder ikke programmerne så detaljeret som DR i denne sammenhæng.
7. Se Sepstrup (1994), hvor også begrebet kommercialiseringsgrad fastlægges.
8. En kort karakteristik findes i Sepstrup (1995).

## Litteratur

- Nielsen, Alexander, P. (1995): *Statistik over programudbudet samt programforbruget fordelt på programtyper samt produktionshjemland for DR, TV 2 og TV 3*, Tabelværk fra TV-Medieforskningen, DR, København. 157 s. (Upubliceret).
- Sepstrup (1994): *TV i kulturpolitisk perspektiv, 1954-94*, KLIM. Århus, 397 s. (I 1994-udgaven er titlen fejlagtigt anført som »Tv i kulturhistorisk perspektiv«)
- Sepstrup, Preben (1995): *Udenlandsk tv -udenlandske TV-kanaler og TV-programmer i det danske medielandskab*. Medieudvalget. Statsministeriet.

Preben Sepstrup er docent ved Handelshøjskolen i Århus.

# Öffentlichkeit, offentlighed, espace public, public sphere

Af Finn Frandsen og Søren Kolstrup

*Denne oversigtsartikel fortæller om nogle europæiske medieforskeres tidsforskudte reception af Jürgen Habermas' begreb om den borgerlige offentlighed. Artiklen undersøger, hvordan man i Danmark, Frankrig og England har anvendt begrebet i forskningstraditionerne og hvilken betydning man kan tillægge den tidlige forskydning, når man tager i betragtning, at der i 1980'erne er sket afgørende ændringer i medieaktørernes og forskernes holdning til det (post) moderne samfund.*

## 1. Introduktion

Formålet med denne artikel er at studere medieforskernes reception af Jürgen Habermas' begreb om (borgerlig) offentlighed i tre forskellige lande og på tre forskellige tidspunkter: i Danmark i begyndelsen af 70'erne, hvor *Strukturwandel der Öffentlichkeit* bliver tilgængelig i norsk oversættelse (1971), i Frankrig i slutningen af 70'erne, hvor Habermas' værk udkommer på fransk (1978), og endelig i Storbritannien og USA, hvor det først bliver oversat til engelsk med næsten tredive års forsinkelse (1989). Der er kort sagt tale om en forskudt receptionshistorie (i såvel geografisk som historisk forstand), hvor et begreb anvendes, videreudvikles eller kritiseres med udgangspunkt i forskellige nationale teoretiske traditioner.

Det skal understreges, at vi ikke vil inddrage den senere udvikling i Jürgen Habermas' filosofiske forfatterskab – først og fremmest udarbejdelsen af den store *Theorie des kommunikativen Handelns I-II* (1981) og det efterfølgende arbejde med en diskursetik – selv om det både er muligt at betragte *Strukturwandel der Öffentlichkeit* som en forløber for dette filosofiske hovedværk og at reformulere begrebet om (borgerlig) offentlighed i lyset af det.<sup>2</sup> Habermas' sene forfatterskab forbliver på et rent filosofisk plan, hvor den konkrete, historiske dimension og den tværvideenskabelige tilgang forsvinder til fordel for mere abstrakte (sprogfilosofiske) prin-

cipper (se f.eks. McCarthy 1992, Benhabib 1992 og Hohendahl 1992).

Vi har også valgt at se bort fra den tyske reception af offentlighedsbegrebet, herunder Habermas' egen reception af sit begreb. Hvad angår Habermas selv, så har han ikke på noget tidspunkt foretaget en indholdsmæssig revidering af *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, selv om han uden tvivl har haft lejlighed til at gøre det i forbindelse med de mange genudgivelser.<sup>3</sup> Hvad angår den interne tyske reception, så er den ganske vist forskudt i historisk, men ikke i geografisk forstand. Dermed er ikke sagt, at den så ikke er relevant, for det er den naturligvis; men det interkulturelle perspektiv på teorien – et perspektiv, der har haft vores særlige interesse – er af gode grunde fraværende.<sup>4</sup>

Den forskudte historie om receptionen af offentlighedsbegrebet i Danmark, Frankrig og de angelsaksiske lande rejser flere væsentlige spørgsmål:

– Hvordan har man anvendt den problematik, som Habermas udvikler («en kategori i det borgerlige samfund»), inden for de tre (sæt af) nationale forskningstraditioner (underforstået at der ikke blot er tale om et simpelt »oversættelsesproblem«<sup>5</sup>)?

– I hvilket omfang har man blot appliceret eller tværtimod videreudviklet og kritiseret Habermas' begreb og tilgang?

– Og hvilken betydning skal man tillægge selve den tidlige forskydning, når man tager i betragt-