

TELEVIZIJA

TEORIJA TELEVIZIJE V EKRANU

Ker je samoumevno, da revija o — med drugim — televiziji objavlja teorijo o televiziji, bi se zdelo bolj smiselno iskati razloge, zakaj te teorije pri nas doslej ni bilo. Taka raziskava pa bi že potrebovala institucionalno oporo, kakršne pri nas ni. In ker je ni, bi od tod nemara speljevali nemožnost teorije o televiziji, če nas ne bi postavljalo na laž, da filmska teorija nima v tem podnebu nič bolj veličastne institucionalne podpore, pa vendar cvete. Poskusimo se izmotati in denimo, da so kinodvorane vendarle že dolgo ponujale gledalcu različne filme, ko je bila televizija za premnogo žrtev še zmeraj le ena in edina. Ker pa je v časih kraha filmske distribucije, videomanije, satelitskih in kabelskih televizij naše izmotavanje krepko *passé*, nam ne ostane drugega od dobre maksime za sklep: v takih časih smo torej potrebovali natančno teorijo televizije in, glej, imamo jo!

Minimum institucije, ki je spodbudila tukaj objavljene prispevke, je sociologija kulture vsakdanjega življenja na oddelku za sociologijo ljubljanske Filozofske fakultete. Teoretska izhodišča in problematike prispevkov se med seboj razlikujejo, prvotni (predavanja, seminar) in drugotni namen (radijska ali časopisna objava) pa tudi. Skupno jim je, da televizijo obravnavajo kot specifičen zgodovinski dispozitiv, ki sam proizvaja svoje značilnosti, in ne kot efekt družbenih, tehnoloških, političnih procesov, ki potekajo drugod in določajo ali povzročajo televizijo od zunaj.

Zadošča naj tale razmejitev: teorija televizije ni *communication research*, raziskovanje komunikacij pa ne more priti do teorije o televiziji. Ne more, ker ima preneumno predstavo o televiziji. Kar navsezadnje ni čudno, saj ta predstava domuje prav v televizijski ustanovi. Lacan je enkrat zdavnaj pripomnil, da je govor v radijski mikrofon (in v TV studiu se blebeče še bolj v živo in očitno kot v radijskem!) namenjen „vsem živim in mrtvim“. Televizija vselej govori nevemkomu. Lahko si na mile viže prizadeva, da bi si Gledalca upodobila v besedi in pojavi, lahko se imaginarno identificira z njim, a njen diskurz je nezgrešljivo namenjen Drugemu — instanci, ki docela presega zamisljivo predstavo o 'uporabniku' TV 'storičev'. Mar ni edino iz te slepote za razsežnost lastnega početja umljiva sicer docela obskurna ihta, s katero si RTV kot naročnik ali celo organizator javnomnenjskih raziskav želi izvedeti, kdo je njen naslovnik (ali, povedano drugače, s kom naj se identificira). Dolgočasno in mučno preštevanje publike ne more doseči drugega kot imaginarni objekt televizijske institucije, njen s poskusi in napakami zgrajeni labirint, kjer poučujejo podgane, naj se počutijo kot doma, saj jim navsezadnje omogočajo, da se s pritiskom na gumb nažro do sita in čez — do pogina.

JOŽE VOGRINC

ROKOVNJAČI, RADIO LONDON IN »OSTANITE SE NAPREJ Z NAMI«

ESEJ O TREH ZGODOVINSKIH
TIPIH OBLASTNEGA NAGOVORA

Naše zanimanje bo tule althusserjevsko in foucaultovsk. Televizijske teorije se bomo lotili kot ideološkega aparata in oblasti. Da televizija to dvoje jè, je očitno. Očitnost dokazovati bi pomenilo teorijo obleči v srajčko iz neposredne empirije, z banalnostmi garnirani kon-

cepti bi se uskladili v živopisan žargon. Treba pa je pokazati, kako TV deluje kot ideološki aparat in govoreča oblast. Ne bomo paradržali z Althusserjevim ali Foucaultovim pojmovnikom ne z njunimi postopki. Ignorirali bomo referatne manire referiranja. Posnemali bomo Platona in Freuda in vpeljali in med seboj primerjali troje različnih tipov oblastnega nagovora, ki nam bodo ponazorili ne troje različnih 'dejanskih' zgodovinskih situacij, ampak trem zaporednim zgodovinskim položajem ustrezajoče mite — fantazme, ki so udejanjale ali pa še udejanjajo komunikacijo oblasti s subjektom, čemur bolj upravičeno, kot pa se zavedajo, ko tako rečejo, rečejo informiranje.

