

ELEKTRIKA POSPEŠUJE RAZVOJ KULTURE

»Elektrika pospešuje razvoj kulture« je propagandni slogan, s katerim je Elektrogospodarstvo Slovenije leta 1959 bralcem časopisov voščilo Dan republike, ob njem pa je stala risba televizijskega sprejemnika. Takrat je bilo v Sloveniji okrog 500 televizorjev, prvi javni televizijski program je bil oddajen tri leta prej, tega leta pa so iz ljubljanskega studia prenesli že 231 ur programa. Poteza Elektrogospodarstva zgledno ponazarja progresistično-razsvetljenjski imaginarij, ki je vse minulo desetletje¹ spremljal uvajanje televizije med Slovence.

Časnikarji so slavili »propagandni in družbeni pomen« televizije, ki se je raztezal od socialističnega kolektizma »skupnega, lahko bi rekli, družinskega gledanja programov«, do antropološkega prosvetiteljstva – ko so mariborske gostilne v kot postavile televizorje, je bilo konec »auf-biksa«.

Prav v tem času so se v zahodnem delu sveta, zlasti ZDA, začele razvijati humanistične interpretacije, ki so opozarjale na antisocialno vlogo televizije² in so se kmalu razširile tudi v Slovenijo. Njihovo izhodišče je politično ideološko izrazilo nedoločljivo³, skupen pa jim je neke vrste prezir do kulture množic, ki ga takorekoč v čisti obliki ilustrira koncept »obnašanja mase«, ki da, po slovenski navedbi ameriškega sociološkega učbenika, med drugim »povzroči oslabitev kreativnih in kulturogenih elit« ter »determinira splošno anti-intelektualno zadržanje, saj spodbuja poenostavljanje in zniževanje normativnega okusa«⁴.

Uvajanje televizije med Slovence je bilo, veliko bolj kot stvar nekakšnega empirično izsledljivega, samoniklega gibanja »v praksi«, vseskozi zavezano konceptu, ideji, načrtu. Ta pa je bil, in je, nenehno razpet med opisani interpretacij oziroma njuni izhodišči: pojem napredka in pojem števila.

1

Christopher Lasch je lani, v krasnem eseju za italijanski L'Espresso, med drugim zapisal: »Vera v napredek je že v 18. stoletju postala svetovna religija Zahoda: najprepričljivejša in načeloma progresistične ideologije je vedno povezovala ekonomsko rast z demokratizacijo potrošnje. (...) Poslednji udarec je veri v napredek, posebej liberalni (in marksistični) in načeloma take vere, v kateri se materialni napredek razumeva kot proizvod demokracije, zadala zavest o tem, da neskončna ekspanzija potrošnje predpostavlja socialne pogoje, ki niso več dosegljivi«⁵. Lascheva teza, prvič, potrjuje, da ideja napredka in teža števila nikakor nista tako daleč vsakbej, kot bi sodili po njuni opisani pojavnosti, da torej nista pojmovni opoziciji, temveč pojmovni par: ideja napredka poganja težo števila in obratno. Drugič pa nas opozarja, da sta pojem napredka in teža števila prav kot gonili iste ideologije hkrati gonili določenega načina produkcije ter geografsko in časovno določljivega zgodovinskega obdobja.

Temu obdobju se, kot je znano, pripisuje dva enako razvpita atributa, prvi je razmah industrijske proizvodnje, drugi je avtonomizacija umetnosti. **Arnold Hauser**, čigar mnenje je dovolj reprezentativno za klasično pojmovanje kulture tistega časa, o literaturi 19. stoletja pravi, da ji »je grozila nevarnost, da postane bodisi mehanična proizvodnja, ki jo določa povpraševanje (...), bodisi (...) esteticistično ljubiteljstvo«⁶. Kar za konkretne primere, ki jih navaja (Balzaca za prvo in Flauberta za drugo možnost) morda velja, sami tezi o izključujoči si »mehanični proizvodnji«, ki predpostavlja množičnost in »esteticističnem ljubiteljstvu«, ki je stvar elitnega kroga manjšine, pa želimo zoperstaviti droben podatek iz same spremembe jezika, ki se zgodi v tistem času.

