

Evropska identiteta v skupnem avdiovizualnem prostoru

V ustreznih dokumentih Evropske skupnosti (ES)/Evropske unije (EU) kot glavni kulturni cilj nastopa vzpostavljanje in vzdrževanje t. i. evropske identitete. V tem kontekstu nastopa tudi oblikovanje skupnega avdiovizualnega prostora. Ta ideja je bila po eni strani zastavljena kot obrambna kulturna dejavnost proti grožnji »amerikanizacije«, po drugi pa sredstvo za krepitev notranje povezanosti ter uveljavljanje EU in njene identitete na mednarodnem prizorišču. Prav informacije oz. mediji kot sredstvo za razširjanje informacij naj bi bili ključno sredstvo za doseganje (politične in kulturne) enotnosti znotraj Unije, ki naj bi jo utelešala evropska identiteta kot univerzalno občutenje pripadnosti med njenimi državljani.¹

Takšno razumevanje vloge medijev in te oblike skupinske (nacionalne) identitete kaže na to, da EU prevzema model, ki prevladuje v nacionalnih državah. Iz istega vira, torej posebnega odnosa med nacionalno identiteto, mediji (televizijskim sistemom) in državo, izhaja tudi prvi sklop ovir za vzpostavljanje evropske identitete s pomočjo medijev oz. s pomočjo premišljene medijske (avdiovizualne) politike.

Nacionalna identiteta, televizijski sistem in država

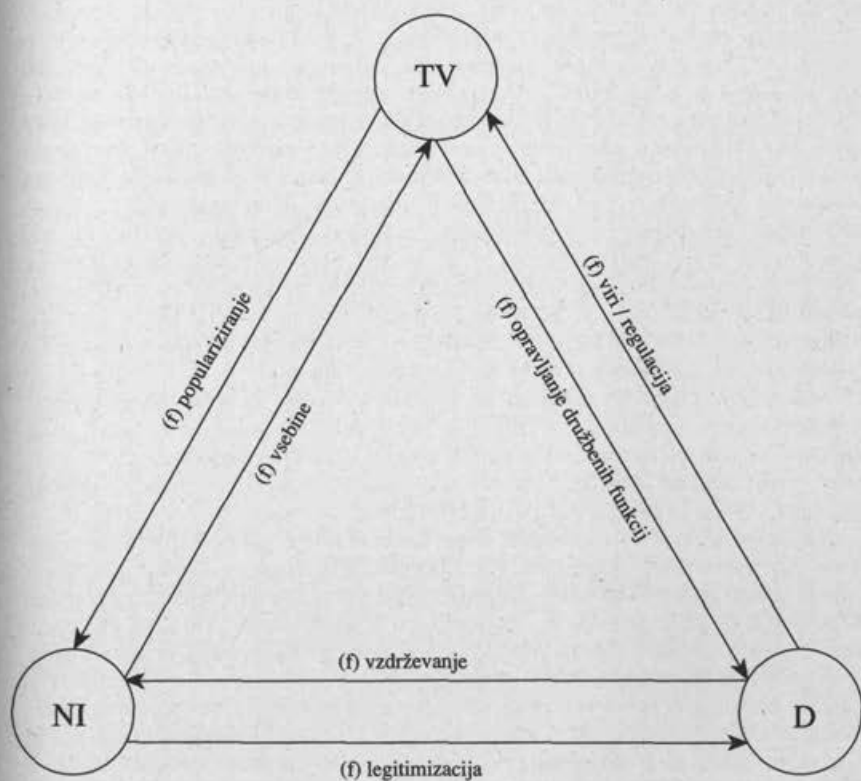
V klasičnem sistemu javne (nacionalne, državne) televizije državna administracija vzpostavlja nadzor nad televizijskim medijem in produkcijo njegovih vsebin ter zagotavlja tudi potrebne vire, da bi ta sistem v zameno opravljal določene družbene funkcije. Med njimi sta legitimizacijska in povezovalna funkcija gotovo najpomembnejši. Nacionalna identiteta v tem procesu izmenjave med televizijskim sistemom in državno administracijo je hkrati sredstvo in končni cilj. Po eni strani lahko le televizijske vsebine, ki na njej temeljijo, opravljajo legitimizacijsko in povezovalno funkcijo. Televizijski medij pa po drugi strani nacionalno identiteto vzpostavlja šele za legitimizacijo države in s tem združitvijo nacionalne skupnosti. Nacionalna identiteta je torej hkrati pravi (simbolni) vir za oblikovanje vsebin, ki naj bi opravljale družbene funkcije televizijskega sistema, in proizvod delovanja tega medija, ki jo vzpostavlja in popularizira.

Kljub zatonu klasičnega sistema javne televizije in eroziji državne (infor-

* Kristina Plavšak, diplomirana novinarka na FDV, Ljubljana.

¹ V poročilu o radijskem in televizijskem oddajanju v ES, ki ga je pripravil Odbor za mladino, kulturo, izobraževanje, informacijo in šport pri Evropskem parlamentu pod vodstvom Wilhelma Hahna, so pomen čezmejnega širjenja informacij utemeljili s temile besedami: »Informacija je odločujoč, morda odločilen dejavnik v evropski združitvi. ... Evropska združitve bo dosežena edino v primeru, če bodo Evropejci to hoteli. In samo če bo obstajala nekakšna evropska identiteta, bodo Evropejci to zares hoteli. Evropska identiteta pa se bo razvila, le če bodo Evropejci zadostno informirani« (European Communities, European Parliament, Working Documents 1981-1982, Doc. 1-1013/81.23.2. 1982 (PE 73.271/final): cit. po Zelena listina, 1984: 2).

shema 1: Funkcionalna povezanost med nacionalno identiteto, televizijskim sistemom (sistemom javne, nacionalne televizije) in državo



NI nacionalna identiteta
 D država
 TV televizijski sistem (sistem javne televizije)

→ odnos do ...
 (f) funkcija v odnosu do ...

macijske) suverenosti je podobno razumevanje vloge televizijskega sistema prisotno tudi v današnjem času.

