

- 29) Kommissionen for De europæiske Fællesskaber: Forslag til Rådets forordning om en fællesskabsaktion inden for telekommunikationsteknologi, RACE (R&D in Advanced Communications-technologies in Europe) KOM (86) 547 endelig udg. s. 3.
- 30) KOM (86) 547 endelig udg. s. 4f.
- 31) do. Dok A 2-102/85 s. 5.
- 32) Dok A 2-102/85 s. 10.
- 33) do. s. 11.
- 34) do. s. 12.
- 35) KOM (86) 255 endelig udg. s. 3.
- 36) Dok. A 2-102/85 s. 11.
- 37) do. s. 13.
- 38) Se f.eks.: Qvist, Palle: Olympisk TV, Information 25/3-85, s. 5.  
do. : Sport forener Europas fjernseere, Information 2/12-85, s. 5.
- 39) Forsøg i januar og februar 1987 på en rekonstruktion mislykkedes. Tlf.-oplysning Mariann van der Willigen, Europa TV, d. 2/3.87.
- 40) Se f.eks.: Nielsen, Gerhard: Næste år kan halv million danskere se Europa-TV, EF-Avisen, 18/11-86, s. 5.
- 41) Qvist 25/3-85, s. 5 og 2/11-85, s. 5.  
Nørhave, Ole: Satellitstation stoppet, Aalborg Stiftstidende 3/12-86, s.11.
- 42) Nielsen 18/11-86, s. 5.
- 43) Qvist 2/12-85, s. 5.
- 44) Qvist, Palle: De europæiske Fællesskabers ideologiproduktion. Organisatorisk udvikling, 1986. Stencil s. 28f.  
Af læsningen indtil nu vil man kunne få det indtryk, at direktivforslaget og handlingsprogrammets sigte udelukkende er at redde Europa TV. Det er selvfølgelig ikke tilfældet. Med henvisning til den bagvedliggende teoretiske referenceramme for denne artikel, er meningen med EF-organisationen ikke kun at producere ideologi, men på et overnationalt, generelt plan at varetage en række funktioner for det europæiske erhvervsliv og nationalstaterne, så som at ligestille og beskytte medlemslandenes erhvervsliv, sikre producenterne lige adgang til markeder osv. Qvist, stencil s. 2ff og s. 29.
- 45) Europæisk fælles akt. Bulletin for de europæiske fællesskaber, supplement 2/86 s. 10ff.

Palle Qvist er undervisningsassistent ved Aalborg Universitetscenter.

# Kulturimperialismens nye ansigt

## MEDIESTRØMME I DEN 3. VERDEN

Af Hanne Løngreen

*I denne artikel diskuterer Hanne Løngreen hvorvidt man kan anvende de gængse medie- og kulturimperialisme teorier på mediekulturer og medieforhold i den 3. verden. Undersøgelser over medieforhold i Asien og Afrika viser nemlig at den amerikansk dominerede globale mediestrøm møder modstand fra nationale mediekulturer eller fra en national medie- og kulturpolitik, der prioriterer programtyper af ikke-underholdende karakter.*

I begyndelsen var det meget enkelt: USA var den dominerende mediefaktor som ikke blot optog den største tid i biografen og TV, men som også dominerede den globale bevidsthed, trængte sig ind i hjernevævet med coca-cola, sweatshirts og amerikansk livsstil. Medierne havde også gjort kloden til en global landsby så ikke blot hvid, men sort, brun og gul måtte ære neonguden. Enkelt var det; for den amerikanske mediedominans udløste en mekanisk anskuelse af medieforhold globalt set, hvor 3. verden dog var mest ilde stedt pga. fraværet af kultur - en kultur der kunne dæmme op mod pomadiserede skuespillere og cigarrygende mediefinans. Og enkelt var det, fordi der hverken var tale om kultursammenstød eller kulturmøde, men om ren og skær medie- og kulturimperialisme. I dag er det ikke så enkelt længere. Dele af den 3. verden er ved at etablere en egen mediekultur og andre dele har længe haft en. Hvilke konsekvenser dette kan få på den medie- og kulturimperialistiske teoridannelse vil være det første jeg gør rede for i det følgende.

