



# Kulturindustriene

Marika Lüdgers / marika.ludgers@media.uio.no



## Kultur?

TILSLAGSORD	ARTIKKEL FRA BOKMÅLSORDBOKA (offisiell rettskriving)
kultur	<p><b>kultu'r</b> m1 (fra lat., av <i>colere</i> 'dyrke')</p> <p><b>1</b> dyrking av jord, skog, planter el. vann <i>frilandsk- / jorda er i god k- / legge land, skog under k-</i></p> <p><b>2</b> rendyrking av organismer <i>bakteriek-</i></p> <p><b>3</b> resultatene av en periodes, et samfunns, en gruppes samlede åndelige og materielle virksomhet (på et visst trinn) <i>steinalderk- / lære fremmede k-er å kjenne / Kina med sin eldgamle k- / Vestens k- / åndelig og materiell k- / barnek-, bondek-, fink-, folkek-, popk-, ungdomsk- / vår politiske k- / ofte særl om vitenskap, opplysning, kunst, litteratur, religion osv; myndighetene må bevilge mer til k-(en)</i></p> <p><b>4</b> forfinelse, dannelse <i>opptre med k- / en mann blotet for k- / motsetningen mellom natur og k- / møtek-, trafikk-k- / pleie og utvikling av fysiske el. åndelige evner kroppsk-</i></p> <p><b>5</b> holdninger, verdier og normer som er rådende hos en viss gruppe mennesker, i en organisasjon, en etat e l <i>jeg møtte en helt annen k- i den nye bedriften / det utviklet seg en k- i etaten som godtok visse former for smøring</i></p>

<http://www.answers.com/culture>

## Industri?

TILSLAGSORD	ARTIKKEL FRA BOKMÅLSORDBOKA (offisiell rettskriving)
industri	<b>industri</b> m1 (gj fr fra lat. <i>industria</i> 'virksomhet') næringsvirksomhet som består i å bearbeide råstoff, særlig om fabrikkframstilling av varer <i>i- og håndverk / kraftkrevende i- / industrigren en del i-er sliter med problemer</i>

<http://www.answers.com/industry>

## Kulturindustri?

Næringsvirksomhet som består i å bearbeide råstoff av åndelig, intellektuell og underholdningsmessig art til kulturprodukter (som kan selges på et marked?)

Raymond Williams

The *signifying system* through which necessarily (though among other means) a social order is communicated, reproduced, experienced and explored.

David Hesmondhalgh:

Kommersielle institusjoner, statlige og ikke-kommersielle organisasjoner involvert i produksjonen av sosial mening (s. 11-12).

Sosial mening?

## Plan for forelesning

Nært knyttet Hesmondhalghs bok

1. Betydning (viktighet/omfang og mening/etymologisk)
2. Karakteristiske trekk
3. Kompleks og profesjonell kulturproduksjon
4. Endring og kontinuitet
5. Oppsummering

## Kulturindustrienes betydning: (i) formidler tekst

1

Produsenter og distributører av tekst



påvirker vår forståelse av verden

Men: kodet mening  $\neq$  dekodet mening

## Kulturindustrienes betydning: (i) formidler tekst

Pga. medietekstenes betydning for vår virkelighetsforståelse, er det svært viktig å forstå hvordan tekster produseres og distribueres.

Konteksten: mektige medieselskaper med målsetning om å skape profitt.

Eiere/styrende og politiske og økonomiske allierte?

Komplekse, ambivalente og omstridte tekster tyder på at enkle slutninger må unngås.

Hva er den essensielle råvaren for kulturindustriens produkter?

# KREATIVITET

## HVA ER KREATIVITET?

Creativity is extra/ordinary, original and fitting, full-filling, in(ter)ventive, co-operative, un/conscious, fe<>male, re...creation (s. 52)

Pope, R. (2005) *Creativity: Theory, History, Practice*. London and New York: Routledge

## Kulturindustrienes betydning: (ii) formidler kreativitet

Håndterer og sirkulerer kreativitet

Manipulasjon av symboler med målsetning om å underholde, informere eller opplyse.