V razmerah, v katerih dejansko suverenost držav omejujejo globalizacijski (transnacionalizacijski) procesi, zlasti na gospodarskem, tehnološkem, pa tudi na političnem področju, so se oblikovali nekakšni globalni ali nadnacionalni komunikacijski prostori. Upravljajo jih predvsem meddržavne korporacije (TNK) na področju medijev (Schlesinger, 1991b: 299). Na medijskem (kulturnem) področju prevladuje tržna logika TNK, kar vodi v komercializacijo te sfere, konvergenco nacionalnih kultur in v oblikovanje neke vrste globalne (korporacijske) kulture (z ameriško naravo) (Schiller, 1989: 30–46).

Na tem področju potekajo tudi nasprotni procesi, ki poudarjajo pomen nacionalne identitete (kulture) in televizijskega sistema kot njenega utelešenja. Kot ugotavlja Splichal (1992: 147) »kljub internacionalizaciji komunikacijske sfere, pa tudi prav zaradi nje, država še vedno predstavlja temelj komunikacijske sfere in oblikovanja nacionalne identitete«. Kot reakcija proti ogrožanju avtonomije in integritete nacionalne identitete, ki izvira iz globalizacije kulturne produkcije in potrošnje, še zlasti medijskih proizvodov (komercializacije), nastopa *nacionalno usmerjena in nadzorovana medijska (kulturna) politika*, ki teži k nacionalni suverenosti (Splichal, 1992: 147). Država se v okoliščinah posebne ogroženosti mobilizira v neke vrste kulturni obrambi, mediji in širša kulturna polja pa postanejo *bojna polja*, prostori, kjer potekajo boji za različne oblike prevlade (Schlesinger, 1991b: 299). Lahko govorimo o sobivanju različnih komunikacijskih prostorov – nacionalnih, globalnih, regionalnih, lokalnih.

V sodobnih razmerah naletimo torej na tem področju na paradoksalni položaj – država postaja vse bolj občutljiva in pri ohranjanju svoje suverenosti manj uspešna, vendar pa vztraja pri obrambi svojega kulturnega medijskega prostora prav zaradi njegove simbolne razsežnosti. Kultura je postala varnostna politika (Waever, 1992: 14). Ta trend potrjujejo končno tudi nasprotovanja držav članic Evropske unije, predvsem manjših (npr. Danske in Belgije), ob predlagani razširitvi pristojnosti institucij EU na kulturno področje ter ob poskusih vzpostavitve enotnega medijskega sistema (pri sprejemanju Direktive o televiziji brez meja). Kljub temu da so se odrekle že precejšnjemu delu suverenih pravic na ekonomskem in delno tudi na političnem področju, nacionalna kultura ostaja najpomembnejši simbol državne suverenosti, televizijski sistem (sistem javne, nacionalne televizije) pa zadnja državna trdnjava, ki skrbi za ohranjanje distinktivnih kulturnih identitet (Wood, 1992: 165). Tu se kaže na eni strani simbolna, na drugi pa praktična razsežnost nacionalne kulturne sfere in znotraj nje sistema javne (nacionalne) televizije. Kulturno (medijsko) področje je dojet kot najgloblje bistvo nacionalnega obstoja in s tem državne suverenosti (tudi če odpadejo atributi ekonomske, politične, vojaške, tehnološke idr. suverenosti). Mediji (televizija) pa naj bi bili najučinkovitejši mehanizem za ohranjanje meja in notranje trdnosti tega področja. Mediji so torej v funkciji ohranjanja nacionalne identitete ena izmed najpomembnejših opredeljujočih, povezujočih in obrambnih sil sodobne države, ki jo preplavljajo tokovi globalizacije.

Če poskusimo te ugotovitve povezati z našo razpravo o vzpostavljanju evropske identitete z avdiovizualnimi mediji, lahko trdimo, da bo ta proces izredno težaven. Nacionalna identiteta je zaradi svojih simbolnih potencialov in svoje funkcije še močno zakoreninjena v sodobnih družbah (državah) in ohranja svoj posebni odnos do televizijskega medija. Kot pravi Smith (1990: 177–180), nacionalne kulture še vedno igrajo pomembno vlogo in jih neka globalna kultura (oblika nadnacionalne identitete, h kateri teži EU) ne bo vsrkala. Nacionalna

identiteta je podobno kot nacionalni imaginarij in kultura vedno zgodovinsko značilna, saj temelji na skupnih spominih in zavesti o kontinuiteti, to ključno ogrodje pa manjka nadnacionalnim identitetam. Nacionalno identiteto so v preteklosti krepili procesi jezikovne mobilizacije, politizacije kulture in vloga inteligence, danes pa zlasti kulturne vojne (Smith, 1990: 183–185).

Evropska identiteta in avdiovizualni mediji

EU poskuša v svoji avdiovizualni politiki presaditi nacionalni model odnosov med nacionalno identiteto, televizijskim sistemom in državo na odnose med evropsko identiteto, avdiovizualnimi mediji (televizijo) in EU. Ta poskus je bil neuspešen zlasti zaradi ohranjanja posebnega (simbolnega) pomena nacionalne identitete (kulture) in s tem vloge nacionalnih televizijskih sistemov, v katerih naj bi potekal njen reprodukcijski proces. K vzpostavitvi hibridnih medsebojnih odnosov in ne prave funkcionalne povezanosti pa so prispevale tudi pomanjkljivosti posameznih gradbenih elementov (evropske identitete, avdiovizualnih medijev, preko katerih naj bi se reproducirala, in EU), ki jih bomo nakazali na tem mestu.

