

Konkurrence mellem TV-stationer

Hans Aage

Økonomisk Institut, Københavns Universitet

SUMMARY: Three criteria for TV-programming are compared: equity, utilitarian welfare and maximum audience attendance. In a model with two types of TV-audiences with similar and specific utility functions it is demonstrated that a state monopoly is superior to an audience maximising monopoly, which in turn is preferable to competition between two TV-channels. Other possible forms of TV-channel management are briefly considered.

Konkurrencen om seernes opmærksomhed

Liberaliseringen af fjernsynsvirksomheden, TV-2's start den 1. oktober 1988 og den skærpede konkurrence om seernes opmærksomhed har haft mærkbare virkninger:

For det første har måling af seer- og ratingtal, som i øvrigt er næsten ukorrelerede,¹ fået større betydning for TV-stationernes programlægning.² For det andet er programmernes kvantitative sammensætning ændret, omend dette er noget vanskeligere at dokumentere. Underholdningens andel er øget på bekostning af de mere seriøse programmer, hvilket også var forventet.³ For det tredje er der en tendens til, at lødighed og kvalitet fortrænges af de enkelte udsendelsers "accelererende overfladiskhed og poppede ugebladsstil",⁴ hvilket dog er endnu vanskeligere at dokumentere præcist. Nogle har berømmet TV-2's sportsudsendelser for deres opfindsomhed, mens andre har kritiseret TV-2's bestræbelser på at gøre alt fra sport til globale katastrofer til "publikumsleflende show".⁵ Andre igen tager anstød af nyhedernes lancering i en politisk iklædning, der behager flertallet, som fx TV-2's "krigspropaganda"⁶ under Golfkrigen.⁷

1. Ratingtal er seernes vurdering af udsendelserne på en skala fra 1 (meget dårlig) til 5 (meget god), Bentzon et.al., 1991: 20,28.

2. Medieforskningsrapporter fra DR og TV-2 taler et tydeligt sprog om seertallenes betydning (Svendsen, 1990; Bentzon et.al. 1991; Langkilde, 1991a, 1991b).

3. "... things seem to be changing in Denmark. ...Serious programming on the DR channel has been severely pruned. ...We can expect a further shift towards lighthearted and entertaining programming as competition and commercialism gain sway over the Danish airwaves." (Horizon Media International, 1987:15). Jf. Dorte Jungersen, Information, 12. januar 1991.

4. Else Thykier, Information, 3. august 1991.

5. Erik Skyum Nielsen, Information, 31. juli 1991. Jf. Jesper Jensen, Politikens kronik, 8. januar 1991; Maria Helleberg, Information, 15. februar 1991; Bodil Graae, Information, 15. august 1989.

5. Erik Skyum Nielsen, Information, 31. juli 1991. Jf. Jesper Jensen, Politikens kronik, 8. januar 1991; Maria Helleberg, Information, 15. februar 1991; Bodil Graae, Information, 15. august 1989.

6. Ejgil Søholm, Information, 26. januar 1991.

7. Hvor der blev affyret følgende fuldtræffer af en programannoncering: "20.00 Krig i 2'eren: Line Stig

Konkurrence mellem TV-stationer

Hans Aage

Økonomisk Institut, Københavns Universitet

SUMMARY: Three criteria for TV-programming are compared: equity, utilitarian welfare and maximum audience attendance. In a model with two types of TV-audiences with similar and specific utility functions it is demonstrated that a state monopoly is superior to an audience maximising monopoly, which in turn is preferable to competition between two TV-channels. Other possible forms of TV-channel management are briefly considered.

Konkurrencen om seernes opmærksomhed

Liberaliseringen af fjernsynsvirksomheden, TV-2's start den 1. oktober 1988 og den skærpede konkurrence om seernes opmærksomhed har haft mærkbare virkninger:

For det første har måling af seer- og ratingtal, som i øvrigt er næsten ukorrelerede,¹ fået større betydning for TV-stationernes programlægning.² For det andet er programmernes kvantitative sammensætning ændret, omend dette er noget vanskeligere at dokumentere. Underholdningens andel er øget på bekostning af de mere seriøse programmer, hvilket også var forventet.³ For det tredje er der en tendens til, at lødighed og kvalitet fortrænges af de enkelte udsendelsers "accelererende overfladiskhed og poppede ugebladsstil",⁴ hvilket dog er endnu vanskeligere at dokumentere præcist. Nogle har berømmet TV-2's sportsudsendelser for deres opfindsomhed, mens andre har kritiseret TV-2's bestræbelser på at gøre alt fra sport til globale katastrofer til "publikumsleflende show".⁵ Andre igen tager anstød af nyhedernes lancering i en politisk iklædning, der behager flertallet, som fx TV-2's "krigspropaganda"⁶ under Golfkrigen.⁷

1. Ratingtal er seernes vurdering af udsendelserne på en skala fra 1 (meget dårlig) til 5 (meget god), Bentzon et.al., 1991: 20,28.