Kunst - "det smale og genialt kreative". Individet.

vs

Symbolsk kreativitet og symbolskapere/fortolkere i mediebransjen.  
Historiefortellere i en kulturindustrielle kontekst.

## Kulturindustrienes betydning: (ii) formidler kreativitet

"The arts which today have most vitality for the average person are things he does not take to be arts: for instance, the movie, jazzed music, the comic strip, and, too frequently, newspaper accounts of love-nests, murders, and exploits of bandits" (Dewey, 1934: 4).

Dewey, J. (1934) *Art as Experience*. New York: Berkley Publ. Group.

## Kulturindustrienes betydning: → Creative industries

"Creativity - 'the ability to create meaningful new forms,' as Webster's dictionary puts it - is now the *decisive* source of competitive advantage."

Florida, R. (2002) *The rise of the create class*. New York: Basic Books

"The idea of the CREATIVE INDUSTRIES seeks to describe the *conceptual and practical convergence* of the CREATIVE ARTS (individual talent) with Cultural Industries (mass scale), in the context of NEW MEDIA TECHNOLOGIES (ICTs) within a NEW KNOWLEDGE ECONOMY, for the use of newly INTERACTIVE CITIZEN-CONSUMERS."

Hartley, J. (2005) *Creative Industries*. Blackwell Publishing

## Kulturindustrienes betydning: (iii) økonomisk, sosial og kulturell endring

Sammenheng mellom medieteknologier, kulturindustrier og samfunnets selvforståelse. ENDRINGSTENDENSER.

### Industrisamfunn?

Peak i etterkrigstiden. Fordisme. Samlebånd. Energi- og maskinteknologi. Hovedvekten av lønnsarbeidet innen materielt vareproduserende industrier.

### Postindustri eller informasjonssamfunn?

Kunnskaps- og tjenesteprodusenter. Kunnskap og informasjon. Symbolsk kreativitet. Samtidig blir kulturindustriene stadig mer "industrielle"

### Nettverkssamfunn?

## Kulturindustrienes kjerneområder

Omhandler den industrielle produksjonen og distribusjonen av tekster.

Reklame og marketing

Kringkasting

Filmindustrien

Internettindustrien

Musikkindustrien

Publiseringsindustrien

Dataspillindustrien

## Adorno & Horkheimer: Kulturindustrien

Kulturindustribegrepet hentet fra et underkapittel av *Dialektik der Aufklarung* (1944) "The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception".

En svært pessimistisk og mørk diskusjon av den fremvoksende mediekulturen (film, radio, musikk).

Kulturindustrien (kapitalismen) fordummer kulturen (både høy og lav).

Kulturen mister sitt kritiske potensiale, fordi den er kommodifisert (selges som vare på et marked).

## Fra Kulturindustri til kulturindustrier

Kulturindustrien: impliserer enhet og uniform logikk.

kulturindustrier: for å belyse kompleksitet og mangfoldig logikk.

Større vektlegging av **ambivalensen** innenfor kulturindustriene:

Nye teknologier fører til kommersialisering og ensretting, men også viktige innovasjoner.

Stor motstand mot kommersialisering.

Relativt mangfoldige kulturindustrier der kreativitet fortsatt vektlegges.

(børs og katedral)



## Karakteristiske trekk

### Problemer

Risikopreget industri  
Høye produksjonskostnader og lave reproduksjonskostnader  
Semi-offentlige goder; behovet for å skape knapphet

### Respons/tiltak

Repertoire av hiter og misser  
Konsentrasjon og integrasjon  
Kunstig knapphet  
Formattering: stjerner, sjangrer og serier  
Løs kontroll med symbolskapene; sterk kontroll av distribusjon og marketing

## Risikopreget industri

Publikum bruker kulturprodukter på flyktige og uberegnelige måter.