For det andet vil jeg fremdrage et par konkrete eksempler på medieforhold i den 3. verden for yderligere at problematisere det

medie- og kulturimperialistiske problemsæt - ikke mindst i forbindelse med diskussionen om de globale mediestrømme.

Meningen med denne artikel er ikke at komme med en fiks og færdig revision af teorisættet, men at bidrage med elementer der kan åbne for muligheden for en indsigt om, at Mor Karen nødvendigvis ikke altid er en sten.

### Teori

Grundlæggende for videnskabeligt arbejde og begrebsdannelse er at finde fællestræk og principper, således at der kan opstilles teorier der samlende forklarer og belyser tilstande. Kultur- og medieimperialismeteorierne og den seneste beskæftigelse med internationaliseringsbegrebet, skal ses på denne baggrund. Resultatet er en enheds- og helhedsopfattelse af medieforhold og mediestrømme globalt set.

De tidlige kultur- og medieimperialismeteorier udsprang af en materialistisk tankegang, der bl.a. var baseret på et opgør med atomisering og opdeling af genstandsområdet, idet de egentlige magtforhold og dominansstrukturer ikke lod sig afdække herudfra. I stedet for at fokusere på mediet måtte mediernes interaktion med samfundet og dets rolle for samfundet i centrum. Derfor var det vigtigt at kende de magtkonstellationer der eksisterede bag mediet - hvad var den økonomiske, politiske, militære agenda? Helhedsopfattelsen skabte et mediemæssigt magthieraki, hvor USA sendte sit blå lys ud fra 1. pladsen og blændede alle pga. størrelse af medieproduktion, eksport og globale vitalitet. Her var den ideologiske hovedfjende.

Den seneste diskussion og problematisering af mediernes internationalisering (Mattelart +CO 1984) og de medieinstitutionelle globale magtforhold- og relationer, pointerer yderligere indholdets ideologiske ensretning og mangfoldiggørelse via den nye elektroniske udvikling.

Inden vi for 2. gang i træk presser en ny teoretisk skabelon ned over verden, må der ske en revurdering. I stedet for at ensarte og finde fællesnævnerne for at bekræfte de dominerende mediestrømme og strukturer, tror jeg man i langt højere grad skal acceptere og erkende, at der er store forskelle på de forskellige kontinenters og landes mediesituation. Forskellen er oplagt, når vi ser på de europæiske landes medieforhold, skønt der dog er tale om et geografisk område som i århundreder har haft fælles historie. At Danmark i en sådan forbindelse ville blive opfattet som havende de samme forhold som Tyskland og England, viser blot det absurde i tankegangen.

Den differentierede forståelse af medieforhold elimineres, når vi kommer på den sydlige halvdel af kloden. Skønt der dog er en forståelse af den indbyrdes forskel mellem Sydamerika, Afrika og Asien, så fortøner denne erkendelse sig i en almindelig opfattelse af, at de nationale forhold på det enkelte kontinent er ens. Udviklingen har ikke bragt disse områder på højde med vesten og derfor har de enkelte nationer ingen egen identitet - andet end gennem deres produktionsmæssige værdier for metropolerne f.eks. kaffe fra Brasilien, kobber fra Zambia, te fra Indien. Landene er frataget en indre udviklingsmæssig værdi, kendetegnet ved samfundsmæssige strukturer, kulturer og identitet.

Det billede vi har af landenes befolkninger er lige så lidt nuanceret og følger myter varierende fra barbariske, primitive, uuddannede og lidende vilde - den sidste kategori godt hjulpet på vej af medierne i den vestlige verden. Den mytiske forståelse forhindrer os i at se befolkningerne i den 3. verden med et hverdagsliv.