Temeljno vprašanje, ki se postavlja na začetku razprave o evropski identiteti, je, kaj ta pojem sploh je in kaj naj bi pomenil. *Evropska identiteta* je po svoji naravi posebna oblika skupinske identitete (nacionalne, regionalne), torej nastaja v enakem procesu formiranja mejnikov in se vzdržuje s podobnimi mehanizmi. Nacionalne (državne) okvire lahko prerašča v dvojnem smislu: predpostavlja se namreč formiranje občutka pripadnosti evropski politični skupnosti, skupnemu političnemu projektu (*politična identiteta*), obenem pa je zaželen tudi skupna zavest o evropskosti, o skupni kulturi prebivalcev Evrope, občutek vsakega posameznika, da pripada širši kulturni, organski skupnosti, ki mu daje njegovo osebno identiteto in življenjski pomen (*kulturna identiteta*) (Waever, 1992: 1, 2). Schlesinger (1993: 14) razliko med politično kulturno (etično) identiteto, ki naj bi jih vključevala evropska identiteta po vzoru nacionalne, ponazarja z razliko med prepoznavanjem sebe kot pripadnika (še neobstoječe) evropske nacije (kot državljana) in prepoznavanjem sebe kot Evropejca. Kot bomo pokazali v nadaljevanju, je vprašljiva zlasti druga sestavina.

Projekt »evropska identiteta« namreč zahteva, da v okviru EU vzpostavimo stanje *simbolične vključenosti in s tem zavezanosti*. Pri tem je problematično zlasti opredeljevanje evropskega prostora (vzpostavljanje mej Evrope)² in mejnikov, skupnih elementov, ki Evropejce ločijo od drugih. Prvo vprašanje je bilo delno rešeno s kodifikacijo državljanstva Skupnosti (»Community national«) v Pogodbi o Evropski uniji. S tem so razglasili, da evropski skupnosti formalno pripadajo državljani držav članic EU in da ti državljani Unije uživajo določene pravice in dolžnosti.³ Meje Evrope so glede na takšno opredelitev zelo nejasne, saj tečejo po mejah najbolj »obrobni« držav članic in hkrati znotraj državnih meja.

Reševanje drugega vprašanja, tj. definiranje parametrov »namišljene skup-

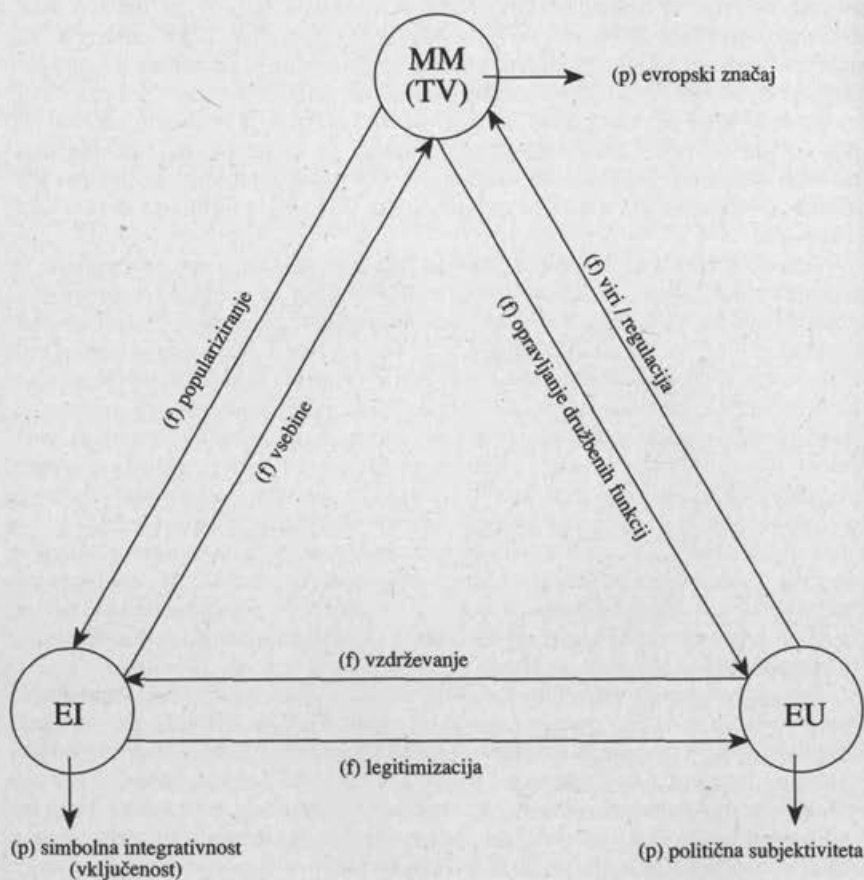
² To vprašanje je postalo pereče zlasti konec 80. let, z združitvijo Nemčije, padcem komunističnih režimov v Vzhodni in Srednji Evropi ter z razkrojem Sovjetske zveze. Države iz sedanjega socialističnega bloka naenkrat niso bile več sovražne, »out« skupine, temveč so zahtevale svojo vrnitev v skupni evropski dom. Vključevanje teh držav in drugih čakajočih, ki so bile do zdaj obravnavane kot tuje, neevropske (npr. Turčija), bo zahtevalo zelo fleksibilno definicijo evropskega prostora.

³ ... Vsaka oseba, ki ima državljanstvo države članice, bo državljan Unije.