Etimologija te besede in njena zgodovina nasproti omladnosti njene zdajšnjosti afirmirata produktivnost informativnega govora, njegovo oblikovanje tistega, na kar — na kogar — se naslavlja. Če informativne aparate imenujemo tiste mehanizme, ki iz šuma vsega interpretabilnega izločajo tisto, čemur dajejo informativno vrednost, če se vsaj v dobi 'medijev' ponujajo kot neosebni in nevtralni prenosni mehanizmi nečesa, kar naj bi po naravi ali konvenciji imelo že vnaprej vtisnjen *trade mark* informativnosti, sleherni pa bi se po svobodni volji s pritiskom na gumb vključil v njihovo oddajno območje, je informativni aparat ideološki aparat prav zato, ker opravlja temeljno izbiro med informacijo in neinformacijo, ker povzroča zaporo informacije. Informativni aparat je ideološki načeloma in vnaprej in ne šele zaradi načina ali razmer uporabe. Prav tako bi za informativne aparate morali reči, da so oblasti že zato, ker s svojim nagovorom pri subjektu dosegajo učinke sprejetih sporočil, in niso 'oblast' šele naknadno, zaradi morebitnih — za naravo občil zunanjih ali naključnih — ekskluzivnih povezav z vladajočim političnim režimom.

Rokovnjači

Jurčičeva povest Rokovnjači se začne s prizorom na kamniškem mestnem trgu. Na trg je prišel mestni birič in „bobnal (pred mestno hišo), da ima ljudstvu nekaj imenitnega povedati“. Povedati je imel seveda zadeve, kakršnih se smemo nadejati od gospodarjev: izdal je tiralico za notranjim sovražnikom, imenom za rokovnjači. Jurčič trdi še, da je birič svoj razglas „razkričaval“ in „ker je bilo to jako zanimiva novica, jo je birič dvakrat ponavljal in jo na koncu osolil s šaljivimi opombami“.

Kakšne vrste novica, kakšne vrste sporočilo je biričev razglas? Recimo, da gre za predburžoazno, 'fevdalno' sporočanje. V oči bije najprej to, kako razglas niti najmanj ne skriva, da je oblastni poseg med ljudi. Prav ta odkritost represije, ki jo še ne-ideologija upravičuje, politika, še ne umaknjena iz ekonomije, pa ekonomsko izkoriščanje kar naravnost izvaja, je za Marxa znamenje predburžoaznosti (na primer fevdalnosti). Foucault pa je bil posebej pozoren na razkazovanje in spektakularnost predburžoazne oblasti. Ko jemljemo za zgled zgodnjeparlamentarno novinarsko pero J. Jurčiča, s tem opozarjamo, da je za nas čas transparentnosti oblastnih sporočil ljudstvu dosegljiv le še skoz pripoved, skoz fikcijo, ki je organizirana, upovedana, osmišljena preteklost, skratka, minula in prešla v folkloro. Modusi nastopanja govora 'fevdalnosti' same so spektakel, nastop, predstava, in šele distanciranje od njihove 'neposredne' fascinantnosti skoz današnjo nesamoumevnost represije nam omogoča, da s samodejnim gibom ponižamo te spektakle v zgolj manifestacije oblastnosti. Izbornost Rokovnjačev je v tem, da opišejo mehanizem, ki je zgodovinsko tako raztegljiv, da bi mogel veljati za Ahajce in Trojance prav tako zlahka kot za rokovnjače, hkrati pa odziv v folkloro pri Jurčiču ne pomeni, da ni med rokovnjaškimi in čitalniškimi časi perfektne kontinuitete v samoumevnosti *law-and-order*.