2. Medieforskningsrapporter fra DR og TV-2 taler et tydeligt sprog om seertallenes betydning (Svendsen, 1990; Bentzon et.al. 1991; Langkilde, 1991a, 1991b).

3. "... things seem to be changing in Denmark. ...Serious programming on the DR channel has been severely pruned. ...We can expect a further shift towards lighthearted and entertaining programming as competition and commercialism gain sway over the Danish airwaves." (Horizon Media International, 1987:15). Jf. Dorte Jungersen, Information, 12. januar 1991.

4. Else Thykier, Information, 3. august 1991.

5. Erik Skyum Nielsen, Information, 31. juli 1991. Jf. Jesper Jensen, Politikens kronik, 8. januar 1991; Maria Helleberg, Information, 15. februar 1991; Bodil Graae, Information, 15. august 1989.

5. Erik Skyum Nielsen, Information, 31. juli 1991. Jf. Jesper Jensen, Politikens kronik, 8. januar 1991; Maria Helleberg, Information, 15. februar 1991; Bodil Graae, Information, 15. august 1989.

6. Ejgil Søholm, Information, 26. januar 1991.

7. Hvor der blev affyret følgende fuldtræffer af en programannoncering: "20.00 Krig i 2'eren: Line Stig

Udviklingen er styret af flertallets ønsker i form af seertal, og man oplever ikke længere tidligere tiders telefonstorme fra vrede seere under upopulære udsendelser. Ikke desto mindre konkluderes det i det følgende, at konkurrencen om seertallene næppe fremmer demokratiet, endsize "kvalitet, alsidighed og mangfoldighed",⁸ og at privat monopol og især statsligt monopol ville være at foretrække. Desuden diskuteres andre mulige styringsmekanismer og vurderingskriterier.

Retfærdighed

Problemet er, at der også er nogle mindretal med afvigende præferencer at tage hensyn til, og i forbindelse med radio og fjernsyn opstår der særlige problemer, bl.a. fordi man ikke betaler for, hvad man hører og ser, men derimod en fast licens, som er ens for alle, og fordi fjernsyns- og radioudsendelser er offentlige goder, der kan bruges af mange mennesker på én gang, uden at omkostningerne eller den enkeltes nytte påvirkes deraf.

Som illustration betragtes en situation med to TV-stationer, hvor seerne deler sig i to grupper på 75% og 25%, hvis ønsker for sendetiden lørdag aften fra kl. 20 til kl. 22 er forskellige, nemlig henholdsvis voldsfilm og lødige film.

Det er givetvis forenklet. Af det tilgængelige materiale fremgår fx, at "TV-fiktion: musik & teater" på DR-TV havde et seertal på 7.3% i 1990, mens tallet for "TV-fiktion: underholdning" var 19.3%. Blandt de mest populære udsendelser er "Det' ren kage mand" og "Eleva2ren" med seertal på omkring 25%, foruden de to nyhedsudsendelser, som tilsammen ses af mere end 50% af seerne over 13 år.⁹

Der ses bort fra eventuelle omkostningsforskelle mellem de to arter af udsendelser. Hvordan sendetiden kan fordeles på demokratisk vis mellem de to grupper, beskrives ud fra to kriterier, dels *retfærdighed* i forhold til, hvad den enkelte seer betaler, dels et udtryk for maksimal *samfundsnytte*. Fordelingen af sendetiden efter disse to kriterier sammenlignes med den fordeling, som fremkommer, når de to TV-stationer konkurrerer om *seertal*.

Hvis *retfærdighed* er kriteriet, er der mindst tre muligheder:

(1) at sende lødige film på den ene kanal og voldsfilm på den anden kanal hver lørdag, hvilket er mest retfærdigt, eftersom alle betaler samme licens og derfor bør have samme udbytte af fjernsynet;

(2) at flertallet bestemmer programmet på begge kanaler hver lørdag, så at der aldrig sendes lødige film, hvilket er den nuværende situation. I hvert fald er det en sløj fjern-

Mortensen præsenterer de seneste bombardementer for et veloplagt publikum". At Tænke Sig..., 21. januar 1991.

8. Som ifølge loven skal tilstræbes af såvel Danmarks Radio som af TV-2 (Lovbekendtgørelse nr. 339 af 22. maj 1990 §§ 6, 15k).