Državljan Unije bodo uživali pravice, ki so jim podeljene s to pogodbo, in se bodo podrejali dolžnostim, ki so jim na ta način naložene (Pogodba o Evropski uniji: 8. člen).

S tem so izključeni in deprivilegirani prebivalci držav članic, ki niso njihovi državljani (imigranti), s tem pa jim je podeljen status tujcev in, posredno, sovražnega elementa (več o tem Welsh, 1993: 12–15 in Schlesinger, 1991a: 188–190).

Shema 2: Poskus vzpostavitve funkcionalne povezanosti med evropsko identiteto, avdiovizualnimi mediji in EU (pomanjkljivosti)



EI evropska identiteta
 EU Evropska unija
 MM(TV) množični mediji (televizijski sistem)

(p) pomanjkljivosti
 → odnos do ...
 (f) hipotetična funkcija v odnosu do ...

nosti, pa je zahtevnejša naloga. Za ustanovitev skupinske identitete je potrebno simbolično vezivno tkivo – zgodovinski miti in simboli, skupni spomini in tradicije, obredje, ki ima določen emotivni pomen, sproža občutke pripadnosti in skupne zavesti. V tem pogledu imajo nacionalne identitete očitne prednosti, EU pa se je znašla v paradoksalni situaciji: evropsko identiteto mora namreč konstruirati iz materiala, na katerem temeljijo nacionalne identitete, strukture, ki naj bi jih prerasla in izrinila. Poleg tega pa, kot smo že opozorili, prav težnja, da bi se zmanjšal pomen nacionalnih kultur in identitet ter da bi se te zlele v skupno kulturno tvorbo, sproža obrambne mehanizme na nacionalni ravni. Ta evropski projekt je tako obenem nacionalni preporod in aspiracija, da bi se ustvarila nekakšna globalna kultura (Smith, 1992: 67).

Kaj je torej evropska kultura, iz katere naj bi izhajala tudi evropska identiteta: vsota različnih identitet in skupnosti ali nekaj, kar obstaja nad temi populacijami in kulturami? Ali lahko govorimo o specifičnih »evropskih izkušnjah«? Smith (1992: 68) navaja nekaj področij, kjer bi jih lahko našli: jezikovno (pripadnost indoevropski jezikovni skupini), kulturno-zemljepisno in teritorialno-simbolično (Evropski dom od Urala do Atlantika), versko (skupna krščanska religija) in občutenje tujca (definiranje »oni« skupine – Neevropcejev). Opozarja pa tudi, da znotraj vsakega od teh področij nastopajo razcepi in problemi (jezikovne in kulturne razlike, različni pravni, ekonomski in politični sistemi, različne religije idr.). Evropejci se v nekaterih elementih med seboj bolj razlikujejo kot v odnosu do Neevropcejev, obenem pa si delno delijo tradicije (npr. rimsko pravo, politična demokracija, parlamentarne ustanove, židovsko-krščanska etika) in kulturno dediščino (npr. renesansa in humanizem, racionalizem in empiricism ter romantika in klasicizem). To konstruira t. i. *družino kultur*, ne pa enotnost v različnostih, ki velja za uradno evropsko kulturno formulo (Smith, 1992: 70). Ne gre torej za ustvarjanje enotnosti v in z raznovrstnostjo, temveč za delno prekrivanje kulturnih vzorcev, ki presegajo nacionalne in državne meje. Nacionalne kulture ohranjajo svojo distinktivnost in učinkovitost, družina skupnih evropskih sestavin pa sestavlja bazo za sodelovanje med državami in narodi ter s tem za oblikovanje politične skupnosti, kot naj bi bila EU (Smith, 1990: 187). Evropska kultura torej ni ne vsota vseh kultur evropskih držav ne neki samostojni, nadnacionalni organizem. Je ohlapen splet elementov (motivov), ki družijo prebivalce določenega prostora (celine), širši okvir, znotraj katerega se organizirajo posamezne kulture in značilne lojalnosti.

Če se povrnemo na točko, kjer smo ločili politično in kulturno identiteto, lahko trdimo, da se bo prva konstituirala na evropski ravni z uresničenjem Pogodbe o Evropski uniji, tj. z republikansko konstrukcijo državnega subjekta (državljanstvo, zunanja in varnostna politika, notranja politika idr.), druga pa bo primerno ostala nacionalna (Weaver, 1992: 23). S tem možnost, da bi evropska kulturna identiteta obstajala, ni popolnoma izključena. Ob različnih nacionalnih in vse močnejših regionalnih, lokalnih etničnih identitetah lahko sobiva, vendar zaradi slabosti, na katere smo opozorili, teh identitet nikoli ne bo prerasla. Zavedati se moramo namreč tudi ključne razlike med političnimi in gospodarskimi sferami kot namerno konstruiranimi in institucionaliziranimi enotami ter med kulturnimi sferami, ki so proizvod daljšega zgodovinskega razvoja in nastajajo relativno spontano, nenačrtovano in neanticipirano (Smith, 1990: 187, 188).

Prav zaradi teh značilnosti se EU zapleta v nove paradokse. Posnema model nacionalne države (morda bi to lahko delno trdili za celotni ustroj prihodnje EU), kjer sta kultura in politična organizacija v odnosu medsebojne odvisnosti

– vzdrževanja in legitimizacije. Glede na to da ima *EU* težave s svojo *politično subjektiviteto*, torej da ni popolnoma jasno, kako naj bi se nadaljnja integracija razvila (Pogodba o Evropski uniji daje le osnovne smernice), kulturno (medijsko) področje pa dejansko ostaja v pristojnosti držav članic, je ta odvisnost le enostranska. Države članice namreč še vedno opravljajo funkcijo vzdrževanja in zagotavljajo ustrezne mehanizme za reproduciranje svojih nacionalnih kultur (identitet), zato ta sestavina ni ogrožena. Nasprotno pa evropska integracija, ki potrebuje *legitimizacijo*, nima enakovrednega kulturnega amalgama kot države članice. Tega so se zavedali že ustanovitveni očetje Evropske skupnosti in drugi pomembni evropski funkcionarji. Robert Schumann (1951; nav. po Weaver, 1992: 10) je tako na primer dejal, da mora biti Evropa najprej kulturna skupnost, preden postane vojaško zavezništvo ali gospodarska skupnost. Znana pa je tudi izjava Jeana Monneta: »Če bi začeli z Evropsko skupnostjo vse znova, bi morali začeti s kulturo« (nav. po Schlesinger, 1991a: 141).