Biričev govor je vsekakor sporočilen: sporoča, da se v naših krajih skrivajo ti in ti rokovnjači, da jih oblast lovi z namenom, da bi jih kaznovala, in da bo tistega, ki ji bo pri tem pomagal (zlasti seveda s primernimi sporočili), ustrezno nagradila. Vendar pa se ta govor nič ne spreneveda, da samó prenaša sporočilo. Njegova sporočilnost ni ločljiva od praktičnega učinkovanja sporočila. Birič je še neposredno uradnik ali pravzaprav samo služabnik oblasti. Boben ni le pomagalo, s katerim opozarja na svojo funkcijo, marveč ima še obredni in s tem institucionalni pomen. Bobnanje je avizo oblasti za občane, ki se na trgu gredo ekvivalentno menjavo, prav ti

jih tolerira kot povzete vase.

Klasični radijski dnevnik se ponuja kot eminentno meščanska ustanova, nevtralni medij, kjer skupaj s poročili, ki jih bere špiker, v isti oddaji lahko nastopi gospodarjev glas neposredno s predavanjem ali pridigo, s hvalnim ali z nagrobnim govorom, z apologijo ali obsodbo. Kakor sta lastnik produkcijskih sredstev in lastnik delovne sile enakopravna pred zakonom, sta enakopravna govora znamenje za začetek pogroma nad kontrarevolucijo in ocena gledališke premiere.

'Meščanskost' radijskega dnevnika kot prikritost oblastnega učinkovanja skoz radijski nagovor v 'enakopravni' zastopnosti neenakih diskurzov v isti oddaji in kot posredovanost oblastnega nagovora skoz poročanje, mnoštvo in tematsko ter funkcionalno urejenost poročil v dnevniški snopič pa ni zadovoljivo ime za radijsko ideološko učinkovanje. Približajmo se mu od drugod.

Kakor smo morali na 'arhaično', 'fevdalno', 'predburžoazno' informiranje pogledati skoz diahrono folklorizirajočo povest v knjigi, sodi radio v 'sodobno' družbo, zato potrebuje za afirmacijo fantazme o svoji dejavnosti sinhrono formo; ker je slušni medij, mora biti njen pravi kraj njemu sočasna vidna forma, se pravi, igrani film. Film, ki momogrede, kot obče mesto sodobne kulture, kot docela postransko reč v filmski pripovedi, prikazuje med drugim poslušanje radia. Sploh ni treba, da se skličemo na posebej izbran zgled, saj zadošča spomniti bralca (gledalca in poslušalca) na tip prizora, ki se v različicah (katerih, za nas ni pomembno) pojavlja v nizu igranih filmov o drugi svetovni vojni:

Skupina ljudi (družina, partizanska četa, ljudje v gostilni ipd., nikoli en sam človek) na okupiranem ozemlju skrivaj poslušava zavezniški radio in od tam izve resnico o napredovanju zavezniških čet, ki jo okupator prikriva.

Poslušalci so zbrani okrog radia; radijski sprejemnik tisti hip, ko iz njega privre domnevni diskurz resnice, konstituira iz ljudi v njegovi bližini zbor poslušalcev. Poslušalec pred sprejemnikom je za oddajnika resda čista neznanca, zmeraj bo zanj ostal virtualen, nobeno zbiranje podatkov iz njega ne bo izvleklo česa realnejšega od povprečka; hudo pa bi se motili, če bi se utvarjali, da empirično nedosežni zbor poslušalcev ni dejanska oblika družbenosti. O tem vas poučijo imena najbolj poslušanih, najdlje časa v isti obliki ponavljajočih se radijskih oddaj „Pri vas doma“ ali „Naši poslušalci čestitajo in pozdravljajo“. S pomočjo škatle, ki jo imajo vsak na svoji kredenci, se naši poslušalci poistijo v svojih željah. Radio je naprava, s katero je oblast pri vas doma.