9. AIM, 1990, 1991; Bentzon, et.al. 1991; Langkilde, 1991a, 1991b.

synslørdag, hvor der ikke er mindst ét mord i den bedste sendetid. Dermed er flertalsstyret blevet til "pøbelvælde"¹⁰ og ikke demokrati. I første halvdel af forrige århundrede havde de to begreber samme misliebige klang i dannede øren. Men der er jo den forskel, at demokrati indebærer hensyntagen til mindretallene, hvis det er muligt;

(3) at sendetiden deles i forhold til antallet af seere, dvs. lødige film på én af de to kanaler hveranden lørdag. Dette er mest realistisk, idet der jo kan være et stort antal grupper med modstridende ønsker, som det er praktisk umuligt at imødekomme i lige stort omfang.

Samfundsnytte

Hvis samfundsnytte er kriteriet for en demokratisk fordeling af sendetiden og der anlægges en ekstrem, utilitaristisk synsvinkel à la Jeremy Bentham (1748-1832), idet summen af de enkelte seeres nyter maksimeres, kan alle tre muligheder ovenfor fremtræde som den mest demokratiske, alt efter hvordan nyttefunktionerne ser ud. Det antages, at nyttefunktionen er den samme for alle seere, at nytten kun afhænger af den sendetid, som er til rådighed, og at hver seer kun ser enten den ene eller den anden type af programmer. Ligesom ovenfor betragtes sendetiden over et længere tidsrum, når samfundsnyttens maksimeres.

Der benyttes følgende betegnelser:

- t = flertallets sendetid
- $1-t$ = mindretallets sendetid; den totale sendetid er 1.00
- t^* = optimal værdi af t
- m = flertallets andel af seerne; $m > .50$
- $1-m$ = mindretallets andel af seerne
- $u(t)$ = nytte for den enkelte flertalsseer
- $u(1-t)$ = nytte for den enkelte mindretalsseer
- $U(t)$ = samfundsnytte

Hvis den enkeltes nytte er proportional med andelen af sendetiden, bliver samfundsnyttens størst, hvis hele sendetiden bruges til voldsfilm, altså løsning (2) ovenfor, som svarer til den nuværende situation:

$$u(t) = t \tag{1}$$

$$U(t) = mt + (1-m)(1-t) = (2m-1)t + (1-m) \tag{2}$$

10. Henning Prins, Information, 3. august 1991.

Men som allerede Bentham gjorde opmærksom på (dog ikke i forbindelse med fjernsyn, men med andre varer samt penge),¹¹ vil nytten af yderligere sendetid blive mindre, jo mere sendetid man har i forvejen. Hvis marginalnyttens aftager, når sendetiden øges, kan samfundsnyttens blive maksimal ved en fordeling, hvor begge grupper får sendetid:

$$U(t) = mu(t) + (1-m)u(1-t) \quad (3)$$

$$U'(t^*) = mu'(t^*) - (1-m)u'(1-t^*) = 0 \quad (4)$$

$$\frac{u'(t^*)}{u'(1-t^*)} = \frac{1-m}{m}$$

Antages nu yderligere, at nytten er nul, når sendetiden er nul, og at marginalnyttens aftager jævnt med sendetiden, så at nyttefunktionen er en parabel, kan den optimale fordeling findes:

$$u(t) = bt - ct^2 \quad (5)$$

$$u'(t) = b - 2ct \quad (6)$$

$$t^* = (1-m) + (2m-1)\frac{b}{2c} \quad (7)$$

$$t^* = \begin{cases} m & \text{for } b=2c \\ .50 & \text{for } b=c \end{cases} \quad (8)$$

Hvis nytten af yderligere sendetid netop bliver nul, når man har fået hele sendetiden (parablen har toppunkt for $t = b/2c = 1$ for $b = 2c$), så bliver samfundsnyttens størst, hvis sendetiden deles i forhold til de to gruppers andele af seerne, svarende til løsning (3) ovenfor. Hvis derimod nytten af yderligere sendetid bliver nul, når man har fået halvdel af sendetiden, og derefter er negativ, ja så skal de to grupper hver have præcis 50% af sendetiden, dvs. løsning (1) ovenfor (parablen har toppunkt for $t = b/2c = .50$ for $b = c$). Det svarer til, at også flertallet er fuldt ud tilfreds med at få stillet den ene af kanalerne til rådighed, men det er ikke realistisk, idet flere valgmuligheder øger nytten.

