

MedieKultur 9 1988

MedieKultur er en fortsættelse af tidsskriftet Massekultur & Medier.

© Forfatterne og MedieKultur
Omslag: Johan Adam Linneballe, MAA, IDD.

Tryk: Werk's Offset, Århus
ISSN 0900-9671

Redaktion:

Jørgen Bang, Århus Universitet
Carsten Hansen, Institut for grænseregionsforskning, Åbenrå
Ida Westh, Københavns Amtskommunes Forberedelseskursus,
Ballerup
Anne Hjort, Arbejdstilsynet
Jørgen Poulsen, Roskilde Universitetscenter (ansvarshavende)
Kim Schrøder, Roskilde Universitetscenter

Redaktions- og tidsskriftsadresse:

MedieKultur, AUC
Fibigerstræde 13
9220 Aalborg Ø
Tlf. (08) 158522, lok. 3588, kl. 8.30-11.30

Giro:
4 10 62 96

Priser:

Abonnement for 1989 (nr. 9+10): kr. 130,-, (nr. 11+12): kr. 130,-. enkeltre. kr. 75,-, nr. 4 dog kr. 125,-. Ved køb af mindst 5 eks. i samme bestilling: kr. 50,- pr. eks., dog kr. 70,- for nr. 4. Tidligere nre. af massekultur og Medier (3,5,6,7,9,10,11) kr. 50,- pr. eks. Abonnement og enkeltre. bestilles ved at indbetale beløbet på ovennævnte girokonto og angive årgang og nr. MedieKultur nr. 1 er udsolgt.

Udgiver:

Sammenslutningen af Medieforskere i Danmark

Indledning

En ny TV-kultur?

Ingen tvivl om den ting: Fjernsynet har altid været et *minus-medie* - i hvert fald lige siden den første begejstring over det magiske møbel afløstes af bekymringer over det nye medies kulturnedbrydende virkning.

Fjernsynets negative rolle har været noget, man aldrig behøvede at argumentere for. Alle ved jo, hvordan TV forfladiger kulturarven, fordærver den politiske offentlighed og i det hele taget fordummer menneskeheden.

Men når det kommer til stykket står det måske alligevel ikke helt så slemt til? I hvert fald er Hans Magnus Enzensberger for nylig gået i brechen for TV: Vi skal ikke se så negativt på TV, mener han. TV er ikke et minus-medie, men et nul-medie, og dets programmer er ikke skadelige, tværtimod kendetegnes de ved total indholds- og betydningsløshed. Fjernsynets visuelle teknik er nemlig i stand til fuldstændigt at "frigøre sig fra sprogets byrde og likvidere alt, hvad der engang hed program, mening, 'indhold'"¹⁾

Hvordan skulle man ellers kunne forklare fjernsynets transkulturelle rækkevidde? spørger Enzensberger: "En og samme serie, ét og samme show udøver, uafhængigt af alle samfundsmæssige forudsætninger, samme tiltrækningskraft i Lüdensheid, Hongkong og Magadishu. Så uafhængigt af enhver kontekst, så uimodståeligt, så universelt kan intet indhold være".

Det lyder jo besnærende. Men hvorfor ikke gå et skridt videre og overveje, om fjernsynet endog kunne tænkes at være et *plus-medie*,

altså et medie der bidrager *positivt* til samfundskulturen? Dette dristige skridt blev for nylig taget af lederskribenten på dagbladet Information, der klart afviste, at TV skulle være fordummende²⁾. Hvordan skulle man ellers kunne forklare, at antallet af mennesker, der låner bøger på danske biblioteker er steget med 20% siden fjernsynets indførelse? Til slut opfordrede lederskribenten endog til at "værne om TV" - for at undgå fordummelse!

Nu er der det problem både med Enzensbergers nulmedie-forslag og med Informations radikale rehabilitering af mediet, at deres argumentationsstil kunne give anledning til den mistanke, at forslagene er ironisk ment - men måske netop derfor så dobbeltbundede, at de fortjener nærmere eftertanke.