Kulturelle distinksjoner.

Første utfordring for symbolskapene: å skape noe nytt, spennende og originalt.

Andre utfordring: å gjøre dette kjent for publikum



## Høye produksjonskostnader og lave reproduksjonskostnader



## Semi-offentlige goder



## Repertoire av fiaskoer og suksesser

 «FILMSTJERNE»  
**«Filmstjerne» 18. november**  
Se bilder fra finalen.[ Les mer ]

 «FILMSTJERNE»  
**«Filmstjerne» 11. november**  
Se bilder fra den tredje finale sendingen.[ Les mer ]

 «FILMSTJERNE»  
**«Filmstjerne» 4. november**  
Se bilder fra den andre finale sendingen.[ Les mer ]

 «FILMSTJERNE»  
**«Filmstjerne» 28. oktober**  
Se bilder fra den første finale sendingen.[ Les mer ]

 «FILMSTJERNE»  
**«Filmstjerne» 21. oktober**  
Se bilder fra den fjerde studiosendingen.[ Les mer ]

 «FILMSTJERNE»  
**«Filmstjerne» 30. september**  
Se bilder fra den første studiosendingen.[ Les mer ]



## Konsentrasjon, integrasjon, strategisk samarbeid

- Horisontal integrasjon
- Vertikal integrasjon
- Intemasjonalisering
- Multisektor og multimedieintegrasjon
- Strategisk samarbeid

## Konstruert knapphet

Kulturindustrien skaper inntrykk av knapphet bl.a. gjennom vertikal integrasjon: større kontroll over release-datoer og planer for at tilbudet ikke skal bli for stort.

Copyright, patenter, trademarks

Begrenset tilgang til reproduksjonsmuligheter (DRM som spesielt aktuelt)

## Formatering: stjerner, sjangrer og serier

Stjernesystemet/kjendisene

Bruk av sjangrer. Merkelapper som gjør at publikum kjenner igjen produktene.

Serien: et viktig publiseringsaspekt

Å KJENNE IGJEN



## Løs kontroll med symbolskaperne, sterk kontroll med distribusjon og marketing

Kulturelle årsaker:

Forventninger om betydningen av kreativ autonomi. "Fri kunstnersjel"

Økonomiske årsaker:

Betydning av originalitet for å skape hits. Publikum må riktignok til dels kjenne igjen et produkt, men forventer samtidig innovasjon og overraskende konsepter/formater

## Kompleks og profesjonell

# 3

Betegner kulturindustriene fra 1950-tallet og fremover

MASSEMEDIER - MASSEKOMMUNIKASJON

Kompleks: økende grad av kompleksitet i arbeidsdelingen i kulturindustriene.

Hesmondhalghs problemstilling:

Har vi i 1980- og 1990-tallet vært vitne til en helt ny epoke for kulturell produksjon, inkludert nye sosiale relasjoner mellom symbolskaperne og samfunnet; eller representerer endringene justeringer innenfor den komplekse og profesjonelle epoken?

## Organisering av produksjon

Betydningen av prosjekt-team

Primære kreative medarbeidere/symbolskapere **RELATIV AUTONOM POSISJON**

Tekniske medarbeidere

Kreative ledere

Eiere og ledere

## Det kulturelle arbeidsmarkedet

Mange ønsker seg "kreative yrker"

Dårlig betalt

Smalt arbeidsmarked

Få på toppen, mange på bunnen:

Kjendiser/stjernesystemet gir et skjevt bilde av livet som kreativ utøver.