Seertal

Det antages, at den enkelte seers aftagende nytte afspejles i den faktisk sette fjernsynstid, s , som ikke øges i takt med sendetiden, t (hhv. $(1-t)$), men proportionalt med nytten, $u(t)$, med en proportionalitetsfaktor, som for nemheds skyld antages ens for alle

11. Bentham, 1823.

seere, men som formentlig er højere for flertallet end for mindretallet. Der benyttes følgende betegnelser:

- t_1 = flertallets sendetid på DR-TV
- t_2 = flertallets sendetid på TV-2
- t = $t_1 + t_2$
- \hat{t} = t -værdi, som maksimerer seertallet
- $s_1(t_1, t_2)$ = faktisk set fjernsynstid på DR-TV (seertal)
- $s_2(t_1, t_2)$ = faktisk set fjernsynstid på TV-2 (seertal)

I første omgang antages, at såvel seere som TV-stationer reagerer på samme langsigtede nyttefunktion som ved maksimeringen af den samfundsmæssige nytte ovenfor, samt at stationerne deler de to typer af seere imellem sig i forhold til deres andel af de to typer af sendetid. Ligesom ovenfor ses der bort fra, at nytten af sendetiden mindskes, hvis to stationer sender samme type af program samtidig. Antages desuden Cournot-Nash-adfærd, vil hver station maksimere sit seertal ved at vælge sin sendetidsfordeling, idet konkurrentens fordeling betragtes som given. DR-TV vil maksimere

$$s_1(t_1, t_2) = \frac{t_1}{t_1 + t_2} mu(t_1 + t_2) + \frac{.50 - t_2}{1 - (t_1 + t_2)} (1-m) u(1 - (t_1 + t_2)), \quad (9)$$

hvor $t_1, t_2 \in] .00, .50 [$,
 mth. t_1 for given t_2 .

Førsteordensbetingelsen for maksimum er

$$\frac{\delta s_1(t_1, t_2)}{\delta t_1} = 0 \quad (10)$$

Efter at der er differentieret, kan man på grund af symmetrien, som medfører, at de to stationer vil have samme optimale sendetidsfordeling, indsætte

$$t_1 = t_2 = \frac{1}{2} \hat{t}, \text{ hvorefter (10) reduceres til} \quad (11)$$

$$\frac{\frac{1}{\hat{t}} u(\hat{t}) + u'(\hat{t})}{\frac{1}{1-\hat{t}} u(1-\hat{t}) + u'(1-\hat{t})} = \frac{1-m}{m}, \quad (12)$$

som kan sammenlignes med (4), der er betingelsen for maksimal samfundsnytte, men jo samtidig under de gjorte antagelser betingelsen for optimal sendetidsfordeling for et

privat monopol, der maksimerer de to stationers fælles seertal under ét, jf. (3) og (9). Hvis nyttefunktionen er en parabel, jf. (5) og (6), kan den optimale fordeling findes eksplicit:

$$\hat{t} = \frac{4bm-2b}{3c} + (1-m), \quad (13)$$

som for $b = 2c$ yderligere reduceres til

$$\hat{t} = \frac{5}{3}m - \frac{1}{3} = \begin{cases} .50 & \text{for } m = .50 \\ 1.00 & \text{for } m \geq .80 \end{cases} \quad (14)$$

$$\hat{t} > t^* = m \quad \text{for } m > .50, \text{ jf. (8) ovenfor.} \quad (15)$$

Med den valgte nyttefunktion vil privat monopol give en demokratisk fordeling med $\hat{t} = t^* = m$, jf. (8), mens konkurrence vil resultere i en mindre demokratisk fordeling af sendetiden. Der sendes for mange voldsfilm, fordi hver station ved at øge andelen af voldsfilm ikke blot påvirker det samlede seertal, men også øger sin andel af voldsfilmsseerne, som er de fleste, hvortil kommer en mulig virkning af, at flertallet for given sendetid formentlig ser mere fjernsyn end mindretallet.

Men virkningerne af konkurrence er formentlig værre endnu. Hidtil er betragtet et længere tidsrum, hvor t kan variere mellem 0 og 1, men realiteten er snarere, at både seere og TV-stationer anlægger et kortere perspektiv, og at TV-stationerne maksimerer seertallet på kort sigt, altså for hver lørdag aften for sig. Hvis hver station må vælge én programtype, giver det tre muligheder: voldsfilm på begge kanaler ($t = 1$), lødige film på begge kanaler ($t = 0$), eller forskellig programtype på de to kanaler ($t = .50$).