Po eni strani se evropska (politična) identiteta konstruira šele znotraj določenega (nacionalnega) institucionalnega okvira, ta pa po drugi strani potrebuje kulturno (simbolno) podlago, ki je še vedno v lasti držav članic.

Tako evropska identiteta temelji zlasti na nekakšnih državotvornih simbolih, kot so npr. zastava, potni list, himna ali ustanove *EU*, zlasti parlament, nikakor pa ne more izhajati iz skupnega jezika ali kulture.

Vloga množičnih medijev, predvsem televizijskega sistema, je v naši shemi sicer ključna, vendar v precejšnji meri nejasna. Da bi posamezni televizijski sistem znotraj avdiovizualnega sektorja opravljal kulturne naloge, ki mu jih podeljuje *EU*, tj. oblikovanje in vzdrževanje evropske identitete, bi moral imeti tipično *evropsko naravo*. Ta naj bi se izražala v lastništvu, nadzoru, strukturi zaposlenih, kraju oddajanja in transmisijem dosegu, zlasti v zastopanosti ustvarjalcev in vsebinah. Tako je European Television Task Force v svojem poročilu (1988: 114–117) predlagala, da bi ustanovili *evropski sistem javne televizije* oz. več takih sistemov, ki bi oddajali v različnih jezikih. Tak sistem naj bi bil neodvisen od vpliva nacionalnih vlad, evropskih ustanov od ali kakršne koli druge oblike političnega in institucionalnega nadzora, z izjemo Evropskega revizorskega sodišča (European Court of Auditors); podrejen le ustreznim evropskim statutom, ne pa nacionalni medijski zakonodaji; ter večnacionalen v naravi, usmeritvi in osebnju. Finančna sredstva bi črpal iz različnih virov: evropske in nacionalne takse na kabelske povezave in satelitsko opremo, neposredne subvencije evropskih ustanov, prispevki nacionalnih medijskih organizacij, oglaševanje in sponzorstvo, naročnina, evropska loterija, izdajanje revij s televizijskimi programi («crossmedia advertising»). Evropska televizija bi morala v svojem programu upoštevati merila kakovosti (European Television Task Force, 1988: 42–46), zlasti merilo raznovrstnosti, in uravnoteženosti: zagotavljati enakovredno zastopanost različnih narodov, regij, manjšin, jezikovnih skupin in sploh vseh evropskih kultur; zagotavljati uravnoteženost znotraj programa (informativni, izobraževalni in zabavni program); skrbeti za različne identitete, okuse in interese občinstev; raznovrstna pa naj bi bila tudi produkcija in izvor programov (poseben pomen je na tem mestu dodeljen neodvisni produkciji). Načrtovalci evropskega televizijskega sistema so dali tudi zanimivo idejo, kako naj ta sistem doseže dovolj veliko občinstvo – poveže naj se z nacionalnimi televizijskimi sistemi, ki so v finančni stiski. Ti naj proti skromnemu doplačilu predvajajo evropske programe (European Television Task Force, 1988: 116).

Opisani predlog je sicer videti kot najboljša rešitev, vendar pa se je v realnosti

pokazalo, da je ideja o evropskem televizijskem programu utopična. Naša ugotovitev velja tako za univerzalne (primer Europa TV) kot tudi specializirane, zlasti informativne programe (Sky Channel). V začetku je bila ustanovitev evropskega kanala sicer eden od poglavitnih ciljev politike ES na področju avdiovizualnih medijev (glej Poročilo, 1983), vendar je večina poskusov, da se ta cilj tudi udejani, propadla.⁴ Vzroke za to vidimo v značilnostih občinstva ter spremljajočih gospodarskih dejavnikih. Gledalci dajejo prednost nacionalni televiziji in programom v svojem jeziku, nato pa najraje izbirajo posebne programe in komercializirane vsebine splošne narave, ki so v glavnem predvajane v angleškem jeziku (Collins, 1989: 366). Med evropskimi televizijskimi postajami so se tako izkazale kot uspešnejše tiste, ki so usmerjene na regionalni (jezikovni in kulturni) trg (npr. RTL Plus, Sat-1, Filmnet, Lifestyle), ki pa v glavnem predvajajo ameriške filme ali prevzemajo komercializirane formate. Te postaje torej upoštevajo obe navedeni težnji gledalcev.

Lahko trdimo, da je jezikovna in kulturna raznovrstnost Evrope ena izmed primarnih ovir za oblikovanje enotnega trga za evropski televizijski sistem. Zaradi te značilnosti in seveda zaradi konkurence nacionalnih televizijskih sistemov, komercialnih postaj v angleškem jeziku in podobnih regionalnih postaj (v jezikih središča regije, tj. v skupnem jeziku), tak sistem ne more doseči zadostnega števila gledalcev, ne pritegniti dovolj oglaševalcev ali drugih virov sredstev. S tem pa ne more ustvariti dovolj sredstev za lastno preživetje (produkcijo, distribucijo idr.). Razumljiva je tudi rezerviranost držav, ki naj bi pomagale vzpostaviti tak sistem. Te se namreč iz že navedenih razlogov raje oklepajo nacionalnega televizijskega sistema.

