

Kulturindustri og kunstnerisk kvalitet i netværkssamfundet mellem marked og stat.

Af Gert Balling, kulturpolitisk skribent og Ph.D-stip. på IT-Højskolen

Informationssamfundet har en overordentlig stor betydning i form af et globalt marked for en ny indholdsrelateret industri. Potentialerne i denne nye industri øver direkte indflydelse på kunsten og kulturen, men også på sammensætningen af agenter i det kulturpolitiske spil. Det sker i og med at den etablerede kunstbaserede politik-model langsomt skubbes til side til fordel for noget andet, der kan kendetegnes som et nyt kulturelt mix, bygget op omkring det komplementære forhold mellem kunst og kulturindustri.

Den kreative industri i kulturpolitikken

Kulturpolitikken har så at sige mistet sin uskyld og er ikke længere så forskrækket over, at såvel økonomiske og sociale som æstetiske interesser ligger bag kunststøtte. Hvis man skal finde et kulturpolitisk udgangspunkt for dette skift, er det dels udvidelsen af kulturbegrebet i slutningen af 1960'erne, der tillod andre livs- og kulturformer at blive betragtet på lige linie med den traditionelle kultur, men også 1980'ernes økonomisk instrumentelle tænkning, der i højere grad indtænkte såkaldte "spill-over" effekter af "kulturinvesteringerne", og en legitimeringsretorik der knyttede sig til det reelt målbare – kan kultur betale sig?

I denne udvikling er kulturindustrien blevet inddraget i det kulturpolitiske rum i et komplementært forhold til den traditionelt støtteberettigede kunst, snarere end i et konkurrenceforhold. Det vil sige at kulturindustrien, som tidligere var dét, kulturpolitikken skulle beskytte os imod, nu i højere grad er blevet en vigtig faktor i den gældende kulturpolitik.

Ifølge den new zealandske kulturpolitiske forsker Michael Volkerling slår denne tendens f.eks. igennem i England, hvor man kulturpolitisk nærmest har sprængt de tidligere definitioner på kunst og kultur. Da New Labour kom til magten i 1997 nedlagde de *The Department of National Heritage* og omdøbte det til *Department of Culture, Media and Sport*. På baggrund af dette nedsatte regeringen et udvalg, der i 1998 fremlagde rapporten "Creative Industries Mapping Document", der fremviste en kolossal vækstrate inden for området, hvilket selvfølgelig affødte en stigende politisk interesse og i sig selv var et argument for subsidier til området.

I England omfatter de kreative industrier reklame, arkitektur, mode, multimedier, softwareindustri på linie med film, musik, forlags- og teaterbranche, radio og TV, kunst, design og kunsthåndværk. En effekt af denne inddeling, som også er begyndt at presse sig på i resten af Europa er, at aktørerne i det kulturpolitiske felt skifter sammensætning og status, hvorved skellet mellem kunst og kulturindustri gradvist udviskes. Det har den konsekvens, siger Volkerling, at de traditionelt støtteberettigede kunst- og kulturformer i højere grad blive tvunget til at argumentere for offentlige støttemidler på linie med den tidligere så forhadte kulturindustri. Men ikke nok med, at man bejler til den samme pengekasse, for med kulturindustrien som objekt for offentlig kulturstøtte sker der også en forskydning af argumenterne for støtte, f.eks. gennem et øget fokus på det økonomiske aspekt i motivationen for at støtte kunst og kultur.

Multimedie som særligt område i den danske kreativ industri

Tendensen i retning af den kreative industri er f.eks. i Danmark blevet tydelig med rapporten *Danmarks kreative potentiale – kultur- og erhvervspolitisk redegørelse 2000*, der er skabt i samarbejde mellem Kulturministeriet og Erhvervsministeriet. I denne rapport indgår de nye medier med et særskilt afsnit.

Når man her taler om de nye medier, handler det især om indholdsproduktion skabt på tværs af de forskellige kunst- og kulturgenrer, men også på tværs af brancherne. Det er produkter, der formidles via Internet, digital TV, DVD, e-book, mobiltelefoner etc. Det er denne indholdsrelaterede produktion, der er i søgelyset – og ikke bare fra det private erhvervslivs side.