Pojem avantgarde, kot najbolj splošno nečesa, kar je v odnosu na obče, na večino vselej »pred«, »avant« in obenem v manjšini – danes pa se v popularnem žargonu večinoma uporablja v

pomenu, ki ni daleč od »kreativnih in kulturogenih elit« iz gornjega citata – je bil dotlej izključno vojaški termin. 1479 ga je Malory uporabil v Arthurju: »*Lyonci... so imeli avantgardo*«, in kot tak je bil v rabi še vse do leta 1796 (»*General Stengel... je poveljeval avant-gardi vojske*«)⁷. Izvor sodobnega pomena termina avantgarda Jencks pripiše Francoski revoluciji, prvič pa ga v tem pomenu najde zapisanega leta 1825, v knjigi *Opinions littéraires, philosophiques et industrielles*, ki je izšla tega leta v Parizu. Avtor knjige, nakdanji vojak **Henry de Saint-Simon**, v njej razvija koncept »združene avantgarde umetnikov, znanstvenikov in industrialcev«⁸, ki bi skupaj ustvarjali pozitivno prihodnost. Saint-Simonov koncept torej ne le, da temelji na enosti družbenega napredka in rabe stroja, torej množične produkcije, temveč v samem pojmu avantgarde, torej na strani napredka, združuje »umetnostno elito« in znanstvenike in industrialce, stroje, »mehanično proizvodnjo« in kreacijo.

Idejo sinteze so po Saint-Simonu razvijali v kontekstu socialnih utopij⁹, in v kontekstu umetnostnih avantgard. Osišče slednjega je metafora stroja kot ena najpogostejših metafor moderne kulture.

Znan je **Le Corbusierjev** koncept hiše kot »*machine a habiter*«, in celo **Oscar Wilde**, v nekem predavanju leta 1882, pravi: »*Vsi stroji so lahko lepi, celo če so neokrašeni. Ne poizkušajte jih krasiti. Ne moremo se ubraniti misli, da je lahko dober stroj tudi čeden, saj so poteze moči in poteze lepote eno in isto*«¹⁰. Metafora deluje seveda na povsem različnih ravneh, od modernističnih eksperimentiranj s formo, z jeziki posameznih umetnostnih praks, in redukcijo formalnih elementov na tiste najenostavnejše, temeljne, kar naj bi povzemalo »estetiko strojev« (npr. gibanje l'art pour l'art, sintetični kubizem, ruski suprematizem) do čisto konkretnih projektov gibanj z začetka tega stoletja. To sta zlasti futurizem (»*polagali smo roke na njihove vroče prsi*«, pravi prvi futuristični manifest iz leta 1909 za avtomobile, in slavi »*veliko množico, moderno velemesto, tovarne orožja in ladjedelnice ponoči, železnice, parnike, letala*«¹¹) in konstruktivizem, ki pa je navkljub temu, da je bila novoustanovljena Sovjetska zveza hipotetično najbolj ugodno okolje za razvoj umetnosti kot »*žive tovarne človeškega duha – na ulicah, v tramvajih, tovarnah, delavnicah in delavskih domovih*«, kot je najavil **Majakovski**¹², dosegel le dve delavnici, s pravo petletko pa žalostno končal.

Strojni mehanizem kot način mišljenja seveda presega te okvire, vendar me na tem mestu bolj kot sprememba samega pojmovnega sistema zanima nek drug vidik ideološkega potenciala stroja. Namreč problem praktične integracije stroja in z njim zakonitosti industrijske proizvodnje in tradicionalne dejavnosti. V klasičnem materialističnem žargonu bi namreč lahko rekli, da ob vstopu stroja v zahodnoevropsko kulturo produkcijska razmerja močno zaostajajo za proizvodnimi silami. To je posebej očitno na področju proizvodnje bivalnih in uporabnih predmetov, torej, dobesedno, življenjskega okolja, ki je bilo dotlej v izključni domeni rokodelcev.