### CHRISTOPHER FRIIS-BAASTAD GRØNDAHL (1969)

Poststed:	0552 OSLO	Inntekt:	196 947
Skattekommune:	Oslo	Skatt:	63 631
Skatterfylke:	Oslo	Formue:	0

### JO NESBØ (1960)

Poststed:	0170 OSLO	Inntekt:	5 575 131
Skattekommune:	Oslo	Skatt:	2 863 316
Skatterfylke:	Oslo	Formue:	23 014 554

## Eierskap og struktur

Sammen med nye medieteknologier og fremveksten av massemedier som radio, film, fjernsyn, kom store medieselskaper. **Oligopolier** med få, men store aktører

Ofte også vertikalt intergrerte

Fremveksten av **konglomerater** fra 1960-tallet

Samtidig utvikling av **mindre, uavhengige selskaper** innenfor kulturindustrienes ulike sektorer.

**Oligopoli:**  
Tilnærmet  
monopolsituasjon.  
Når få selskaper  
kontrollerer et  
spesifikt marked.

## Internasjonalisering

Betydelig internasjonalisering allerede før den komplekse, profesjonelle epoken.

Etter 2 v.k: økende internasjonal aktivitet parallelt med utviklingen av kommunikasjons og transportteknologi.

Angloamerikansk tyngdepunkt, spesielt USA.



## Teknologi, forbruk, politikk

### Forbrukersamfunnet

Nye symboler for velstand: fjernsyn, kjøleskap, radio og støvsuger som symboler på det moderne **hjemmet** og en moderne **livsstil**.

Forandrer både hverdagen og organiseringen av hjemmet. Hverdagen blir standardisert.

Fjernsynet som symbol på det moderne.



Richard Hamilton: *Just what is it that makes today's homes so different, so appealing?* 1956

## Teknologi, forbruk, politikk

Økt fritid og større inntekt -> endrede forbruksvaner

+

Fremveksten av elektroniske medieteknologier



Konsekvenser for kulturindustriene, utviklingen av det komplekse og profesjonelle formen for kulturell produksjon.

**MASSEKULTUR**



## Endring og kontinuitet

Fra slutten av 1970-årene til i dag:

Hvordan skal vi kunne vurdere om det har skjedd en fundamental endring av kulturindustri-systemet?

Kulturindustri-selskaperes størrelse og makt?

Endring i arbeidsforholdene?

Endring i kreativ autonomi?

Kulturell inklusjon og eksklusjon av stemmer?

Endringer i forholdet mellom produksjon og konsumpsjon?

Kvalitet på tekster?

Hvem sine interesser og verdier reflekteres gjennom kulturindustrienes tekster?

## Store selskaper

Størrelsen og rekkevidden av kulturindustriens selskaper har ekspandert voldsomt siden 1980-tallet.

Mediemoguler

Stor makt og innflytelse?

Representere interessene og verdiene til bestemte klasser?



## Store selskaper

Kan mektige eiere i kulturindustriens selskaper fremme egne interesser og verdier gjennom egne selskaper?

Tre typer interesser:

1. Maksimere profitt, utbytte, markedsandeler, aksjeverdi
2. Oligopolitendenser: like selskaper slår seg sammen og blir enda sterkere og mektigere
3. Tekster/medieprodukter som systematisk støtter opp under egne businessinteresser?

## Rom for kreativitet

Fra tidligere i forelesningen: Relativ autonomi for kreative symbolskapere kombinert med dårlige arbeidsforhold og lav lønn.

Har dette endret seg de siste årene? Har forholdene blitt bedre? (Nei, generelt sett har de ikke det)

Motsetningsforhold mellom kreativitet og kommersialitet?

## Internasjonale forskjeller

1960- og 70-tallet: Kulturimperialisme:  
Hvordan vestlige kulturelle uttrykk har  
påvirket andre lands kulturer.

1990-tallet: Globaliseringstese

I hvilken grad blir enkelte stemmer  
ekskludert?



(c) TEZUKA PRODUCTIONS / YOMIURI TV

## Digitale teknologier, tilgang og deltakelse

Potensielle endringer forholdene for profesjonelle symbolskapere

Potensielle endringer i forhold til tilgang og deltakelse

I den komplekse profesjonelle epoken: tydelig skille mellom produsenter  
og konsumenter. I stor grad en enveis-prosess. Masse-kommunikasjon.  
Noen få skaper innhold for mange.