#### Generelle forhold

Selvom der er store forskelle mellem de forskellige kontinenter og lande, er det alligevel muligt at komme med nogle generelle betragtninger over, for det første, samfundenes særlige forhold og for det andet den generelle publikumsstruktur i et 3. verdensland.

For det første er det vanskeligt at beskrive et 3. verdens land som et samlet samfund. Ofte er samfundene komplekse og sammensatte og består af mange forskellige stammer med forskellige sprog, kulturer og særlige livsformer. Selvom landene har konstitueret sig som stater, i betydningen politisk enhed, indebærer det ikke automatisk en homogen etnisk og kulturel befolkning. For de fleste 3. verdens lande er det en hovedregel, at det drejer sig om heterogene samfund omend staterne i Asien pga. deres længere historiske konstituering i nogen grad er kommet nærmere en 'national' identitet.

3. verdens samfundene som helhed er en kombination af to samfundsmæssige yderpunkter, nemlig på den ene side en del af samfundet som er langt tilbage i udviklingen og hovedsagelig består af stammer og etniske grupper med subsistensøkonomi uden uddannelse og på den anden side en del af samfundet der er udviklet eller har en moderne kultur.

Generelt er der stor analfabetisme - ofte op til 80% af befolkningen - og da landene endvidere ofte har flere hundrede lokal-sprog kompliceres alfabetiseringen. På denne baggrund får medierne nogle oplagte begrænsninger, men også særlige roller i 3. verdens landet. Mediernes overvejende rolle for samfundet er, at samle de etniske og stammemæssige forskelligheder og hermed understøtte en national identitet. En anden vigtig rolle er rollen som budbringer af samfundsmæssig udvikling. Men hvor langt når medierne ud i 3. verdens samfundene, og hvordan er publikumsstrukturen i et 3. verdens land?

Der eksisterer en generel mediesociologisk oversigt over medie- og publikumsstruktur i den 3. verden. Det er Tunstalls oversigt fra 1977 i The Media are American (pp. 109-111). Han opdeler befolkningsgruppen i 3, nemlig: de ca. 1%, der er rige, bor i byer, har elektricitet, radio, TV og taler engelsk; de ca. 10% af befolkningen, der består af middelklassen, som bor i eller i nærheden af en by, sandsynligvis har elektricitet, radio og som kan tale engelsk og så de ca. 90% af befolkningen, der bor på landet uden elektricitet, som ikke har radio, ikke forstår engelsk m.v.

Men ikke blot problemer af ovennævnte karakter gør sig gældende. Klimatiske forhold, indre geografiske forskelligheder, leverancer fra udlandet (f.eks. i forbindelse med import af batterier eller råmateriale til selvstændig produktion af batterier), produktion/import af radio- og TV-modtagere og meget meget mere er vigtige faktorer for kommunikationsområdet.

Når man beskæftiger sig med den publikumsmæssige side af sagen, kommer man let til at fokusere på den dominerende stammes/kastes/klases kultur- og mediebrug. Når det drejer sig om visuelle medier er det naturligvis en nødvendighed, men hvis man ønsker at give et samlet billede af medieforholdene, der også inkluderer de resterende 90% af befolkningen, er det nødvendigt at adskille de enkelte medier og lave særskilte undersøgelser af form, indhold og brug.

#### Nye teoretiske perspektiver

Den helhedsopfattelse som medie- og kulturimperialismeteorierne fremkommer med, skal tages med moderationer, når man vil forsøge at gøre dem operative i forhold til medieforhold i den 3. verden. Der er en mangfoldighed af problemer, hvis løsninger er mangeartede og forskellige fra land til land, fra kontinent til kontinent.