Leta 1851 je bila v Londonu, prvič na svetu in ob intenzivnih osebnih prizadevanjih samega **princa Alberta**, postavljena »*razstava surovin in tehničnih izdelkov iz vsega sveta*«. Zanimanje je bilo neznansko – prav tako pa tudi razočaranje: »*Tako obisk kot velikost poslopji in množina razstavljenih izdelkov – vse je bilo veličansko. Z estetskega gledišča pa so bili ti proizvodi gnusni*«¹³. Podobno **A. Welmer** pripominja, da je »*posurovljenje življenja*« spremljalo »*osamosvajanje umetnosti*«¹⁴, proti čemer je desetletje

⁷ Charles JENCKS: THE POST AVANT-GARDE, Art & Design, Vol 3, 7/8, St. Martin's Press, New York, 1987, str. 8

⁸ JENCKS, ibid., str. 8

⁹ Na eni strani seveda Marx, na drugi tudi komunistični nasprotniki, zlasti anarhisti in po-revolucijska Francija je polna radikalnih časnikov z naslovom L'Avant-garde. Tako se je imenovala tudi revija, ki jo je kasneje v Švici izdal Kropotkin, bral pa naj bi jo z veseljem, tako njegovi biografi, Le Corbusier, kar naj bi neposredno vplivalo na njegove arhitekturne in urbanistične koncepte. Gornjo delitev na »socialne utopije« in »umetnostne avantgarde« gre torej razumeti le pogojno.

¹⁰ Nikolaus PEVSNER, PIONIRJI MODERNEGA OBLIKOVANJA, Mladinska knjiga, Ljubljana 1965, str. 17

¹¹ PEVSNER, ibid., str. 27

¹² JENCKS, ibid., str. 12

¹³ PEVSNER, ibid., str. 30

¹⁴ Albrecht WELMER, PRILOG DIALEKTICI MODERNE I POSTMODERNE, Bratstvo jedinstvo Novi sad, str. 116

¹ Leta 1949 je bil ustanovljen laboratorij za televizijo pri Inštitutu za elektrovezve.

² Glavni atributi: pasivizacija občinstva, kreacija stereotipnih reakcij, negativen vpliv na razvoj otrok in vsiljevanje »slabega« družbenega vedenja.

³ Na primer: v petdesetih je desnica televiziji pripisovala odgovornost za širjenje mladinskih kultur, levica pa za naraščajoči družbeno apatijo in »pomeščanje« množic, oboje pa naj bi bilo dokaz manipulativne moči novega medija.

⁴ Tomaž KRŽIČNIK, EKRAN 9–10, vol. 14, letnik 1989, str.

⁵ Christopher LASCH, Smrt Liberalizma, posebna številka tednika L'Espresso, posvečena napovedim za devetdeseta leta.

⁶ Arnold HAUSER, UMETNOST IN DRUŽBA, Državna založba Slovenije, Ljubljana, 1980, str. 268



po omenjeni razstavi nemočno besnel **William Morris**: »To govorjenje o navdihu je popoln nesmisel, česa takega sploh ni; pri vsem tem gre samo za rokodelstvo«¹⁵. Diplomant Oxforda, študent stavbarstva in slikarstva, nekaj časa tudi v krogu preraphaelitov, ob osamosvojitvi ni ustanovil umetniškega studia, temveč podjetje z imenom **Morris, Marshal & Faulkner**, umetni obrtniki za slikarstvo, rezbarstvo, pohištvo in kovine. Vendar je Morris, čeprav je bil njegov ideal proizvodnja pohištva za množice, vztrajal pri rokodelskem načinu izdelave uporabnih predmetov, ki so bili zaradi tega preprosto – enkratni, ne množični, torej – predragi. Njegov učenec **C.R. Ashbee** je bil do stroja strpnejši: »Ne zametujmo stroja, dobrodošel nam je. Želimo pa, da ga človek mojstrsko uporablja«¹⁶, Morrisov sodobnik **John D. Sedding** pa je leta 1892 že obrnil argumentacijo: »Nikar ne domnevajmo, da se stroji ne bodo razvijali še naprej. Manufakturno je mogoče organizirati samo na tej osnovi. Bolje bo, če nam postane to jasno... kot pa če se upiramo temu, kar je času primerno in neizogibno«¹⁷.