Under i øvrigt uændrede antagelser bliver DR-TV's problem nu at maksimere sit seertal ved at sende enten en voldsfilm eller en lødig film lørdag aften med given programtype på TV-2, hvor der også er to muligheder, voldsfilm eller lødige film. Dog betragtes kun den første mulighed, dels fordi det er klart, at DR-TV skal vælge en voldsfilm, hvis TV-2 sender en lødig film, dels fordi DR-TV trygt kan regne med, at TV-2 ikke under nogen omstændigheder vil sende en lødig film lørdag aften. DR-TV skal sammenligne to seertal:

$$s_1 = .50mu(1) = s_1^1 \quad \text{for } t_1 = .50, \quad t_2 = .50 \quad (16)$$

$$s_1 = (1-m)u(.50) = s_1^2 \quad \text{for } t_1 = .00, \quad t_2 = .50 \quad (17)$$

$$\hat{t}_1 = .50 \quad \text{for } s_1^1 > s_1^2, \text{ dvs. } \frac{.50u(1)}{u(.50)} > \frac{1-m}{m} \quad (18)$$

Om de to sider af den sidste ulighed vides, at de begge er mindre end 1 på grund af konveksitet, men benyttes parabeln (5), fås

$$m > \frac{2b-c}{4b-3c} = .60 \text{ for } b = 2c, \text{ dvs.} \quad (19)$$

$$\hat{t} = \begin{cases} .50 & \text{for } m < .60 \\ 1.00 & \text{for } m > .60 \end{cases} \quad (20)$$

I dette tilfælde vil privat monopol ikke opfylde betingelsen (8), $\hat{t} = t^* = m$, men alligevel være mere demokratisk end konkurrence, idet et privat monopol vil vælge $t = 1.00$ fremfor $t = .50$ under følgende betingelse, hvor parabeln (5) igen er indsat:

$$mu(1) > mu(.50) + (1-m)u(.50) \quad (21)$$

$$\hat{t} = \begin{cases} .50 & \text{for } m < .75 \\ 1.00 & \text{for } m > .75 \end{cases} \quad (22)$$

Hvis stationerne var sluttet sammen i et privat monopol, der maksimerede det fælles seertal, ville resultatet ofte blive mere demokratisk end konkurrence mellem TV-stationerne. Fænomener af denne art har været kendt siden Hotelling's klassiske artikel fra 1929,¹² og i forbindelse med radio og fjernsyn er det beskrevet ved hjælp af forskellige eksempler,¹³ som giver dette resultat, når (1) hver seer kun ser én type af program (2) fordelingen på seergrupper er skæv og (3) der kun er få kanaler til rådighed. Hvis der findes en art "fællesnævner-program", som alle seere vil lukke op for i mangel af bedre, vil et monopol være meget tilbøjelig til kun at sende den slags programmer. Hvis der er mange kanaler til rådighed, vil kabel-fjernsyn med direkte betaling kombineret med konkurrence kunne give et mere varieret programudbud.

Disse konklusioner er fælles for de forskellige teoretiske analyser, som også har det problem til fælles, at det er vanskeligt at beskrive præferencernes intensitet og værdien af valgmuligheder.¹⁴ Spørgsmålet om TV-programmernes alsidighed er et centralt tema i den omfattende litteratur om programmernes faktiske indhold, om produktions- og omkostningsforhold og om hensigtsmæssig offentlig regulering.¹⁵

Selv om et privat monopol kan være mere demokratisk end konkurrence, er de potentielle muligheder for en demokratisk fordeling dog størst ved et statsligt monopol,

12. Hotelling, 1929.

13. Steiner, 1952; Wiles, 1963; Dunnett, 1990: 18-46; The Economist, 20 December 1986, Survey p 9; og især Owen, Beebe & Manning, 1974:49-90.

14. Ofte beskrives præferencerne ved brug af efterspørgselsfunktioner, jf. Spence & Owen, 1977; Ellickson, 1979; McGowan, Peck et.al., 1971.

15. Vogel, 1990; Cantor & Cantor, 1992; Shapiro, 1989; Dunnett, 1990; Spence & Owen, 1979; Owen, Beebe & Manning, 1974.

der ikke er bundet af at maksimere seertal. Og hertil kommer et yderligere forhold, som ikke er behandlet ovenfor, og som bevirker, at TV-stationer, der konkurrerer om seertallet, formentlig altid begge to vil sende til flertallet. De vil nemlig forsøge at erobre seerandele fra hinanden ved at konkurrere på udsendelsernes kvalitet, eller, som det er blevet sagt, ved, at DR-TV bestræber sig på at følge efter TV-2 helt derned, "hvor torskene går"¹⁶, idet vi "har 'fået' to kanaler, der konkurrerer om at være landets bedste TV-2".¹⁷

Faktisk er DR-TV og TV-2 forbløffende ens, hvad angår programmernes fordeling på brede kategorier, bortset fra reklameandelen. Men der er væsentlige forskelle i detaljerne: DR-TV har dobbelt så mange børneprogrammer som TV-2, flere danske fiktions- og faktaudsendelser og flere "smalle" programmer med meget små seertal.¹⁸

Selvforvaltning, paternalisme og kvalitet

Seertal er i en vis forstand en meget demokratisk form for politisk styring med visse islæt af markedsstyring. Men der kan argumenteres for, at kulturgoder har nogle særlige egenskaber, som måske gør en tredje demokratisk institution, nemlig selvforvaltning, mere velegnet indenfor kulturlivet end på andre områder, først og fremmest, at kulturens kvalitet er nøje knyttet til graden af engagement og deltageraktivitet. Det er jo karakteristisk for selvforvaltning, at den enkeltes indflydelse bestemmes af aktiv deltagelse. Om ikke andet, er der i hvert fald det gode argument for selvforvaltning, at både politisk styring og markedsstyring i praksis har afsløret nogle kedelige egenskaber.