De hidtidige teorier har været kendetegnet ved, at hovedinteressen har været de elektroniske medier, og at man derfor, ikke har beskæftiget sig med medieforhold før 2. verdenskrig. Da USA historisk set har overtaget det totale medieherredømme efter 2. verdenskrig ved bl.a. at kombinere handel, militær og medieeksport er hovedvægten naturligt lagt på de amerikanske globale mediestrategier. Men det har samtidig betydet, at man ikke har fået fat i tidlige kulturimperialismeformer, som bla. blev etableret med filmmediet. Guback (1973) har netop i sine arbejder slået fast, at de veje som den globale strøm af TV-programmer flyder ad, er etableret af filmmediet.

Ikke blot i et historisk perspektiv, men ligeledes i et nutidigt, er det af flere grunde vigtigt at inddrage filmmediet, især når man beskæftiger sig med 3. verden. For det første repræsenterer filmmediet en teknologi, som kan anvendes også i områder, der er dårligt udviklet. For det andet har filmmediet etableret sig som vigtigt underholdningsmedie i flere 3. verdenslande. Endelig er filmmediet nok det medie - sammen med radioen - der når længst ud i disse samfund, da analfabetismen er stor og visuelle medier derfor har mange anvendelsesmuligheder og funktioner.

Det medfører at man må have en bredere teoretisk ramme at arbejde med end de materialistiske medie- og kulturimperialistiske teorier som bl.a. Schiller (69) og Mattelart (79) lagde grunden for. Det sammenfattende synspunkt er her, at medierne bidrager til samfundenes udvikling og modernisering, idet der indføres vestlige værdier. Det betyder dog samtidig, at der sker en nedbrydning af traditionelle værdier og tab af autentiske lokale kulturer. USA, der er den imperialistiske magtfaktor, underlægger sig på denne måde små og underudviklede lande og gør dem afhængige ikke blot af hardware, men også af software.

De 3. verdens lande jeg hidtil har beskæftiget mig med, dels i Asien, dels i Afrika, er alle tidligere engelske kolonier og har ikke kunnet danne grundlag for disse teoretiske antagelser. I stedet har det været nødvendigt at inddrage en mere kompleks forklaring, som Oliver Boyd-Barrett (1977) kom frem med og som kort går ud på at påpege større variationer i former og mekanismer i den interkulturelle indtrængen og se på styrken og forskelligheden af de kræfter som understøtter medieindtrængningen. Yderligere inddrages et vigtigt aspekt, nemlig en undersøgelse af vanskelighederne ved at finde kulturelle alternativer. Oliver Boyd-Barrett opererer med både bevidste og ubevidste faktorer i medieimperialismen og vurderer dem både ud fra en materialistiske indfaldsvinkel og en idealistisk. Barrett betragter kulturimperialismen som en konsekvens af den økonomiske imperialisme som siden har åbnet vejen for medieimperialismen. Men Barrett peger også på, at der må foretages systematiske analyser af de internationale medieaktiviteter og

identificerer forholdet mellem dem og de nationale mediesystemer - også i et historisk perspektiv - for herigennem at kunne sætte de internationale og nationale medieformationer i forhold til hinanden og skaffe sig en yderligere mulighed for at analysere blandingen imperialism og medieimperialisme i den bredere form - kulturimperialisme. På det grundlag, som Barrett skitserer, kan der optræde andre imperialistiske magtfaktorer end den amerikanske.

På baggrund af den forskellighed som medieforholdene i 3. verden bærer præg af, dels i forhold til eksterne forhold og dels i forhold til det enkelte samfunds udviklingsgrad, må det medie- og kulturimperialistiske teoretiske grundlag være så åbent som muligt for at man kan indfange alle de forskelligheder som måtte eksistere. Det betyder ikke nødvendigvis en pluralistisk holdning til genstandsområdet, men en åbning for uventede forhold som ikke falder ind under allerede kendte magt- og dominansstrukturer.