Že pred iztekom 19. stoletja je izučen mizar **Karl Schmidt** v svoji delavnici v Dresdenu izdeloval tipsko stanovanjsko pohištvo, ki je bilo za tiste čase neverjetno poceni (dve sobi, spalnica in kuhinja samo 500 mark) in so ga ponujali kot »pohištveni slog iz duha strojev«¹⁸. Schmidtov prijatelj, politik **Friedrich Neumann**, je v časnikih zagovarjal stališče, da bi morali stroj »uporabiti za vzgojo okusa«¹⁹, **Herman Muthesius**, nemški državni uradnik za področje arhitekture, ki je bil v tistem času referent za umetnostnoobrtne šole pri berlinskem deželnem obrtnem uradu, pa je javno »svaril nemško obrt in industrijo pred še nadaljnim posnemanjem obrabljjenih oblik iz minulih časov« ter navijal za »ustvaritev novega, strojnega sloga«²⁰. In prav zasluga Neumanna in Muthesiusa je, da je bila leta 1907 v Nemčiji, ob močnem nasprotovanju nemških obrtnih združenj in ob podpori najpogumnejših tovarnarjev, ustanovljena **Zveza proizvajalcev (Werkbund)**, katere namen naj bi bil na ravni države zagotavljati »visoko kakovost industrijske proizvodnje«. Kajti, kot je bilo rečeno ob ustanovitvi, »visoko kakovostno delo lahko človek ustvari z orodjem ali pa s strojem, brž ko ga obvlada tako popolnoma kot katero koli orodje. Vrednosti dela torej ne zmanjšuje sam stroj, marveč dejstvo, da stroja ne znamo prav uporabljati«. Bistveno pa je bilo članstvo Zveze, ki se ni omejilo na prosvetljene tovarnarje in politike, temveč je bila Zveza proizvajalcev ustanovljena kot »zbor najuglednejših predstavnikov umetnosti, obrti in trgovine«²¹.

Saint-Simonova ideja »združene avantgarde umetnikov, znanstvenikov in industrialcev« se je torej skoraj po sto letih realizirala ne v obliki socialne utopije, temveč v stanovskem združenju, katerega prosvetiteljski pomen na področju rabe stroja, industrijske proizvodnje uporabnih predmetov, je bil zgodovinski. Nemški Zvezi proizvajalcev je sledilo ustanavljanje podobnih zvez druge po Evropi, sam model sinteze vseh treh naštetih momentov (estetike, tehnologije in menjave) pri proizvodnji uporabnih predmetov pa je bil v družbena razmerja dokončno inkorporiran leta 1919, ko je arhitekt **Walter Gropius** združil nekdanjo weimarsko umetnostno akademijo in šolo za umetno obrt ter ustanovil **Bauhaus** – weimarsko umetnostno šolo, kjer so se izobraževali vsi, slikarji, arhitekti in obrtni mojstri.