Zastavlja se tudi vprašanje, kaj naj bi mediji z evropsko naravo predvajali oz. kakšne vsebine naj bi zrcalile evropsko kulturo in identiteto.⁵ Ugotovili smo namreč, da ti dve kategoriji ne obstajata kot koherentna, distinktivna organizma. Če izhajamo iz opredelitve, da se evropska kultura (identiteta) formira na podlagi različnih kultur evropskih narodov, potem se odpirajo novi problemi: kako bi znotraj programa evropske televizije uravnotežili prispevke vseh kultur in kako bi zagotovili zastopanost majhnih narodov in jezikovnih (kulturnih) manjšin?

Končno je napačna tudi predpostavka, ki se pojavlja v nekaterih dokumentih ES (Zelena listina, 1984: 2), da bi distribucija enakega proizvoda (morebitnega evropskega programa) vodila k identični interpretaciji s strani gledalcev. S tem bi

⁴ Prvič so poskušali vzpostaviti panevropski televizijski servis in s tem vseevropsko občinstvo s Sky Channel, ki je začel oddajati iz Londona aprila 1982. in z Eurikon eksperimentom, ki je potekal jeseni istega leta. Sky Channel je prvotno naslavljal evropsko občinstvo in predvajal večino programov, ki so izhajali iz držav Skupnosti. Ko pa so njegove izgube naraščale (L 5.69 milijona v letu 1985, L 10.2–14.6 milijona v letu 1987), se je preusmeril na britanski prostor (Collins, 1989: 365–367). Eksperimenti nekaterih članic EBU v okviru Eurikon so dosegli višek pri oddajanju t. i. Europa TV, ki je delovala v obdobju 1985–1988. Njena programska shema naj bi bila evropska, komplementarna, neodvisna in izvirna; vključevala je širok spekter kakovostnih programov iz različnih držav, ki so izražali evropsko kulturo in jo bogatili, v informativnem programu so bile zastopane vesti, pomembne za celotno evropsko občinstvo, umeščene v širši evropski kontekst, jezikovni problem pa je bil rešen s pomočjo večjega števila zvočnih kanalov in podnapisov na teletekstu. Kljub inovativnemu in premišljenemu programu je Europa TV propadla iz gospodarskih in političnih razlogov (European Television Task Force, 1988: 98, 99).

⁵ Absurdno je, da ohlapna definicija evropske produkcije oz. evropskega dela glede na izvor nastanka in državljanstvo ustvarjalcev (Direktiva o televiziji brez meja, 1989: 6. člen) ustreza prav novim komercialnim medijskim subjektom v Evropi. Tako je namreč vključen širok spekter medijskih vsebin, med drugim tudi komercialnih, zanemarljiva pa se morebitna simbolna sestavina. Takšna definicija najbrž izhaja iz nejasne opredelitve evropske kulture in identitete – tako kot ni jasno, kaj sestavlja evropsko kulturo, ne more biti jasno niti, kakšne so vsebine, ki naj bi jo predstavljale.

namreč zanikali pomen konteksta sprejemanja (kulturne in jezikovne matrice)* in predpostavljali, da določena nadnacionalna identiteta že obstaja, ne pa da jo avdiovizualni mediji šele konstruirajo (Schlesinger, 1993: 12, 13).

Projekt evropskega televizijskega sistema je zaradi teh pomanjkljivosti propadel. Na evropskem medijskem področju pa na eni strani tekmujejo programi, v katerih prevladujejo *ameriško-angleške (komercializirane) vsebine*, na drugi pa *nacionalni televizijski sistemi (sistemi javne televizije)* (Negrine & Papatanasopoulos, 1991: 27). Ne eni in ne drugi ne sestavljajo ustreznega mehanizma za konstruiranje in reproduciranje kakršne koli evropske identitete. Prvi se z izbiro vsebin, ki sledijo pridobitniški logiki, oddaljujejo od definicije evropske narave, drugi pa so, kot smo že opozorili, pomembno kulturno in družbeno determinirani ter delujejo v skladu z državnimi (nacionalnimi) interesi.

Glede na to da EU nima svojega (institucionalnega) televizijskega sistema, mora za uresničenje svojih ciljev uporabljati pač ti dve obstoječi možnosti, ki sta, kot smo pokazali v poglavju o Direktivi o televiziji brez meja in implementaciji, le delno pod njenim nadzorom. S tem sta funkciji, ki naj bi ju množični mediji opravljali v odnosu do EU in evropske identitete, precej okrnjeni.

Če povzamemo: Zlasti dejavnika, kot sta narava obstoječih avdiovizualnih medijev in neopredeljenost evropske identitete, omejujeta uresničevanje kulturne funkcije avdiovizualne politike EU. Avdiovizualni mediji so lahko sredstvo določene oblike politične propagande, ki zagotavlja ustrezno podporo EU, ali kvečjemu kot dejavnik, ki zbližuje kulture in narode Evrope, ne konstruira in ne reproducira pa vseobsežne evropske kulture in identitete.