Hvad der kan ske med kulturen, når statsmagten vil bestemme direkte, kunne man bl.a. se i Sovjetunionen efter 1930, og hvad der kan ske, når profitten bestemmer, kan man se samme sted i disse år,¹⁹ hvor den nyvundne frihed, den statslige mædens svækkelse og befolkningens fascination af vestlig kultur i forening har skabt voldsomme problemer for kulturlivet og for mange af de kunstnere, som førte an i kampen for friheden.²⁰ Det er en forenkling at skyde skylden for fjernsynets faldende lødighed på en så anakronistisk sydebuk som kommercialiseringen eller "den private kapital".²¹ Derved undviges det dilemma, at befolkningen ikke længere accepterer paternalismen fra svundne tider, hvor Karl Bjarnhof kunne spille Dinu Lipattis klaverudgave af Bach-koralen *Jesus bleibet meine Freude* den ene gang efter den anden, og hvor Giro 413

16. Maria Helleberg, Information, 15. februar 1991.

17. Morten Sabroe, Information, 28. december 1991.

18. Bentzon, et.al., 1991.

19. Aage, 1990:19-20, 1992; Christian Mailand Hansen, Informations kronik, 28. juni 1990.

20. Men sådan er kapitalismen: "... resources are allocated mainly by the interaction of more or less astute and more or less avaricious entrepreneurs, on the one hand, and the kind of numbskulls who go for junk food and junk television, on the other". (Philip Hanson, Report on the USSR 3 (30 August 1991, no. 35):16).

21. Jesper Jensen, Politikens kronik, 8. januar 1991.

blev styret med faderlig hånd, så at man kunne høre både Frans Andersson i *Den hellige Stad* og Stefan Islandi i duetten fra *Perlefiskerne*.²²

Men al paternalisme kan ikke afvises, og det kan en egentlig kvalitetsvurdering²³ – som var irrelevant ovenfor – heller ikke. Dette er uomtvisteligt, når det gælder børnene, som er storforbrugere af fjernsyn, som ikke selv kan afgøre, hvad der er godt for dem, og som formentlig tager skade af underholdningens tiltagende tanketomhed, forbrugsforherligelse og voldelighed,²⁴ selv om der også fremføres helt andre meninger herom.²⁵ Det konstruktive forslag er derfor, at der mere bevidst tages hensyn til præferencforskelle mellem dele af publikum, og at mere indflydelse overdrages til udøvende kunstnere eller endog til såkaldte kulturpersonligheder, før de helt fortrænges af handelshøjskoleuddannede managementeksperter²⁶ og “en flok økonomer med følsomhed som ishockeyspillere”.²⁷

Helt konkret kunne der vises lødigt fjernsyn en gang imellem, måske endda nogle udenlandske produktioner af det klassiske teaterrepertoire, fx Euripides, Shakespeare og Strindberg (som vel også nok kunne friste enkelte volds- og pornoentusiaster). “Rating-sygen” bør ikke føre til, at det kun bliver søndag eftermiddag eller mandag aften, “når klokken er blevet så mange, at kun intellektuelle er i stand til at holde øjnene åbne”.²⁸ Ret beset er det jo meningsløst at tilstræbe stadig stigende seertal. Der findes et optimalt seertal, og det er ikke det størst mulige. Befolkningen skulle jo nødig bruge al sin tid på at se fjernsyn.²⁹ I amerikanske husstande går fjernsynet i ca. 7 timer i døgnet, og i gennemsnit ser voksne amerikanere fjernsyn i godt 4 timer, mere end dobbelt så meget som danskernes 100 minutter.³⁰

Naturligvis bør en så ubehagelig opgave som at give åndslivet en hårdt tiltrængt chance i vores materielle verden lægges ligeligt på de to kanaler, og et samarbejde mellem dem i stedet for den helt meningsløse konkurrence om de 75% kunne oven i købet i visse tilfælde tænkes at give et større totalt seertal. Det skulle nødig gå i det nye Euro-

22. og hvor man i ramme alvor kunne sondre mellem “nerveadelen” og “instinktaristokratiet” på den ene side og den brave borger på den anden, “...en skabning, der ikke er i stand til at modtage kunstens sakramente, blind og døv for formernes skønhed”. (José Ortega y Gasset, 1961:16-17).