### Myter og teori

Groft sagt er det billede af 3. verden som kultur- og medieimperialismeteorier, problematikker, diskussioner m.m. giver udtryk for et meget etnocentreret bevidsthedsbillede. Og det finder jeg er temmelig paradoksalt - ikke mindst pga. den materialistiske forståelse af imperialism begrebet som i hvert fald 70'ernes debat var kendetegnet ved. Man kan sige, at kultur/medieimperialismeteorier - og debat for det første på et plan gør 3. verdensbefolkningerne til ofre for ude fra kommende magt (en forståelse der er i direkte forlængelse af de mytiske kategorier), dvs. fratager dem eget initiativ og handlekraft og spinder dem ind i et bevidsthedsmæssigt net der er dikteret af USA. For det andet glemmer samme teoridannelse og debat den antiimperialistiske kamp som også handler om forsvar og bekræftelse af national identitet, kultur etc. Denne eksisterede - og eksisterer - også i 70'erne. Men denne kamp blev kun synlig i forbindelse med filmproduktion (Latin-amerika,



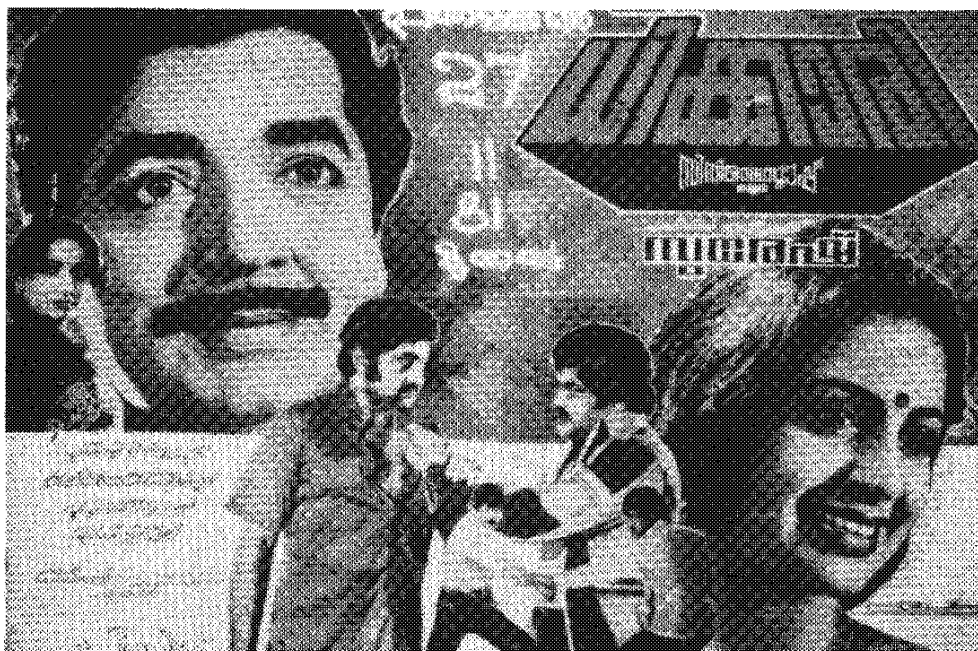
Magreb-landene, Indien m.fl.), altså indenfor et medie som nok i kulturel betydning har værdi, men forstået som massemedie, ikke talte i denne forbindelse.

Det er nok den væsentligste indvending jeg har mod kulturteori-erne, at de ganske udelukker en national kulturel modstand. Det kan godt være at denne modstands former er anlagt på udtryk henhævet i en vestlig kultur, men bag producenterne forsøg på at af-sætte det nationale kulturprodukt til det nationale marked, må der være tale om en kulturmodel, der så at sige er et hybrid-produkt mellem et tillært internationalt kultursprog og egne kulturelle udsagn. Opgaven må være at beskæftige sig med de nationale udsagn i stedet for at fokusere på de kulturimperialistiske tegn.