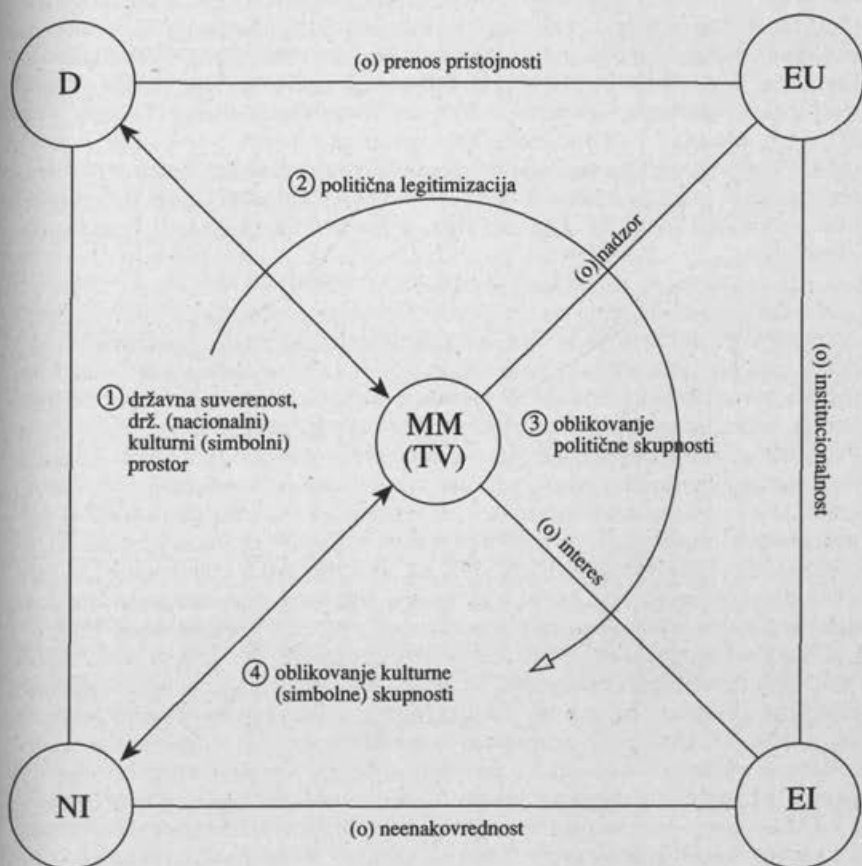
Možnosti za skupni evropski avdiovizualni prostor

Naše ugotovitve iz prejšnjih dveh poglavij smo poskušali strniti v shemo 3, ki kaže odnose med kategorijami države, EU, množičnih medijev (televizijskih sistemov), nacionalne in evropske identitete. Polja, ki jih sestavlja vsak splet trikotarskih odnosov, so faze razvoja ES/EU, ki naj bi jih ta dosegla s pomočjo avdiovizualnih medijev, tj. s pomočjo konsistentne avdiovizualne politike. Na uresničevanje teh faz vplivajo posamezni diadni odnosi in motnje v njem.

Prvo polje, tj. *polje državne suverenosti* oz. državnega (nacionalnega) kulturnega (simbolnega) prostora na tem mestu obravnavamo kot relativno neproblematično in stabilno, čeprav to ne drži (o problemu omejene suverenosti smo namreč govorili že na drugem mestu). Prav zaradi močne povezave med državami in množičnimi mediji (zlasti sistemom javne televizije) prihaja v polju *politične legitimacije* do motenj med odnosi države članice do EU, ki se izražajo v odnosu EU do množičnih medijev. Primer Danske kaže, da države na kulturnem oz. medijskem področju niso pripravljene prenesti svojih suverenih pravic na EU in s tem podeliti njenim organom ustrezne (in potrebne) izvršilne in nadzorne funkcije (pristojnosti). Kljub temu lahko trdimo, da je bila EU pri *oblikovanju politične skupnosti* relativno uspešna. Do določene mere je namreč institucionalizirala evropsko (politično) identiteto, ki pa ji manjka njena prava simbolna sestavina. V obstoječih razmerah sobivanja nacionalnih komercialnih in nacionalnih javnih

* Katz in Liebes sta v svoji primerjalni kulturni raziskavi z naslovom *Decoding Dallas?* (1984; nar. po Roach, 1990: 293) dokazala, da televizijski gledalci pomen medijske vsebine dekorirajo glede na njihovo družbeno in kulturno pripadnost in da so tako enake vsebine v različnih okoljih interpretirane na različne načine.

Shema 3 – Faze razvoja ES/EU s pomočjo avdiovizualnih medijev in njihove ovire



NI nacionalna identiteta
 EI evropska identiteta
 MM(TV) množični mediji (televizijski sistem)
 D država
 EU Evropska unija

↔ specifična (rigidna, neproblematična) povezanost
 ④ razvojna faza
 (o) ovire v odnosu
 → smer razvoja

medijev se evropska identiteta ne more uveljaviti v polnem pomenu, torej tudi v svoji kulturni (simbolni) razsežnosti, ker mediji zaradi svoje narave za njeno konstrukcijo in reprodukcijo preprosto niso zainteresirani. Zato je pri vzpostavljanju zadnjega polja, tj. *oblikovanja kulturne (simbolne) skupnosti* s pomočjo avdiovizualnih medijev (televizijskih sistemov), EU šele na začetku svoje poti. Evropska identiteta je v odnosu do nacionalne v podrejenem položaju in se bo zgradila šele v nekem dolgotrajnejšem, kompleksnejšem procesu. S kulturo (identiteto) smo sklenili krog, ki prikazuje razvojne faze EU (od državne suverenosti do nadnacionalne kulturne skupnosti) (prim. Galtung, 1989: 22–29). Vprašanje je, kako bi se povezovalni proces iztekel, če bi se EU razvijala v obratni smeri, torej tako kot sta predlagala Schumann in Monnet. Teoretično gledano bi bila EU, ki bi nastala iz evropske kulturne (simbolne) skupnosti, trdnjša. Seveda pa tega ne moremo zagotovo trditi, saj bi morali upoštevati dolgotrajnost in nepredvidljivost tega procesa, ki ga pogojujejo številni, že nakazani dejavniki (zlasti zakoreninjenost nacionalnih kultur in identitet, vloga držav in druge družbene, zgodovinske okoliščine).