2

Raba stroja tudi v primeru televizije predpostavlja sintezo umetnosti, tehnologije in menjave. O tem se lahko prepričamo že na ravni jezika, saj ima v pogovorni rabi izraz televizija vse tri pomene: velja za sam program, torej za vsebino; za napravo, torej televizor in vso proizvodno mašinerijo, od snemalne do oddajniške, ki sodi zraven; in za ustanovo, ki zagotavlja produkcijo in distribucijo programov. Poleg tega prej opisani problemi stila, problemi forme,

¹⁵ PEVSNER, *ibid.*, str. 13

¹⁶ PEVSNER, *ibid.*, str. 16

¹⁷ PEVSNER, *ibid.*, str. 16

¹⁸ PEVSNER, *ibid.*, 24

¹⁹ John HESKETT, *INDUSTRIAL DESIGN*, Oxford University Press, New York and Toronto, 1980, str. 88

²⁰ HESKETT, *ibid.*, str. 88

²¹ PEVSNER, *ibid.*, str. 25

ELEKTRIKA POSLA RAZVOJ KULTURE

RADUSKO SPREMLJANJE PREDSEDNIŠKIH VOLITEV V ZDA LETA 1920



ki mučijo oblikovalce uporabnih predmetov ob soočenju s strojno produkcijo, že napovedujejo zadrego interpretov televizije: tehnološki moment določa, posega v vsebino. Preproge, razstavljene na prvi razstavi »tehničnih izdelkov iz vsega sveta«, so se Pevsnerju zdele gnusne, tuje, prav zato, ker so se trudile posnemati naravno, z reliefnimi cvetovi in podobnimi dodatki pa skušale na vsak način »prikriti« svoje industrijsko poreklo. Ker torej uporabniku, vajeemu obrtne produkcije, niso hotele delovati tuje, gnusno, temveč, ravno nasprotno, prav »prijetno domače«. Polemike o ornametu v arhitekturi, ki so Slovencem znane iz knjige o Loosu²², so skoncentrirane prav okrog tega vprašanja. Ali raba stroja v arhitekturi dopušča, prenese rokodelsko ornamentaliko? Vendar je strojni moment televiziji, podobno kot radiu ali kinematografiji, še mnogo bolj notranji kot vsem tem izdelkom. Hiše, stole, preproge,... vse to so izdelovali že prej, mnogo preden so se bili njihovi izdelovalci prisiljeni soočiti z industrijsko proizvodnjo. Bilo jih je sicer mnogo manj – kar pač še enkrat potrjuje soodvisnost stroja, števila in napredka²³. Vendar je s televizijo, radijem, kinematografijo, za razliko od teh, prvih industrijskih izdelkov tako, da jih brez stroja sploh ne bi bilo.

Kritike televizije praviloma temeljilo na podmeni, da je za to, da televizija preneha biti sredstvo politične manipulacije, zavajanja mladih, pasivizacije množic in podobnega ter postane resnično

²² Oikos in Drugo, zbral Janko Zlodre, KRT Ljubljana, 1988

²³ Glej Fernand BRAUDEL, STRUKTURE VSAK DANJEGA ŽIVLJENJA: mogoče in nemogoče: Materialna civilizacija, ekonomija in kapitalizem, XV.–XVIII. stoletje, zlasti 4. poglavje

sredstvo političnega »osvobajanja«, izobraževanja in prosvetljevanja, da je za vse to dovolj že dobra volja tistih, ki televizijo delajo, da je torej (po analogiji s prej opisanimi prizadevanji pionirjev industrijskega oblikovanja) s televizijskim strojem vse v redu, samo uporabljati ga ne znamo. **R. Močnik** v besedilu *Položaj kinematografije v zgodovini idej* pokaže, da klasična marksovska dialektika proizvodnih sil in proizvodnih razmerij, ki jo predpostavlja opisana podmena, za področje umetnostne rabe, kamor uvršča tudi kinematografijo, radio in film, ne drži. »Tu imamo pravzaprav le dva glavna položaja: ali postavljajo »razmerja«, tj. ideološki diskurzi strojem zahteve, ki jih ti ne morejo izpolniti« (kar je značilno za predindustrijske družbe), »ali pa medijska tehnologija sama »sponzoro« postavlja sebi ustrezna razmerja, tj. samoniklo proizvaja svojo ideologijo»²⁴.