Radijska škatla je imaginarno zbirališče toliko, kolikor je dojeta kot točka erupcije, izžarevanja glasu kot objekta, ki je načeloma, kot vemo, vsepričujoč in nelokaliziran. Eruptivni radijski glas je fascinanten, saj za poslušalca privre iz radia. Radijski diskurz je diskurz od drugod. Vendar pa je prav to, da je izvir drugod, tisto, česar ni mogoče prikriti, ne da bi se morali odpovedati učinkom, ki jih 'drugotnost' sproža. Poslušalca ni mogoče slepiti, da je to njegov diskurz (spomnimo pa se, da imamo pred seboj radio, preden se je organiziral kot permanentni kontaktni program!). To ne pomeni, da radijski govor ni zahteva po identifikaciji (seveda je!) ali da se identifikacija ne more posrečiti. Da se lahko posreči, je implicirano že v fantazmi o zboru poslušalcev kot roju virtualnih poslušalcev okoli vira nagovora. Vir nagovora pa ni oseba, ki bi bila v intimem razmerju z x-om; 'dejanski' nagovarjalec, špiker, je samo naključna opora, ki je posodila glas instanci nagovarjanja. In v klasičnem radijskem dnevniku je lahko v vlogi nagovora 'enakopravno' katerikoli diskurz.

Ostanite še naprej z nami

Heglovska domislica, da je televizija tista zgodovinska forma komunikacijskega medija, kjer ta končno pride do sebi ustrezne forme, se konkretizira z Aristotelovo pomočjo: TV je univerzalizirana *mimesis* in torej med vsemi drugimi mediji, ki jih lahko prikazuje, ne da bi pri tem nehala o njih za nameček še klepetati, naleti tudi samo nase. Fantazme o televiziji so lahko samo televizijske fantazme (opomba brez argumentacije: na filmu je mogoče o TV samo kontemplirati). Stvar samo ponazarjamo kar z njo samo.

Najodličnejši način, kako zgrešimo specifičnost delovanja televizije, je, da si prizadevamo dokazovati, kako televizija ni radio. Kajpak tudi slepi vidijo, da v televizijskem informiranju besedo spremlja slika. Vendar pa (o tem kaj več kdaj drugič) televizijske podobe nimajo nikakršne nasebne resničnostne ali informativne vsebine, ki bi bila neodvisna od govora ali od neverbalnega dogajanja, ki ga ilustrirajo (pravila športov in celo filmčki o lepotah narave v premorih med oddajami imajo vedno vsaj svojo retoriko, celo kadar so za gramatiko prešibki). Njihova funkcija je dajanje čutnih zagotovil, avtentifikacija povedanega: „To, kar vam kažemo, je tisto, kar vam pravimo.“ Dnevnik se po tem ne razlikuje od drugih televizijskih oddaj. Dokler so poročila na TV kratko malo brali špikerji, se TV dnevnik niso razlikovali od radijskih. Le takrat, kadar

zvoki pa jih na tem njihovem, javnem kraju, konstituirajo v skupnost podložnikov, ki jim je namenjeno sporočilo oblasti (z biričevno intervencijo in z uporabo sramotilnega stebra, do katere pride prav na teh Jurčičevih straneh, se predburžoazni trg na mah spremeni v kraj, kjer je enakost enakost podložnikov). Boben je znamenje, da skoz biriča govori gospodar. In ker je jasno povedano, kaj se pričakuje od naslovljencev komunikacije, je biričevno sporočilo performativno govorno dejanje, ki napoveduje in sproža učinke svojega posega: simbolno zaseženje notranjih sovražnikov.

Ne prezirimo tele malenkosti: Jurčič zapiše, da je birič dvakrat ponovljeno uradno sporočilo na koncu „osolil s šaljivimi opombami“. Kako naj razumemo te subjektivne opombe pod črto k oblastnemu besedilu? Predvsem ne more biti nikakršna subverzija oblastnega posega. Jurčič ne navaja, na čigav račun se je birič šalil. A to ni bistveno. Četudi si je privoščil katero neslano na račun delodajalcev, to ne spremeni narave njegovega dodatka k besedilu. Bistveno je nasprotje med resnostjo razkričanega in šaljivostjo opomb. Klicar daje vedeti, da s svojo osebo ni Oblast sama, da je le občasno govorilo njenih sporočil, njihov v principu nepristranski prenašalec. Njegova „sol“ naj napravi manj mučno njegovo metamorfozo pod pečatom oblasti, olajša naj prizadetim vzeti na znanje, da je mednje posegla oblast.

