



Årsmødets temaer

Af Tove Rasmussen

Dette er en "syntese" af oplæg og diskussioner på SMID's årsmøde om internationaliseringen af TV-udbuddet. Artiklen indledes med en henvisning til den voldsomme presse-debat i december 86 om rimeligheden i at beskytte det danske hybridnet (landsdækkende kabel-TV) ved at opretholde et forbud mod "privat" nedtagelse af udenlandsk TV fra kommunikationssatellitterne.

Begrebet "public service" er ved at være fast inventar i den internationale TV-debat. Det er hentet fra England og USA, hvor det betyder ikke-reklamefinansieret TV, som i mange lande er pålagt særlige programforpligtigelser (alsidighed, objektivitet, hensyn til kulturelle mindretal etc.) mod at have fået retten til at opkræve licens.

Det skete i dagene op mod jul, at kabel- og antenneforeninger trodsede alverdens hybride lovbefalinger for at søge deres direkte vej mod de nyeste og mest strålende stjerner på himlens bue.

Således blev årsmødets store temaer for alvor iklædt kød og blod, inden jubilæumsåret¹ udrandt: Internationalisering og regulering, nye distributionsformer i nationalt og ikke mindst lokalt regi - antenneforeninger som selvbestaltede talerør for en folkelig modstand mod statslig lovgivning på medieområdet.

På årsmødet tog *Nicholas Garnham* fat i denne helt centrale problemstilling, som forholdet mellem stat, marked og publikums behov. En nådesløs kritik af begrebet "public service television" og især dets placering i det ideologiske hegemoni blev fulgt med kritik af begrebet national (enheds)kultur. National-kulturen

bliver i mange lande - f.eks. England - brugt som et undertrykkende paradigme i forhold til den multi-kulturelle realitet. Når forsvaret for "public service" knytter an alene til disse nationale, kulturelle værdier, bliver resultatet en hævde af elitære normer, formynderi og måske i sidste instans en censurpolitik, som for øjeblikket trænger sig på i Storbritanien.

De fleste oplæg og diskussionsindlæg forholdt sig til denne kritik af såvel "public service television" som begrebet "nationalkultur". Det gælder om at bryde med den kulturradikale mytes forestilling om at udbrede "den gode kultur" til folket, lød det fra Ib Bondebjerg, mens *Morten Giersing* tog udgangspunkt i spørgsmålet, om de statslige institutioner har forsvaret alsidigheden på en måde, der gør dem værd at bevare?

Kulturelle værdier skal ikke søges i snævre nationale gevanter, men i internationalisme, kulturel kosmopolitisme, pluralisme og alsidighed. Så vidt så godt, men den internationalisering, der karakteriserer medierne i dag, er resultat af voldsom kapitalkoncentration og amerikansk dominans. En udvikling, der betyder homogenisering af markedet på verdensplan.

"Public service"-ideologien er nok den primære forudsætning for diskussionen af markedsregulering i form af nationale eller overnationale tiltag. Homogeniseringen som generel tendens blev imidlertid draget i tvivl af Garnham, der ser tendenser i retning af markedsfragmentering i USA, der i sig selv udgør en heterogen kultur. Den britiske TV-industri har formået at vinde indpas på det amerikanske marked i behovs-nicher, og udviklingen indenfor distributionsteknologien øger muligheden for en sådan nicheafsætning.

Det positive syn på markedsudviklingen deles ikke af Morten Giersing, som fastholder det synspunkt, at internationalisering er af det gode, men kommerialiseringen fremmer produktion efter lave fællesnævner og dermed en homogenisering af udbuddet. Derfor har udviklingen behov for regulering. Spørgsmålet er, hvilke instanser der overhovedet kan regulere på satellit-området, og

hvordan kriterierne for regulering skal udformes.

"Truslen" udefra har allerede betydet ændringer i det danske og europæiske mediebillede - af Giersing benævnt de to onde cirkler. For det første iværksættes nye nationale TV-stationer, der sender flere ikke-nationale programmer, for det andet indføres reklamer i TV for at løse finansieringsproblemerne. Som en tredje cirkel kan jeg en passant nævne udviklingen inden for lokal-TV, hvor æteren er blevet åbnet i demokratiseringens navn, men stationernes eneste overlevelsesmulighed er den mere eller mindre skjulte reklame: Græsrodder og A-presse blev de første til at eksperimentere med reklame-TV i Danmark.