Na tovrstno specifičnost televizijskega stroja primerno opozarja njegova predzgodovina, čas, ko televizije kot empirične pojavnosti, kakršno poznamo, sploh še ni bilo. Televizija je namreč vse bistvene pojave značilnosti preprosto prevzela po radiu: programsko strukturo (dolžino posameznih oddaj, kontinuiteto programa med znakom za začetek in znakom za konec, s katerim se identificira ta, ki oddaja, vključno s sistemom oddajanja z enim središčem in nešteto uporabniki), komercialne vidike (sponzorstvo, kratki reklamni spoti), sistem (državnega, javnega) nadzora in zakonske regulacije, kot tudi navade občinstva (ostajanje doma, sprejemnik kot zveza s svetom). Zato se na tem mestu omejuje zlasti, in pred vsem na predzgodovino teh oblik pojavnosti, torej radia.

Naprava. Spekulacij o tem, kdaj v zgodovini civilizacij se na predznanstveni ravni pojavi ideja televizijskega mehanizma, je nešteto, dejstvo je, da na ravni tehnologije avtomate 17. in 18. stoletja v 19. stoletju nadomestijo »stroji za proizvodnjo spektakla»²⁵. To je bil obenem čas telegrafije in telefonije, katerih razvoj je hranil »skopični gon« in spekulacije o tem, da je, če je možno po žici (in kasneje brezžično) prenašati zvok, taisto mogoče storiti tudi s podobo. Dva problema, kako transformirati, svetlobne valove v ustrezne valove električne energije, in kako »fotografirati« (kar ja v tistem času pomenilo analizirati, skenirati) podobo po delih, v sekvencah in ne simultano, sta razločila to polje eksperimentiranja od fotografije in kinematografije (ki temeljita na kemičnem simultnem procesu razbiranja podobe). Teoretično sta bila rešena, ko je leta 1873 britanski telegrafist **Andrew May** »odkril«, da selen reagira na svetlobo, in ko je nemški znanstvenik **Paul Nipkow** 1884 »izumil« disk za skeniranje podob. Vsem tem »izumiteljem« je skupno eno. Njihovo početje, ki je danes že stvar mitologije²⁶, nikakor ni bilo domena načrtnega eksperimentiranja v znanstvenih laboratorijih, temveč so bili to individualni eksperimenti, ki so v svojem času vzbujali pozornost kot igranje, hobiji, zanimive čarovnije ekscentričnih posameznikov.

Dejstvo, da je **Marconi** leto dni po prihodu v Anglijo postal solastnik in eden od direktorjev takrat ustanovljene **British Corporation**, priča o družbeni potrebi: britanski imperij je imel precej težav in komuniciranje s prekomorskimi posestmi in vojaškimi enotami. Odločilnega pomena za razmah radiofonije v ZDA je bila njihova zmaga v **Špansko-Ameriški** vojni oziroma to, da so postale država s prekomorskim ozemljem. Za potrebe države in vojske so s temi napravami takrat eksperimentirali tudi v Franciji, Nemčiji, carski Rusiji. Ljudska norija za »wireless«, brezžičnimi napravami pa se ni zmanjšala, le demonstracijam na sejnih so se pridružile amaterske radijske postaje. Poleg tega so bili tu še tehnični eksperimenti univerz, vladnih agencij in korporacij, v ZDA zlasti AT&T (American Telephone and Telegraph Company), American Marconi, General Electrica in Westinghousea²⁷.