Fra det offentlige kulturfelts side, er DRs satsning på portalen *DR on-line* et eksempel på de nye mediers generering af indholdsrelateret produktion. Og i privat regi er f.eks. filmselskabet Zentropa gået i samarbejde med Oracle (database), HP, Tele Danmark, Jubii m.fl. for at udklække nye produkter, som kan udvikle erhvervets profil.

Netop den fleksible samarbejdsform er kendetegnende for de nye medier, der finder sammen i kompetencefællesskaber. Denne udvikling betegnes ofte under begrebet *mediekonvergens*. Konvergens betyder sammensmeltning og peger på, at allerede kendte medier kan bringes på samme formel og samredigeres, kombineres og distribueres som multimedier. Det handler ikke kun om en sammensmeltning af produkter, men afføder også en sammensmeltning af distribution, brancher og virksomheder.

En af de væsentlige kulturpolitiske udfordringer, som rapporten holder frem, er udviklingen af det kulturelle indhold til fremtidens medier. Nogle konkrete eksempel på dette kunne være et initiativ som udspringer af rapporten, nemlig støtten til Internetportalen artnet.dk eller det tidligere igangsatte initiativ omkring digitalisering af kulturarven, som det offentlige Kulturnet Danmark står for. Og der står også, at der kun er få virksomheder, der formår at skabe denne udvikling, mens der ”ligger store muligheder i at udnytte de ressourcer, der findes i den offentlige kultursektor til at trække efterspørgslen i gang”.¹ Det vil sige, at offentlig støtte til kunst og kultur meget direkte kan instrumentaliseres i retning af erhvervsrelaterede formål.

Det er der for så vidt ikke noget nyt i. F.eks. har den danske filmbranche i snart mange år været afhængig af offentlig støtte, en støtte der med 50/50-ordningen, som blev indført i slutningen af 1980'erne, ikke tog hensyn til kvalitetskriterier. I tilfældet med den kreative industri er feltet dog langt bredere, idet både den traditionelle finkultur og massekultur er aktører. En smagsprøve på dette finder man i rapporten, hvor kunstnere eller kreative sjæle udlægges som subkulturelt erhvervspotentiale:

”Det er i sådanne foranderlige og turbulente miljøer, iværksættere med fingeren på pulsen og evnen til at opfange og eksponere de seneste trends, er væsentlige bidragsydere til udviklingen af de kulturelle erhverv.”² (min understregning)

¹ Kultur og erhvervsministeriets redegørelse, side 66.

² Ibid. side 71

Ifølge Volkerling vil et blik som dette på det subkulturelle miljø, i kraft af sammensmeltningen af det kulturelle felt, langsomt flytte argumenterne for den kunstneriske bæredygtighed i retning af økonomiske og ikke kunstneriske faktorer. Det understøttes f.eks. med begrebet ”iværksættere”, der f.eks. i dansk arbejdsmarkedskontekst (iværksættedydelse) bruges om særligt statstilskud til arbejdsløse, der forsøger at klare sig som selvstændige. Komplementariteten indgår også i den såkaldte *Essen-deklaration*, hvor man som afslutning på en EU-konference i 1999 i Essen Tyskland nedskriver 10 grundsætninger for kulturindustrien. Punkt 6 lyder således:

”De kulturelle erhverv tilvejebringer kunst og kultur, men er samtidig afhængig af mangfoldigheden og forskelligartetheden i tilstedeværelsen af en offentlig støttet kunst og kultur”.³

På den måde kommer det udvidede kulturbegreb omkring år 2000 til på den ene side til at betegne kultur- og erhvervslivets sammenfaldende interesser og muligheden for at bruge hinandens ressourcer i et frugtbart samarbejde. Men på den anden side kunne det have den effekt, at kunsten og kulturen i højere grad underlægges et samfundspolitisk eller erhvervspolitisk pres af enten økonomisk eller socialpolitisk karakter. Dette er dels affødt af en mere offensiv kulturpolitik og dels af de nye aktørers interesser på den kulturpolitiske arena – altså en intensivering af den proces, der i Danmark og de øvrige nordiske lande satte ind i løbet af 80’erne.