Dette leder over i at man for længe har fokuseret på USA og den amerikanske medie- og kulturimperialisme. Man har ikke været opmærksom på at andre lande med kulturer forskellige fra den vestlige har etableret regionale mediestrømme som lokalt har bevirket, at de har kunnet etablere sig som dominerende kulturfaktorer. Disse mediestrømme er ikke blevet gjort til genstand for andet end kuriøsitet, senest i Mattelart og Co (1984). Da man ser USA som hovedfjenden undslipper de mediekulturer som for det første ikke har betydning for vesten og for det andet er etablerede medie- og kulturimperialistiske faktorer i andre kulturer. Den indiske film er et sådant eksempel, der dels har det fulde herredømme over egne biograflærreder, dels over biograflærreder og videoskærme i østafrika.

### Indiske film

Den indiske film etablerede sig som kulturfaktor allerede tilbage i 20'erne, da Indien stadig var en engelsk koloni. Skønt englænderne selv forsøgte at skaffe sig et stort afsætningsmarked for egne film ved bl.a. at forsøge at lave restriktioner overfor den amerikanske film, lykkedes det inderne at etablere en filmindustri, der ved uafhængigheden i 1947 totalt havde udkonkurreret ikke blot den engelske film, men også den amerikanske.



*Sydindisk filmplakat*

Den indiske film havde i form lagt sig tæt op af den hollywoodproducerede film. Produktionen var effektiviseret og standardiseret og indholdet var actionpræget med en klippeteknik der var den amerikanske lig. Indholdet hentede man i stumfilmsperioden fra den indiske mytologi, heltesagn og historie. Da tonefilmen brød igennem, havde man dels mulighed for at henvende sig til publikum på de lokale sprog, dels gøre brug af den nationale sang og dans som til alle tider har været et elsket kulturudtryk. De nationale karakteristika samt brugen af en fortællestil, der i sin struktur er cirkulær og ikke orienteret omkring konfliktløsninger på et personligt plan, men på det kollektivt familiære plan, resulterede i en indholdsmæssig ensshed, hvor filmfortællingen udviklede sig af krogede veje og stier uden at disse blev anvendt i et større plot. Det betød bl.a. at man inddrog så mange genrer som muligt fra krimi, gyser, kærlighed, Kung Fu m.fl. og på denne måde fik et konglomerat af alle filmgenrer. Det vigtigste blev på denne måde ikke handlingen, men filmstjernerne. For publikum var det ikke filmhandlingens nyhedsværdi, men genkendelsens glæde. Filmmediet blev den moderne visuelle afløser for landsbyens historiefortæller. Vigtigst i



*Sanjeev Kumar - nordindisk filmstjerne*

forbindelse med filmene var og er musikken og dansene, hvoraf man har lagt sig fast på 6 stk. i en film.

Den indiske film er et supermarkedets tilbud af alle stilarter med masseappeal der går på tværs af etniske/kaste/klasseforhold, fordi den har formået at nationalisere et amerikansk idiom og kommercialiseret et nationalt. Jeg vil ikke komme nærmere ind på dette, blot at der er tale om laveste fællesnævnerprincippet, der i indisk sammenhæng betyder at filmene henvender sig til et familiepublikum - fra den nyfødte til bedsteforældre - og derfor især handler om familiegruppen og ikke enkeltpersoner. Dette er nok en af de vigtigste årsager til, at den indiske film ikke blot er populær blandt indere, men også blandt afrikanere, hvor

familien, det kollektive samvær, er det vigtigste. Dallas og Dynasty, som også har familien som handlingsmæssigt udgangspunkt, adskiller sig på vigtige områder fra den indiske familie og dermed fra den filmiske familie. Hvor Dallas/Dynasty familien er en paraply over selviske ønsker og drifter, der også retter sig mod egne familiemedlemmer, er den indiske familie et fællesskab, hvor hovedproblemet, der løses i filmen, er genforeningen af bortkomne eller formodede døde forældre eller børn. Hvorvidt de nye indiske TV-familieserier følger Dallas/Dynasty-modellen er jeg ikke klar over, men den filmiske familie har ikke udviklet sig bort fra omtalte tendenser.