3

Leta 1920 je obdobja spekulacij konec. Neposredni povod za topa ni ne interes vojske in velikih korporacij, ne splošna dostopnost sestavnih delov za brezžične naprave, ki jih je ameriška industrija začela množično proizvajati med vojno, pač za potrebe vojske. Kajti tudi zdaj, čeprav se je število amaterskih radijskih postaj iz



NOTRANJNOST RADIJSKEGA STUDIA V LETU 1923

dneva in dan večalo, mimo običajnih in znanih spekulacij o pomenu brezžičnega oddajanja za ohranjanje življenj, za potrebe trgovine, cilje imperija in vojaških budgetov, nikomur ni bilo jasno, kaj z »wireless«, kaj z vsemi temi napravami pravzaprav početi. Tega leta pa je radijski amater **Frank Conrad** v **Pittsburškem** Sunu objavil oglas v obliki članka, kjer je za 10 dolarjev ponujal napredaj doma narejene radijske sprejemnike. Od začetka stoletja je bila uporaba brezžičnih naprav privilegij tistih s tehničnim znanjem, in ti, ki so se s tem ukvarjali, so svojo dejavnost zavili v še večjo mistiko ter jo odbali z nerazumljivo govorico, med vojno pa je stvar, zaradi intervencij vojske, postala samo še bolj oddaljena, misteriozna in legendarna. Conradova poteza je pomenila nekaj čisto drugega. Ne električni čarodeji, ne vojaške sile, brezžične naprave so za vse. To, kar je bilo videti kot ekscentričen hoby, redka oblika ekshibicionizma, ali v najboljšem primeru nenavadna dejavnost vizionarjev, je zdaj postalo resen poslovni koncept. Tistim v industriji se je posvetilo, da je trg dobesedno brezmejen, in da ga je mogoče aktivirati že s oddajanjem rednega programa²⁸.

Program. V tem je bil problem. Na začetku je bilo namreč oddajanje radijskih programov videti preprosto in bajno poceni. Denarja za nastopajoče niso rabili, saj so prihajali v trumah. Na Detroiti radijski postaji je **David Tyson** zbral kandidate v sprejemnici, vsak mu je povedal, kaj zna početi (»Nismo jih preizkušali, verjeli smo jim na besedo«²⁹), postavil ga je v studio pred mikrofona, šel ven in ga poslušal po zvočniku. Če je nastopajoči zvenel preveč glasno ali preveč tiho, ga je zamenjal, če ne, mu je pustil, da dela

²⁴ Rastko MOČNIK, O POLOŽAJU KINEMATOGRAFIJE V ZGODOVINI IDEJ, EKRAN (& PROBLEM), 9-10, vol. 8, Ljubljana 1983, str. 62.

²⁵ STEVE NEALE jih v knjigi CINEMA AND TECHNOLOGY (Macmillan Education Ltd., London and Basingstoke, 1985) našteje kar 22.

²⁶ Na primer: »odkritje« telegrafista Maya je bilo preprosto v tem, da je lepega dne v skozi okno njegove postaje v zakotni vasi na obali Atlantika posijalo sonce in so se »instrumenti začeli čudno obnašati« (JOHN SWIFT, Adventure in Vision, John Lehmann Ltd, London, 1950, str. 20). Življenjsko priložnost »očeta radia« Marconija pa je predstavljalo dejstvo, da se je njegova mati, ki je zelo mlada zbežala od doma na Irskem, da bi se poročila z italijanskim gentelmanom, življenja s tem gentelmanom naveličala in je lepega dne svojega 22-letnega sina s »črno škaltlo«, kamor je spravil svoje naprave, odpeljala v Anglijo, ter ga tam prek znancev zaposlila pri British Post Office.

²⁷ Vsi so eksperimentirali tudi s poizkusnimi prenosi podob, pač pod različnimi imeni, na primer »vizualna brezžična naprava«, »vizualni radio«, »električno videnje«, v rabi pa je že tudi »televizija«, in sicer od junija 1907, ko je prvič zapiše časopis Scientific American. (ERIC BARNOUW, TUBE OF PLENTY, The Evolution Of American Television, New York, Oxford University Press, 1975, str. 17).