Som eneste realistiske reguleringsinstans på satellit-området blev EF fremhævet i flere indlæg. Skal denne overnationale regulering finde sted, er det imidlertid nødvendigt, at det enkelte land undlader at nedlægge veto: At vi med andre ord opgiver vores nationale suverænitet på kulturområdet. Bud på det egentlige indhold i en sådan regulering skortede det imidlertid på. Frands Mortensen kom faktisk nærmest med en reference til Nordisk Råd og et forslag, der bl.a. anbefaler - at hver enkelt TV-station skal udsende en kvote europæisk stof, - at der oprettes et fælleseuropæisk organ til at sikre visse alsidighedsprincipper angående genrer, kultur og sprog.

Er europæisk kultur da bedre end amerikansk? og i hvilken udstrækning kan man overhovedet forvente, at europæisk TV-produktion kan tage konkurrencen op? Med andre ord: Er "Mor er major" bedre end "Dallas"?

Tanker om europæisk produktion/distribution efter network-modellen fandt ingen nåde. Sprogforskelle, interesse modsætninger mellem filmproducenter og broadcasters, afvisning af at producere "europæiske fællesnævner" er nogle praktiske og politiske argumenter mod et integreret europæisk marked. Giersing fremhæver til gengæld nødvendigheden af at forbedre hjemmeproduktionen; mens Garnham taler om økonomisk sikring af den industrielle basis for kulturproduktion i Europa som et område for statslig intervention. Ikke fordi europæiske produkter i sig selv er bedre

end amerikanske, men fordi europæerens ret til at skabe betydninger og udveksle dem på et marked må forsvares. Hvor statens funktion på medieområdet set med danske øjne er et spørgsmål om regulering - også på det indholdsmæssige område, repræsenterede Garnham det synspunkt, at statens indflydelse på markedet bør begrænses til økonomiske tilskudsordninger. Et problem er naturligvis, at de fleste nationer ikke er villige til at ofre tilstrækkelige ressourcer på området.

Problemerne omkring kriterier for regulering er mindst lige så store, når den kulturradikale konsensus brydes. Et mål på lidt længere sigt er at udrede hvilke programformer, der fungerer bedst i forhold til bestemte distributions- og kommunikationsformer og differentierede publikumsbehov. Egenproduktion i public serviceregi som forarbejdning af specifikke kulturelle og sociale erfaringsformer er ofte blevet fremhævet i mediepolitiske målsætninger. I diskussionen af modsætningen mellem det nationale og det internationale blev disse felter så godt som ikke berørt.

Hos *Peter Larsen* blev endnu nogle kritikpunkter mod det nationale TV fremhævet under overskriften: Hvor dansk er dansk TV? Politikere, bureaukrater og medieforskere ønsker mere egenproduktion, men under den tilsyneladende enige overflade lurer en reel uenighed og utilfredshed med resultaterne af dansk TV-produktion. I det hele taget er det ikke hensigtsmæssigt at generalisere om, hvad der er specielt dansk ved DR's programmer. Fremstillingsformerne har rod i det internationale filmsprog, og teknikker i både fakta- og fiktionsprogrammer udvikles snarere efter internationale end efter specielt danske normer.

Vender vi et øjeblik tilbage til cirkel-metaforen, lader det sig gøre at tegne endnu en af de onde - her på programpolitikens område. I et forsøg på at rette op på det forsømte fiktionsområde i DR har man importeret udenlandske serieskabeloner - f.eks. situationskomedien. Forsøgene på at fremstille danske problemstillinger med standardiserede internationale greb, har været stabile replays af Kejserens nye klæder - blot med den

forskel, at afsløringen aldrig har ladet vente længe på sig: Der er jo ikke noget indeni.

Genremæssige blandformer og upræcise målsætninger formår hverken at leve op til internationale recepter eller at sætte selvstændige genremarkører, der kan skabe/tilfredsstille publikums forventninger.

Uspecificerede krav om egenproduktion kan således ikke bruges som indholdsmæssige kriterier for programpolitik. Alt andet lige er de internationale programmer faktisk at foretrække, hævder Larsen, - de holder som regel, hvad de lover, når de imødekommer publikumsbehov på fiktionsområdet. Med denne synsvinkel på de industrielle kulturprodukter er Larsen godt på vej til at aflive Frankfurterskolens fjendebillede af kulturindustrien og giver plads for en reference til Brecht i stedet. Det er ikke det gode gamle, men det dårlige nye, der bringer kulturen fremad.