Pokazali smo, da ideja oz. projekt oblikovanja evropskega avdiovizualnega prostora kot najmanjšega skupnega kulturnega imenovalca v programskih vsebinah, ki jih proizvajajo Evropejci in so namenjene evropskim gledalcem (Schlesinger, 1993: 8), temelji na napačnih predpostavkah in je zaradi številnih ovir le težko uresničljiva. Tak prostor sicer obstaja, vendar ni enoten in ga le v omejenem smislu opredeljuje njegova *evropskost*. V naši razpravi smo pokazali, da so glavni akterji v tem prostoru po eni strani države, ki z avdiovizualnimi mediji branijo svojo kulturno identiteto in s tem podpirajo kulturno (in drugačno) raznovrstnost evropskega avdiovizualnega prostora. Kot drugi močni protagonist, ki premaguje celo države, nastopajo TNK na področju avdiovizualnih medijev. Te v svoji profitni logiki sicer težijo k enotnemu trgu, vendar zaradi narave svojega delovanja (komercializacije, ‚amerikanizacije‘) izničujejo njegovo evropskost.

Po našem mnenju so edine realne možnosti, s pomočjo katerih bi lahko vzpostavili in okrepiли občutek skupnosti, satelitsko prenašanje nacionalnih programov, povečana izmenjava programov med evropskimi državami in ustrezna podpora evropski televizijski produkciji, zlasti koprodukcijam med državami članicami. Jezikovne in kulturne ovire, ki čim bolj otežujejo uspešno uresničevanje teh ukrepov, bi države odpravile s povezovanjem v ‚naravne‘ regije znotraj Unije.

EU se mora v svojem odgovoru prilagajati zahtevam in interesom držav članic ter raznovrstnosti znotraj svojih meja na najboljši možni način uravnotežiti. Pri oblikovanju in uresničevanju svojih ciljev, kot sta evropski medijski (televizijski) sistem in evropska identiteta (kultura), mora upoštevati, da ti kategoriji ne obstajata neodvisno od posameznih držav in narodov, njihovih kultur in medijskih (televizijskih) sistemov. Tudi ne moreta zaživet, če bosta arbitrarno postavljeni nad njimi. EU naj nastopa kot zveza enakovrednih držav in narodov, regij, raznovrstnih kultur in identitet, medijskih (televizijskih) sistemov. Določeni korpus nadnacionalnih pravil ter zakonodajni in izvršilni organi z zadostnimi pooblastili naj hkrati zagotavljajo obstoj in razvoj skupnosti ter avtonomijo njenih posameznih gradbenih delov. Kako bo ta vizija uresničena, v sedanjih fazi razvoja EU ostaja odprto vprašanje.

Pogodba o Evropski uniji – Treaty on European Union (.The Maastricht Treaty'): podpisana 1992 v Maastrichtu, začela veljati 1. novembra 1993. Luxembourg: Office for Official Publications, 1992

Poročilo (Komisije Evropskemu parlamentu) – Realities and Tendencies in European television: Perspectives and Options. Report from the Commission to the European Parliament. COM (83) 229. 25. 5. 1983.

Zelena listina – Television Without Frontiers. Green Paper on the Establishment of the Common Market for Broadcasting Especially by Satellite and Cable (Communication from the Commission to the Council, 14. 6. 1984). COM (84) 300. OJ C 303. 25. 11. 1985

Direktiva o televiziji brez meja (.Television Without Frontiers Directive') – Council Directive of 3 October 1989 on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the pursuit of television broadcasting activities, 89/552. Official Journal (OJ) L 298/23. 17. 10. 1989

LITERATURA

COLLINS, Richard (1989): The language of advantage: satellite television in Western Europe. *Media, Culture and Society* 11 (3), str. 351-371

EUROPEAN Television Task Force (1988): Europe 2000: What kind of television. Manchester: The European Institute for the media

GALTUNG, Johan (1989): Europe in making. New York, London: Crane Russak

NEGRINE, R. in S. PAPATHANASSOPOULOS (1991): The Internationalization of Television. *European Journal of Communication* 6 (1), str. 9-32.

ROACH, Coleen (1990): The movement for a New Work Information and Communication Order: a second wave?. *Media, Culture and Society* 12 (3), str. 283-307.

SCHILLER, Herbert I. (1989): Culture, Inc. The Corporate Takeover of Public Expression. New York, Oxford: Oxford University Press

SCHLESINGER, Philip (1991a): Media, State and Nation. London: Sage

SCHLESINGER, Philip (1991b): Media, the political order and national identity. *Media, Culture and Society* 13 (3), str. 297-308

SCHLESINGER, Philip (1993): Wishful Thinking: Cultural Politics, Media, and Collective Identities in Europe. *Journal of Communication* 43 (2), Spring, str. 6-17

SMITH, Anthony D. (1990): Towards a Global Culture? V Featherstone, Mike: Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity. *Theory, Culture and Society* 7 (2-3), London: Sage, str. 171-191

SMITH, Anthony D. (1992): National identity and the idea of European unity. *International Affairs* 68 (1), str. 55-76

SPLICHAL, Slavko (1992): Izgubljene utopije? Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče

WEAVER, Ole in Morten Kølstrup (1992): Europe and its nations: political and cultural identities. Referat na panevropski konferenci (ECPR Standing Group on International Relations), Heidelberg, september 1992

WELSH, Jennifer M. (1993): A Peoples' Europe? European Citizenship nad European Identity. EU1 Working Paper in European Cultural Studies No. 93/2. Firenze: European University Institute

WOOD, Nancy (1992): Editorial. *Media, Culture and Society* 14 (2), str. 163-168