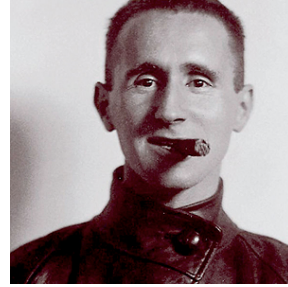
Ikke nødvendigvis et en til en forhold mellom medieform og  
kommunikasjonsform.

## Digitale teknologier, tilgang og deltakelse

### Bertolt Brecht om radioen

Jeg foreslår at vi omdanner den fra et distribusjonsapparat til et kommunikasjonsapparat. Radioen ville være det mest storartede kommunikasjonsapparatet i det offentlige liv, et veldig kanalsystem, det vil si, den ville være det hvis den var i stand til ikke bare å sende, men også å motta, altså ikke bare å få tilhøreren til å høre, men også å snakke, og ikke bare å isolere ham, men å sette seg i forbindelse med ham. Radioen måtte etter dette oppgi sin leverandør-posisjon og organisere tilhøreren som leverandør.

"Radioen som kommunikasjonsapparat" gjengitt i Dahl, H.F. (1973) *Massekommunikasjon. En bok om massemedienes vekst og virkninger*. Oslo: Gyldendal



**Hyperactive - Lasse Gjertsen**

Rate: ★★★★★  
24763 ratings

Views: 3,476,141

Comments: 7,187 Favourited: 33,294 times Honours: 4 Links: 5

Recent Ratings: ★★★★★  
FatWrecked

<http://uk.youtube.com/watch?v=o9698TqtY4A>

## Valgmuligheter og mangfold

Homogenisering og standardisering av utvalget av tekster?

Men er det ikke større mangfold enn noensinne? Magasiner, aviser, radiostasjoner, fjernsynskanaler, independent musikere.

Multiplicity vs. diversity

Hovedpoenget er om det reelt sett finnes et mangfold av stemmer representert.

## Valgmuligheter og mangfold

Lov 1997-06-13 nr 53: Lov om eierskap i medier

Lovens formål er å fremme ytringsfriheten, de reelle ytringsmuligheter og et allsidig medietilbud.

Medietilsynet fører tilsyn med mediesituasjonen i Norge i forhold til loven:

Loven gir Medietilsynet fullmakt til å stanse eller sette vilkår for erverv av eierandeler i foretak som driver dagspresse, fjernsyn eller radio dersom erververen alene eller i samarbeid med andre har eller får en betydelig eierstilling i mediemarkedet nasjonalt eller regionalt, og dette er i strid med formålet i lovens § 1. Medietilsynet kan også stanse eller sette vilkår for samarbeidsavtaler som gir en avtalepart samme eller tilsvarende innflytelse over det redaksjonelle produktet som et erverv.

<http://www.eierskapstilsynet.no/regelverk/>

MediaNorge planene som det mest aktuelle og omstridte eksemplet.

## Kvalitet

Påstander om at kvaliteten forringes

Påstander om at det hurtigere og mer fragmenterte medieforbruket ødelegger for vår kulturelle opplevelser.

Overfokus på penger og inntjening.

Problemet med slike påstander: generelt er påstandene ikke underbygget med substansielle argumenter. Hvilke estetiske kriterier er de grunnlagt på?

## Oppsummering

# 5

**Betydning:** Komplekse, ambivalente og omstridte. Heldigvis siden kulturindustriene i stor grad påvirker vår virkelighetsforståelse.

**Karakteristiske trekk:** Skiller seg ut fra andre industrier. Annerledes produksjonssystem, kunstig knapphet, relativt autonome symbolskapere

**Kompleks og profesjonell:** oligopolier, internasjonalisering, forbrukermentalitet

**Endring og kontinuitet:** kulturindustriene endres stadig, men er fortsatt komplekse og profesjonelle. Stadig mer komplekse, ambivalente og omstridte.