23. jf. Aage, 1971.

24. Winn, 1987.

25. Rönnberg, 1989a, 1989b; Jessen, 1991.

26. jf. Metz, 1991. Det er virkelig en skam, at vi ikke har mulighed for at indhente en kommentar fra hr. og fru Heiberg til udnævnslen af den nye bestyrelse for Det Kgl. Teater med direktøren for Kjøbenhavns Sommer-Tivoli i spidsen (Politiken, 7. januar 1992).

27. Ebbe Kløvedal Reich, Politikens kronik, 2. september 1982.

28. Henning Prins, Information, 3. august 1991.

29. Der er behov for udsendelser med lave seertal for at dæmme op for, hvad der er blevet kaldt “... fjernsynspestens hærgen, en sot lige så truende for nutidens kultur og åndsliv, som den sorte død var det for befolkningernes overlevelse i 1300-tallet.” (Villars Lunn, Politikens kronik, 23. november 1991).

30. Vogel, 1990:10; AC Nielsen Company, jf. The Economist, 20 December 1986, Survey p 6 og Jacob Bjerg Møller i Politiken, 5. januar 1992; AIM, 1990.

pa, som det gik i det gamle Rom, hvor der ikke blev sat nye teaterstykker op efter det første århundrede, fordi publikum kun ville se på mennesker, der slog hinanden eller vilde dyr ihjel.³¹

31. beskrevet af Paul Smith (1990:68-70), som kalder TV-2 "det moderne Colosseum", hvis "TV-tyranni" er "langt grusommere" og kan "prale af flere tilskuere end de romerske kejsere".

Litteratur

- AIM. 1990,1991. *DR, TV 2 & TV 2 Reklame. Seerundersøgelse. November 1990 samt 2. december – 8. december 1991, uge 49.* København.
- Bentham, J. 1823. *An Introduction to the Principles of Morals and Education.* London.
- Bentzon, K.-H., Nielsen, N.-Aa. & Svendsen, E.N. 1991. *Ligheder og forskelle. En sammenligning af DR og TV 2's programudbud, seertal og vurdering i 1990 ud fra et public-service perspektiv.* København.
- Cantor, M. B. & Cantor, J. M. (eds.). 1992. *Prime-Time Television. Content and Control (2nd ed.).* London.
- Dunnett, P. J. S. 1990. *The World Television Industry. An Economic Analysis.* London.
- Ellickson, B. 1979. Hedonic Theory and the Demand for Cable Television. *American Economic Review* 69:183-189.
- Horizon Media International (ed.) 1987. *Television Programming in Europe 2. 1986/87 Summary Report.* London.
- Hotelling, H. 1929. Stability in Competition. *Economic Journal* 34:41-57.
- Jessen, C. 1991. Børn bruger TV. *Unge Pædagoger* 5:23-26.
- Langkilde, N. J. 1991a. *Årsberetning 1990. Udviklingen i TV 2's seertal fra 1989 til 1990.* Odense.
- Langkilde, N. J. 1991b. *TV 2 – seertal, 1. oktober 1988 – 25. august 1991.* Odense.
- McGovan, J. J. & Peck, M. J. et.al. 1971. Television: Old Theories, Current Facts, and Future Policies. (Five Papers). *American Economic Review* 61:69-100.
- Metz, G. 1991. *Nærsnes tal. Medier mellem gråd og latter.* København.
- Ortega y Gasset, J. 1961. *Menneskets fordrielse fra kunsten.* København.
- Owen, B. M., Beebe, J. H. & Manning, W. G. 1974. *Television Economics.* Lexington.
- Rönnerberg, M. 1989a. *Skitkul! Om sk skräpkultur.* Uppsala.
- Rönnerberg, M. 1989b. TV er en form for leg. *BUKS* 11:7-27.
- Shapiro, M. E. 1988. *Television Network prime-Time programing, 1948-1988.* Jefferson.
- Smith, P. 1990. *Stem Jacob ud af Århus!* Århus.
- Spence, M. & Owen, B. 1977. Television programming, Monopolistic Competition, and Welfare. *Quarterly Journal of Economics* 91:103-126.
- Steiner, P. O. 1952. Program Patterns and Preferences, and the Workability of Competition in Radio Broadcasting. *Quarterly Journal of Economics* 66:194-223.
- Svendsen, E. N. (red.) 1990. *Medieforskning i Danmarks Radio 1988/89.* København.
- Vogel, H. L. 1990. *Entertainment Industry Economics. A Guide for Financial Analysis.* Cambridge.
- Wiles, P. 1963. Pilkington and the Theory of Value. *Economic Journal* 73:183-200.
- Winn, M. 1987. *Unplugging the Plug-In drug.* Harmondsworth.
- Aage, H. 1971. Et dilemma i kulturpolitikken. *Sociologisk Forskning* 8:134-148.
- Aage, H. 1990. Demokratizatsija i Sovjetunionen: Købekraft, viljekraft og stemmekraft. *Kontext* 54:7-26.
- Aage, H. 1992. Convergence of Preferences, Proposals, and Prospects. Fremkommer i: *Convergence and System Change. The Convergence Hypothesis and Transition in Eastern Europe,* red. B. Dallago, H. Brezinski & W. Andreff. Aldershot.