Enzensberger mener iøvrigt ikke, at "nulmediet" endnu er en realitet. Det må fortsat kæmpe for at sætte sig igennem "over for små, men indflydelsesrige mindretal, som er indstillet på at forsvare enten historiske overleveringer eller optimistiske fremtidsforhåbninger".

Dette nummer af MedieKultur er skrevet af repræsentanter for disse små, men indflydelsesrige mindretal.

De "optimistiske fremtidsforhåbninger" kommer især til udtryk i Dayan & Katz' artikel om "Fjernsynet som shaman. Om store mediebegivenheders transformative virkninger", der i forbindelse med direkte transmitterede store mediebegivenheder ser TV som en vigtig katalysator for samfundsmæssig forandring. I sin teoretiske orientering afspejler deres artikel en voksende tendens til at inddrage kulturanthropologiske perspektiver i medieanalysen.

Peter Larsens artikel "Musik og TV-fiktion. Eller: Hvad laver Jan Hammer egentlig i Miami?" og Ib Bondebjergs "TV-mediet, populærfiktionen og det postmoderne kulturmønster" forsvare hver på sin måde elementer af Enzensbergers "historiske overlevering". Peter Larsen sammenligner musikbrugen i den klassiske Hollywood-film med Miami Vice og påviser bl.a. hvordan den postmoderne TV-series narrative opløsning sætter sig spor i underlægningsmusikken. Ib Bondebjerg finder Neil Postmans dommedagsprofetier over TV-kulturen og Baudrillard's jubel-nihilisme over for samme, lige uholdbare og søger efter et nyt ståsted for TV-kulturforskningen efter sammenbruddet af "det store skel" mellem elite- og populærkultur.

I Enzensbergers vision om nulmediet er det videokunsten, der er nået længst i bestræbelsen på at "minimalisere" indholdet. I det hele taget mener han, at "uden den moderne kunsts heroiske pionerindsats, ville nulmediet være utænkeligt", for ingen har som den kunstneriske avantgarde bevidst søgt at befri værkerne for enhver "betydning"! I videokunsten er dette projekt lykkedes, for i dens "avancerede produktioner kan så godt som intet længere identificeres".

Også her bringer vi et par artikler, der mener noget andet: Susanna Neimanns Video er TV er video og Peder Andersen "De danske medieværksteder". I tilknytning til disse artikler om videomediet anmelder vi Roy Armes: On Video og Morten Øberg Frederiksen og Lars Movins: Video. Levende billeder af firserne?

Sidst blandt artiklerne bringer vi som en kommentar til MedieKultur nr. 7 om receptionsforskning Tove Arendt Rasmussens artikel "Tekst og tungers tale. Interviewets betydning i receptionsanalysen", der bl.a. ser kritisk på dansk receptionsforsknings manglende afklarethed om sin primære forskningsmetode, det kvalitative interview. Hun opfordrer til et bredere begreb om kvalitativ modtagerforskning, der foruden interviewdata også benytter deltager- og video-observation af modtageradfærd.

Men spørgsmålet er, om modtagerforskningen nogensinde vil kunne føje noget til Enzensbergers præcise signalement af "Tilskueren":

"Han ved nøjagtigt, hvad han har med at gøre, Han er immun over for enhver programillusion. Lovgivernes retningslinier brister over for hans praksis som sæbebobler. Langt fra at lade sig manipulere (opdrage, informere, danne, oplyse, formane) manipulerer han mediet for at tvinge sine ønsker igennem. Det, som ikke følger sig efter ham, bliver pr. trykknapp straffet med kærlighedsunddragelse; det som opfylder dem, bliver belønnet med herlige kvoter".

NOTER

- 1) Enzensberger-citaterne er fra essayet "Nulmediet. Eller: Hvorfor alle klager over fjernsynet er formålsløse", bragt i Fredag nr. 18, 3. årgang, august 1988.
- 2) Informations leder, den 19. oktober 1988 (Peter Wivel).

Redaktionen