Jurčičev zgled je izboren tudi zato, ker nam pokaže informiranje v osrčju občanske družbe, na trgu, torej natančno sredi družbenega. Za komunikologe Homerjev Stentor in Jurčičev anonimni birič nista „medija“, ker se produkcija sporočil še ni tehnično osamosvojila in razrastla v mehanizem, ki je vmes med družbo kot krajem, od koder prihaja potreba po informiranju, in njo samo kot šeštevkom naslovljencev informiranja. Vendar pa že od Maussa vemo, da so telesne tehnike in preprosti snovni pripomočki prav tako tehnologije s kompleksnimi družbenimi učinki, kakor sta to tisk ali RTV. Boben, glas in *logos* so tehnologija, klicar je medij. Da se mediji sprehajajo med svojimi odjemalci, nas v časih, ko je med mediji politični marketing bolj v čisljih kot brezmadežno spočetje pri starih kristjanih, pač ne sme preslepiti.

Pri vas doma

Dokler televizija ni začela vzvratno učinkovati na radio, da se je lotil novih načinov lova na poslušalce, so zveneli radijski dnevnik drugače kot danes. Niso imeli voditeljev — zdaj jih morajo imeti celo enominutna poročilca, saj menda mora imeti lastno ime 'avtoriteta', ki odloči, katere agencijske vesti pobrati s printerja in katere zamolčati — ampak enega ali več bralcev poročil. Po najavi oddaje je špiker voščil dober sprejem in napovedal, o čem bo bral, po koncu se je poslovil in slišali smo odjavo.

Poslušalci biričevega razglaša so se konstituirali v podložnike na istem kraju kakor v javnost, doletelo jih je iz ust živega govorila oblasti, ravno prav zbrane. Radio pa interpelira v primerek in reprezentanta 'javnosti' vsakega poslušalca posebej v njegovi privatnosti, in to po poslušalčevi svobodni volji, da obrne gumb na poročila. Pri tem radio prikriva, da gre za oblastni poseg. Ponuja se kot nevtralnno, čisto tehnično pomagalo: novinarji zbirajo vesti in jim dajo od tehnike zahtevano formo (s)poročil, špikerji poročila berejo, eter (zakaj pa ne 'eter', saj substanca forme sporočila mora biti zanemarljiva, če naj ne moti sprejema, in zato tudi pride do izraza zgolj tam, kjer ena radijska oblast moti sprejem druge) jih prenaša, poslušalci jih jemljejo na znanje. Da je že Hitler s pridom uporabljal na radiu različne zvrsti voditeljskega nagovora, zlasti *befehl*, in da je Roosevelt redno 'kramljal' s poslušalci, da je tedaj direktni oblastni nagovor na radiu odlična stara navada, nas ne sme ovirati, da ne bi opazili, kaj se s tem žanrom zgodi, ko se njegovi ukazi, prošnje, zarotitve, prisrge vključijo v načeloma povedni ton in trdilni naklon snopa poročil v radijskem dnevniku. Zmeraj opevani, nikdar doseženi ideal 'objektivnega poročanja' sicer ni niti prvotno niti izključno radijski, vendar pa določa ideologijo radijskih poročil. V snopu poročil deluje direktni oblastni govor le kot 'eden izmed' modusov goverjenja, ki je celo sam zgolj poročan, saj je zajet v novinarjevo interpretacijo z uvodom, izbiro poudarka, sklepom, morda tudi komentanjem. Zdi se torej, da se novinarski govor od oblastnega loči in ga celo zajame kot eno od zvrsti, ki

je kamera pokazala bralca, je gledalec lahko videl: aha, tale je tisti, ki bere. S stališča avtentifikacije poročila je popolnoma odveč pokazati špikerja: informacija o izgledu bralca, katerega glas tako ali tako poznamo, je za poročilo o čemerkoli kratko malo redundantna. S tako potezo televizija opozarja, da je TV in ne radio, saj lahko pokaže lastnika glasu, posojenega poročanju. Na ta način televizija degradira samo sebe na radio s slikami, saj pravzaprav govori isto kot radio, le da radiu tega ni treba še kazati.