### Den indiske film i Afrika

De indholdsmæssige karakteristika med opsplittede handlingsforløb og familietemaet gør den indiske film populær i samfund hvor man har lignende fortælletradition og familieforn, og finder på denne måde genklang henover kulturforskelle. Den indiske film er ikke blot udbredt i Asien, Mellemøsten og Østafrika, men er iflg. nigerianske filmproducenter også den vigtigste forhindring for at afrikanske film kan komme op i de lokale biografer, da den indiske film udgør mellem 70-90% af det samlede filmudbud i Lagos (Vestafrika).



*Bladstand med filmblade*

En af forklaringerne på at den indiske film har en stor udbredelse i Afrika er, at indiske emigrationsgrupper foretrækker indiske film. Da denne gruppe også i hovedsagen ejer både biografer og videoudlejningsbutikker får den indiske film herved en særstatus, og holder på denne måde også f.eks. amerikanske film borte. Der er selvfølgelig afrikanske lande, hvor den indiske kultur er kraftigere end andre steder, men det er generelt, at indiske film er dominerende på den afrikanske østkyst. På den måde kommer den indiske filmkultur til at dominere det samlede visuelle underholdningsudbud i områder hvor især visuelle medier er vigtige pga. analfabetismen.

### Nationale medier i Afrika

Spørgsmålet er så, om det i virkeligheden ikke er lige meget om den fremmede kultur er indisk eller amerikansk? Som jeg tidligere påpegede i forbindelse med diskussionen om internationale medier versus nationale medier, må det være vigtigst at se på de nationale medieforhold for at finde et vurderingsgrundlag for styrken og graden af udenlandske mediers betydning som imperialistisk faktor.

Ser vi derfor nærmere på de områder, hvor den visuelle dominans er indisk, viser det sig, at langt den største del af befolkningen slet ikke kommer i forbindelse med visuelle medier overhovedet. Især i Afrika er det vigtigste medie radioen, der i økonomisk og teknologisk henseende er billigst. Som Tustall påpeger i sin mediesociologiske oversigt, bor ca. 90% af befolkningen på landet. Ser man på programfladen for Voice of Kenya's nationale service er der tre programkategorier, information, uddannelse og underholdning. Alle kategorier sendes i forskellige lokalsprog, hvor swahili, som er det officielle sprog i Kenya, dog er det mest brugte. 95% af samtlige programmer er nationalt producerede - også musikprogrammerne. Der spilles udelukkende national musik også i forbindelse med reklameindslagene. For største-delen af befolkningen er mediekulturen national.

Mht. TV som altså kun når ud til ca. 10% af befolkningen som typisk bor i byerne, så er mellem 60-70% selvproduceret. Af hensyn til valutaproblemet ønsker man at komme op på 90% egen produktion. Selvom Kenya er et af de mere velstående afrikanske lande, vil man begrænse den udenlandske valuta flugt ved bla. at stoppe køb af udenlandske TV-programmer for amerikanske dollars. Det er muligt at denne valutapolitik vil brede sig og derved opmuntre andre lande til at følge samme eksempel. Men det er nu ikke valuta flugt alene, der begrænser andelen af udenlandske programmer, men en meget bevidst afrikanisering af alle samfundets sektorer. Der eksisterer altså en meget bevidst politik på medieområdet, der som Oliver Boyd-Barrett påpeger, har betydning for effekten af udenlandsk kulturimperialisme. Jeg har med vilje ikke specificeret hvilke udenlandske mediekilder det drejer sig om. Kenyas tidligere koloniale tilhørsforhold til England har betydning for ikke blot koncensus omkring mediets rolle i samfundet, men også hvorfra man køber sine programmer.

Det betyder bl.a. at den vægtning der er på uddannelses- og informationsprogrammer medfører en forholdsvis større import af programmer fra England og Tyskland.