pa, som det gik i det gamle Rom, hvor der ikke blev sat nye teaterstykker op efter det første århundrede, fordi publikum kun ville se på mennesker, der slog hinanden eller vilde dyr ihjel.³¹

31. beskrevet af Paul Smith (1990:68-70), som kalder TV-2 "det moderne Colosseum", hvis "TV-tyranni" er "langt grusommere" og kan "prale af flere tilskuere end de romerske kejsere".

Litteratur

- AIM. 1990,1991. *DR, TV 2 & TV 2 Reklame. Seerundersøgelse. November 1990 samt 2. december – 8. december 1991, uge 49.* København.
- Bentham, J. 1823. *An Introduction to the Principles of Morals and Education.* London.
- Bentzon, K.-H., Nielsen, N.-Aa. & Svendsen, E.N. 1991. *Ligheder og forskelle. En sammenligning af DR og TV 2's programudbud, seertal og vurdering i 1990 ud fra et public-service perspektiv.* København.
- Cantor, M. B. & Cantor, J. M. (eds.). 1992. *Prime-Time Television. Content and Control (2nd ed.).* London.
- Dunnett, P. J. S. 1990. *The World Television Industry. An Economic Analysis.* London.
- Ellickson, B. 1979. Hedonic Theory and the Demand for Cable Television. *American Economic Review* 69:183-189.
- Horizon Media International (ed.) 1987. *Television Programming in Europe 2. 1986/87 Summary Report.* London.
- Hotelling, H. 1929. Stability in Competition. *Economic Journal* 34:41-57.
- Jessen, C. 1991. Børn bruger TV. *Unge Pædagoger* 5:23-26.
- Langkilde, N. J. 1991a. *Årsberetning 1990. Udviklingen i TV 2's seertal fra 1989 til 1990.* Odense.
- Langkilde, N. J. 1991b. *TV 2 – seertal, 1. oktober 1988 – 25. august 1991.* Odense.
- McGovan, J. J. & Peck, M. J. et.al. 1971. Television: Old Theories, Current Facts, and Future Policies. (Five Papers). *American Economic Review* 61:69-100.
- Metz, G. 1991. *Nærsnes tal. Medier mellem gråd og latter.* København.
- Ortega y Gasset, J. 1961. *Menneskets fordrielse fra kunsten.* København.
- Owen, B. M., Beebe, J. H. & Manning, W. G. 1974. *Television Economics.* Lexington.
- Rönnerberg, M. 1989a. *Skitkul! Om sk skräpkultur.* Uppsala.
- Rönnerberg, M. 1989b. TV er en form for leg. *BUKS* 11:7-27.
- Shapiro, M. E. 1988. *Television Network prime-Time programing, 1948-1988.* Jefferson.
- Smith, P. 1990. *Stem Jacob ud af Århus!* Århus.
- Spence, M. & Owen, B. 1977. Television programming, Monopolistic Competition, and Welfare. *Quarterly Journal of Economics* 91:103-126.
- Steiner, P. O. 1952. Program Patterns and Preferences, and the Workability of Competition in Radio Broadcasting. *Quarterly Journal of Economics* 66:194-223.
- Svendsen, E. N. (red.) 1990. *Medieforskning i Danmarks Radio 1988/89.* København.
- Vogel, H. L. 1990. *Entertainment Industry Economics. A Guide for Financial Analysis.* Cambridge.
- Wiles, P. 1963. Pilkington and the Theory of Value. *Economic Journal* 73:183-200.
- Winn, M. 1987. *Unplugging the Plug-In drug.* Harmondsworth.
- Aage, H. 1971. Et dilemma i kulturpolitikken. *Sociologisk Forskning* 8:134-148.
- Aage, H. 1990. Demokratizatsija i Sovjetunionen: Købekraft, viljekraft og stemmekraft. *Kontext* 54:7-26.
- Aage, H. 1992. Convergence of Preferences, Proposals, and Prospects. Fremkommer i: *Convergence and System Change. The Convergence Hypothesis and Transition in Eastern Europe,* red. B. Dallago, H. Brezinski & W. Andreff. Aldershot.