Kulturpolitiske interesser og intentioner i konkurrencedygtige produkter

Den kulturpolitiske støtte til f.eks. multimedier handler dog også om andet end økonomi. Det handler også om at præge produkter med en dansk kulturel identitet, som modvægt til den internationale kulturindustri kulturelle nivellerings-tendenser (globaliseringstendensen). Ambitionen om at dæmme op for de globale nivellerings-tendenser, med den amerikanske medieindustri som førende aktør, ligger i tråd med, at man f.eks. i EU-sammenhæng har gjort meget ud af at støtte konkurrencedygtige produkter på baggrund af såvel kulturøkonomiske som kulturelle argumenter, der udspringer af en interesse for at understøtte en specifik europæisk baseret identitetsbærende kultur. At de skal være konkurrencedygtige skyldes at kulturel identitet nu engang bedst udbredes med et bredt ’kundegrundlag’, og det anses for tiltrængt idet 80 % af de konfliktløsningsmodeller vi præsenteres for i de audio-visuelle medier i dag er amerikanske.⁴

Og hvad så med den kunstneriske kvalitet?

På den ene side står man altså med en industri, der handler om og med kunst og kulturelt indhold, og som gerne vil have offentlig støtte til deres produkter, idet denne sektor er meget omkostningstung. I og med at man fra offentlig side støtter industrien, vil man ud over det mulige økonomiske og socialpolitiske afkast samtidig støtte landets eller områdets kulturelle identitet, som f.eks. kommer til udtryk i et danskproduceret multimediespil.

På den anden side står det danske kulturministerium, som de offentlige kulturinstanser i de øvrige nordiske lande, med en kunstscene (i bred forstand), som har hårdt brug for økonomisk støtte, hvis man skal skabe nyt og leve op til de kulturpolitiske krav om kunstnerisk kvalitet og fornyelse. Og det er dyrt. F.eks. kostede Kulturministeriets Udviklingsfonds multimedieprojekter gennemsnitligt dobbelt så

³ Per Gade: *Kul på kulturindustrien*. In Kulturkontakten nr. 4 – 1999.

⁴ Tale af Søren Stevns ved Media Desks 10-års jubilæum 16/1-2001.

meget som deres andre kunstprojekter. Faktisk er de nye medier er så omkostningstunge, at offentlige midler alene ikke magter at understøtte udviklingen og derfor retter den offentlige kulturpolitik i stigende grad blikket mod de private økonomiske medier med henblik på at undersøge, hvorvidt kunst- og kulturprojekter kan finansieres privat eller samfinansieres af private og offentlige kasser.

Og det er netop her, at kunst og kulturstøtten må holde tungen lige i munden og lade kvaliteten være nåleøjet for adgangen til de offentlige kulturelle kasser. Jeg mener dermed ikke at man skal holde kommercielle produkter adskilte fra ikke-kommercielle produkter, og dermed opretholde en gammeldags forskelssætten mellem kunst og kulturindustri. I stedet mener jeg det er givtigt at slippe de kommercielle produkter indenfor i varmen, men samtidig lægge øre til Volkerlings advarsler. Alle produkter der støttes med kunstfunds midler eller lignende skal underlægges et stramt kvalitetseftersyn. Jeg skal ikke trætte læserne med en længere diskussion om kvalitetsbegrebet, men blot pege på at et differentieret kvalitetsbegreb⁵, hvor man tager udgangspunkt i værkets egne traditioner og æstetiske konventioner, giver en mulighed for at holde fast i ideen om at kvalitet gør en væsentlig forskel - uden at skelne mellem kommercielle eller ikke-kommercielle produkter.

Synergien mellem kunst og kulturindustri er et vigtigt potentiale, sålænge princippet om kunstnerisk kvalitet og fornyelse ikke sættes over styr. Hvis ikke, så instrumentaliseres kunstens autonomi og degraderes til kulturindustriens forsknings og udviklingsafdeling.⁶

⁵ Se f.eks. Balling, Fazakerly og Skot-Hansen: *KUF i det uprøvede grænsefelt*, 2001.

⁶ Jvf. Anthony Everitt: *The governance of culture: Approaches to integrated cultural planning and policies*. Policy Note. (Nr. 5) 1999, side 67