For at opsummere er der flere forhold man må tage i betragtning, når man skal vurdere medie- og kulturimperialismen i forbindelse med den 3. verden. Allerførst skal der på et overordnet plan pointeres den forskellighed, der er mellem de enkelte kontinenter og lande. Afhængig af de historiske forhold og dermed af forskellige magthavere, kolonial-herredømmer og egen historie har det enkelte land sine egne særlige historiske rødder, som har betydning for den nationale mediekultur. På trods af generelle forhold, der gør sig gældende for 3. verden som helhed mht. publikum og mediernes overordnede rolle for nationen, er mediekulturerne ikke ens. Den manglende erkendelse heraf medfører bl.a., at man ikke beskæftiger sig med mediestrømme, der ikke er vigtige for vesten og 2. ikke finder interne 3. verdens forhold væsentlige, hvis de ikke kan bruges til at bekræfte den amerikanske mediedominans. Skal man derfor beskæftige sig med medieforhold i den 3. verden, skal det teoretiske udgangspunkt

revideres og nyvurderes for at de nationale tiltag kan komme med i betragtning. Man må have en teori der ikke er eksklusiv, men er så åben at den også indfanger forhold og mediebrug som ikke kun bekræfter eksisterende magt- og dominansforhold. Man må afskrive sig det etnocentrerede kulturimperialistiske dogme. Tager man ikke udgangspunkt i, at der faktisk eksisterer nationale mediekulturer i den 3. verden får vi/vesten ikke ændret den opfattelse, at befolkningerne ikke er ofre, men jævnbyrdige individer med et eget liv, egne værdier og en egen kultur.

#### LITTERATUR

- Boyd-Barrett, Oliver: Media Imperialism: Towards an international framework for the analysis of media systems, in Curran et.al. (eds.) Mass Communication and Society. Edward Arnold, London 1977.
- Guback, T.H.: Film as International Business, (USA 1973 in Mattelart/Siegelaub (eds.): Communication and Class Struggle. International General, New York, 79.
- Løngreen, H.: Kulturimperialisme. Eksemplet Indien. (Speciale) 1983.
- Mattelart, A.: Multinational corporations and the control of culture. Harvester Press, Brighton 1979.
- Mattelart, A. Xavier Delcourt, Michelle Mattelart: International Image Markets, Comedia, London 1984.
- Schiller, H.: Mass Communication and American Empire. New York 1969.
- Tunstall, J.: The Media are American. Constable, London 1977.

Hanne Løngreen er kandidatstipendiat på Center for Massekommunikation, Københavns Universitet.

# Anmeldelser

## FORTEGNELSE OVER ANMELDELSER

(Anmelderens navn er anført i parentes efter forfatter og titel).

### UNESCO-rapporter

Foreign News in the Media: International Reporting in 28 Countries, Report no. 93. (Kristian Paludan)

International Flow of Information: A Global Report and Analysis, Report no. 99. (Kristian Paludan)

Gunnar Garbo, A World of Difference. The International Distribution of Information: The Media and Developing Countries, 1985. (Kristian Paludan)

The New International Economic Order: Links between Economics and Communications, Report no. 98. (Torben Retbøll)

Men virkeligheden er en anden - Guinea-Bissau og den ny informationsorden og Multinationale medier - samme menu til hele verden, 2 film fra Statens Filmcentral. (Marie Storr-Hansen)

Preben Sepstrup, The Electronic Dilemma of TV-Advertising. (Aage Erhardtzen)

Evert M. Rogers & F. Balle, Red., The Media Revolution in America and Western Europe. (Klaus Bruhn Jensen)

Chin-Chuan Lee, Media Imperialism Reconsidered. (Michael Skovmand)

Peter Knoop Christensen, USA og Os. (Anne-Mette Nygaard)

Claus Krohn Holm, m.fl., Cowboys - Myth and Reality og Westerns - Theory and Analysis. (Poul Aage Fogde)

Klaus Bruhn Jensen, Making Sense of the News. (Olle Findahl og Birgitta Höijer)

Else F. Jensen & Ralf Pittelkow, Red., Det ukendte publikum - Nye metoder i medieforskningen. (Per Jauert)