Daleč najbolj bistvena specifičnost televizijskega dnevnika (vsaj takega, s kakršnim imamo opraviti na TV Ljubljana) je vpeljava povezovalca dnevnika, figure, ki je po nezavedni vednosti ideologije dobila pravnjšje ime voditelj. Vse druge, manjše inovacije v strukturi TV dnevnika so povezane s to: kazanje studijskega prostora (ne le bralčeve glave ali glavoprsja, kakor na začetku televizijske evolucije), občasni gostje v studiu, kazanje novinarjev 'na terenu' itn.

Voditelj vsak večer uprizarja intimno srečanje v dvojici med seboj in slehernim gledalcem. V funkciji povezovalca dnevnika vpelje gledalca v oddajo in ga odslovi, vmes pa kot lončevavec veže kosce raznoterih diskurzov v dar, ki ga vsak dan med najavno in odjavno špico Dnevnika v enem kosu servira slehernemu gledalcu kot svojemu gostu. Včasih kdo reče, da televizija prinaša svet individualu v dnevno sobo ali spalnico, kjer ga v miru použiva s kožo in kostmi Terčka ali Čučka. Ta predstava spreвне iluzijo, ki je za novodobni TV dnevnik bistvena: ker televizija pač ne more sproducirati podobe, da voditelj istočasno obiše vsakega gledalca posebej, zadevo obrne in s perspektivno umestitvijo gledalčevega prostora v prostor TV studia, kakor ga kaže kamera, povzroči iluzijo, da je gledalec v gosteh pri voditelju dnevnika. Gledalca virtualno posadi v studio v smeri voditeljevega pogleda v kamero. Ko voditelj na začetku oddaje pozdravi gledalca in vpelje temo poročanja, fingira prosti nagovor gledalca in pogled vanj (dejansko gleda v kamero in bere z role); če ima v studiu gosta, se obrača nanj, kakor da je tale hip z njima v prostoru tudi gledalec itn.

TV dnevnik je v primerjavi s klasičnim radijskim dnevnikom subjektiviran in intimiziran. Subjektiviran zato, ker vpelje ideološki subjekt dnevnika — voditelja — in mu iznajde prej neobstoječo vrsto dnevniskega govora, voditeljski govor (ta ne zajema le vpeljave in povezovanje tem, o katerih v dnevniku poročajo, temveč zlasti začetni nagovor, končno odslopitev in morebitne vmesne direktne nagovore gledalca, njegovih čustev, prepričanj, zdrave pameti in drugih za TV pomembnih dušnih organov, pa pogovarjanje z gosti dnevnika itn.). Nekoč edina podlaga enotnosti dnevnika, špikerjev glas kot opora raznoterih diskurzov, je zdaj v izrazito podrejeni tehnični vlogi verziranega branja nekaterih vrstni poročil. Intimiziran je TV dnevnik zato, ker figura voditelja virtualno vpelje na kraj informiranja slehernika med gledalci tako, da je voditelj — gostitelj — gost. Slehernik je virtualno nagovorjen neposredno, še več, je vsak večer znova pogoščen z dnevnikom. Ni več neznanca v naključni masi zbranih pred zvočnikom. Vsako sporočilo je zdaj ovito v svilen papir gostiteljevih pozdravov, pogledov, prošenj, opozoril, šal, vabil, naj ostanemo še naprej z njimi.

Subjektivizacija in intimizacija, ki ju vpelje figura voditelja, sta na drugi ravni od biričevih „šaljivih opomb“. Birič je sporočilo oblasti osolil, da bi ga napravil vsaj malo bolj užitnega; da bi ublažil očitnost, strogost, resnost dejstva, da se je oglasila oblastna zahteva. Zgodovinska pridobitev radijskega informiranja, da je za enakopravnostjo diskurzov v objektivnem poročanju prikrito oblastno učinkovanje govora, je v TV dnevniku z voditeljem ohranjena in presežena: voditelj z osebnim nastopom prikriva ali vsaj blaži že to, da je televizijska podoba sveta za gledalca produkt televizijskega informativnega aparata. Subjektivizacija in intimizacija odvrčata pozornost celo za napetosti med diskurzi v oddaji, ki bi dali slutiti, da se tam formira vladajoča ideologija, saj iz tistega, kar naberejo novinarji in kar na TV naredijo v prispevke za dnevnik, naredita šopek za slehernika z zataknjeno voditeljevo vizitko. Voditelj gledalca zapeljuje in sklepa z njim zavezo, da bi gledalec vzjel nase, kar mu naprtijo v oddaji. Objektivno sporočilo je dobilo po TV partijsko nalogo, da samo od sebe vznikne v gledalcu.