I en søgen efter "det gode fjernsyn" går *Frands Mortensen* et stykke videre, når han taler om Dollars som eksempel på godt TV. Serien bryder med både genre- og fortælleskabeloner, den opretter en kontrakt med seeren, hvori indgår Verfremdungselementer, og den tilbyder mange receptionsindgange. Tre af de vigtigste karakteristikker i definitionen af det gode fjernsyn, som afslører sin egen manipulationskraft. Det gælder fuldt ud for nogle af de udsendelser Bo Damgaard og John Carlsen laver i Provincesafdelingens regi. Her eksperimenteres med fortælleformer, hvor seeren får redskaber til at bedømme selve udsendelsen - og dermed forudsætningerne for netop denne fremstilling af virkeligheden. Det centrale er oprettelse af seer-kontakten - hvordan seeren bliver spillet sine vurderingskriterier i hænde. I dette koncept lægges ingen kunstnerisk normativitet ned over programmerne, de vurderes snarere ud fra en pædagogisk recept, og distinktionen mellem internationalt/nationalt mister for alvor sin relevans i dette perspektiv.

"Det gode fjernsyn" skabte lidt liv i en ellers slunken debat på årsmødet som helhed. Alle så vigtigheden af at diskutere

kvalitet; det er i sidste instans her, mediepolitikken tager sin begyndelse, hvis den vil andet og mere end Garnhams markedsmæssige kalkuler.

Michael Bruun Andersen stod klippefast på kritikken af de industrielle produkter og behovet for indholdsmæssige kvalitetskriterier i bedømmelsen af massekulturen. Der består en fare for, at attraktivitet forveksles med kvalitet, og derfor er medieforskerens ypperste våben stadig indholdsanalyse og ideologikritik. Flere andre indlæg tog fat i indhold/form problematikken og påpegede faren ved udelukkende at operere med formmæssige kvalitetskriterier. *Ib Bondebjerg* fremhævede således nødvendigheden af - heroisk - at fastholde den del af den kulturradikale arv, som skelner mellem god populærkultur og kommerciel industri. Kriterierne finder vi gennem analysen af massekulturens placering i brugs- og behovssammenhænge.

Konkrete bud på, hvad indholdsmæssigt godt TV er for noget, var der imidlertid ikke mange af, og diskussionen forblev på et noget proklamatorisk niveau. Ydermere er det vanskeligt at fastlægge indholdsmæssige målsætninger uden samtidig at placere sig et sted i det kulturelle hegemoni, som blev kritiseret så kraftigt. Kim Schrøder vil derimod gå til publikum for at bestemme kvalitetsspørgsmål: Afdækning af de konkrete læsemåder, den differentierede afkodnings sociale fundament er den kvalitative receptionsforsknings bud på området. Det gode TV kan man ikke generalisere om "på forhånd", men det kan eftervises. Schrøders synspunkt blev fra flere sider kritiseret for at være defensivt - sågar handlingslammende. Det må i samme forbindelse nævnes, at udviklingen inden for receptionsanalysen danner den væsentligste baggrund for, at vi kan diskutere kvalitet og oplevelseformer udfra synsvinkler, der ikke blot reflekterer medieforskerens egen kulturelle baggrund.

Når en førstegangsdeltager skal vurdere SMIDs årsmøde lidt fra oven, er det klart, at temaet for årsmødet var spændende og velvalgt til et 10 års jubilæum. Det gav mulighed for at vurdere spørgsmål om det internationale kulturudbud, national/overnatio-

nal reguleringspolitik og et TV, der er værd at slå for. Alt-sammen i et historisk rids af 10 år, hvor medieforskerne har været med til at præge de politiske beslutninger på området.

Vurdering og diskussion af både "realpolitikken" og medieforskningens teoretisk/metodiske udvikling skortede årsmødet imidlertid alvorligt på. Hovedtemaerne blev langt hen ad vejen båret af udfoldede diskussioner om medieforskernes placering i forhold til opbruddene i det ideologiske hegemoni, som DR's monopolstatus hidtil har været en garant for. Der er god fornuft i at foretrække Dollars frem for Mille & Mikkel og Miami Vice frem for Rejseholdet, lyder det provokerende. Nej, kritikken af industrikulturen bør fastholdes, er det ekko, som kastes tilbage; mens hverken det grundlæggende ideologiske koncept eller nyvundne analyseresultater i kritikken af industriprodukterne bringes til debat.

Det er disse udfoldede diskussioner, som gør overvejelserne om regulering og det internationale marked abstrakte: Det er ikke godt nok at spille EF de mediepolitiske kort i hænde, når vi ikke selv kender placeringen af trumf es.

NOTE

1. Sammenslutningen af Medieforskere holder 10 års jubilæum i forbindelse med årsmødet.

Tove Rasmussen er kandidatstipendiat ved Institut for kommunikation, Aalborg Universitetscenter.