TEŽAVE Z DEFINIRANJEM IN ORGANIZACIJSKE FORME TELEVIZIJE

„Okrepljeno poudarjanje Vizualnega je Grke odtujilo od primitivne umetnosti, ki jo zdaj elektronska doba ponovno izumlja.“

(Marshall McLuhan, Gutenbergova galaksija)

1.

Theodor W. Adorno je že na začetku petdesetih let v svojem Prologu k televiziji¹ ugotovil, da „televizija ljudi bolj priklene na tisto, kar je neizogibno, kot pa jih spreminja. Verjetno jih še enkrat naredi za to, kar tako ali tako so, samo še bolj za take, kot so to tako ali tako.“

Podobno je tudi naša naloga osvetliti — in s tem, ponoviti — nekatera dejstva, ki slabi vednosti o tem navkljub, medijske fenomene šele omogočajo in pogojujejo. Zanima nas zlasti vprašanje organizacijske strukture televizijskega medija. Ta namreč najmočnejše, čeprav najmanj manifestativno vpliva na vsebino televizije. To pa je že vprašanje, s katerim se ukvarja Hans Magnus Enzensberger v svojem tekstu Nova teorija o Televiziji. Naša naloga bo torej dokazati povezavo organizacijskih form televizije z njenimi vsebinami.

Da bi dojeli fenomen televizije v njegovem današnjem obsegu, moramo obdelati pojmovni aparat, v katerem živi sociološko-teoretska refleksija televizije. To pa so pojmi: masovna družba, masovna kultura, masovni mediji, sociologija masovnih komunikacij. Ob tem si moramo ogledati še odnos med sociologijo masovnih komunikacij in širšo ter starejšo panogo, sociologijo znanja.

2.

Masovna družba²

Gre za novo družbeno formo, saj se je pojavila med obema vojnama, uveljavila pa po drugi svetovni vojni. Vseeno so njeni elementi starejši, prvič se pojavijo že z nastankom polisa. Elemente masovne družbe vsebuje tudi rimski koncept enotnega državljanstva na celotnem ozemlju Imperija.

Meščanska ideja naroda, ki je podirala slojne, geografske in religiozne meje, je posameznike povezala v masovno družbo prek jezika in etnije. Občutek prvinske povezanosti je v masovni družbi transformiran v disperzno pripadnost. Šele ko je kategorija primordionalnosti izgubila svojo težo in bila sublimirana v kategorijo civilnosti, je bil mogoč družbeni konsenz.

Nastop kategorije civilnosti pomeni nastop priznanja legitimnosti določeni avtoriteti na določenem ozemlju.

Ko je nekje avtoriteta občje priznana, govorimo o dejstvu družbene konsenza. Masovna družba pa je tista, v kateri je v družbeni konsenz vključena celotna populacija. Njen zgodovinski novum leži v odnosu med populacijo in družbenim jedrom, saj masovna družba uvaja tesnejšo povezanost mase s centralnimi institucionalnimi in vrednostnimi sistemi družbe.

Za nerazvito masovno družbo je značilno, da centralne/upravne, verske in izobraževalne institucije niso zajele mase. Lokalno življenje je bilo z življenjem v središču povezano le šibko in občasno. Simbolnih mehanizmov, ki bi proizvajali ideološko navezanost na središče, namreč praktično ni bilo. Integrirane (horizontalno) so bile le razne elite, mase pa so del družbe predstavljale skoraj zgolj ekološko.

¹ Ekran, št. 9—10, 1978, letnik XV, str. 38—41.

² Olson, Philip: America as a mass society, Collier-Macmillan, New York 1963, str. 23—47.