²⁸ Oglas je bil objavljen 29. septembra. Že naslednji dan je Westinghouse svojemu bivšemu inženirju Conradu ponudil novo sodelovanje. Na streho njegove poslovne stavbe v vzhodnem Pittsburgu naj bi do 2. novembra postavil močan oddajnik in bil pripravljen na radijsko spremljanje predsedniških volitev. V stikih z javnostjo je Westinghouse poudarjal lahkoto operacije. Oddajanje s strehe je bilo odlet redno dnevno, program vse daljši, ob včasih prav bizarnih improvizacijah. Že naslednje leto so začeli s terenskimi oddajami, iz cerkve, boksarske tekme, političnih shodov, ... Velike korporacije so si na novo razdelile interesne sfere, amaterji pa so še vedno sami sestavljali svoje naprave.

²⁹ ERIC BARNOUW, TUBE OF PLENTY, The Evolution Of American Television, New York, Oxford University Press, 1975, str. 40.



kar hoče, in po ustreznem intervalu isto ponovil z drugim. Tako je bilo povsod. Nihče ni vprašal za plačilo, glasbo so uporabljali po mili volji, pogosto so brali iz časopisov, revij in knjig.

Industrija, ki je razpolagala s tehnologijo, se z vprašanji programa, vprašanji vsebine nikoli ni zares ukvarjala, v programe je stlačila, kar je bilo pri roki, in tako dejansko »parazitirala« na utečenih vsebinah časopisne, knjižne, glasbene, gledališke ipd. produkcije.

Ko je leta 1923 **American Society of Composers, Authors and Publishers (ASCAP)** zahtevala plačilo avtorskih pravic, zagrozila s tožbo, in tožbo dobila, je postalo jasno, da naprava in program nista dovolj, natančneje, da za oddajanje programa, ki je pravzaprav pogoj prodaje naprav, ta, prodaja naprav, ne zadošča. Shema dobičkonosne prodaje sprejemnikov, in proizvodnje zastonj programa se preprosto ni obnesla.

Mesečnik **Radio Broadcasting** je predlagal več različnih oblik financiranja: ali prispevki premožnih donatorjev, po zgledu **Andrewa Carnegie-a** in njegovih darov knjižnicam; ali podpora lokalnih vlad, kakor so bile financirane šole in muzeji; ali obdavčenje prodaje vsakega sprejemnika, da bi tako zagotovili ustanovni sklad za osrednjo oddajniško organizacijo.

Zadnji predlog, ki ni bil daleč od Britanskega, je obveljal za najboljšega, vendar se je medtem že začel odvijati drug načrt, ki ga je razvil **AT&T** in je znova, tokrat po drugi poti, zaobšel problem vsebine. Temeljil je na analogiji s telefonijo, ki je bila glavna dejavnost korporacije, ideja pa je bila v tem, naj bi **AT&T** nudila oddajniško mrežo in prodajala možnost oddajanja vsakemu, ki bi to želel in lahko plačal, – »enako kot vstopite v telefonsko govorilnico, opravite pogovor, in greste ven«³⁰.

Ustanova. Ker ni bilo nikakršnega odziva, je bila **AT&T** prisiljena oddajati svoj program, in ko je to storila, so se odzvali tudi prvi oglaševalci. Že po nekaj mesecih so bili med njimi **Goodrich, Eveready, Lucky Strike, Happiness Candy**, elita ameriške industrije. **AT&T**, ki si je za to t.i. »plačano oddajanje« zagotovila monopol, je začela svoje postaje kabelsko povezovati med sabo in vzpostavljati nacionalno mrežo. Ostale korporacije, ki so bile s tem izrinjene iz igre, so intenzivno eksperimenirale s televizijo in obenem zavračale vzpostavljeno analogijo s telefonijo, saj je to lahko pomenilo, da bo monopol **AT&T** veljal tudi za televizijo. Za nameček je **AT&T** napovedala, da bo v nasprotju z dogovorom iz leta 1921 sama prodajala radijske sprejemnike, češ da so ti (enako kot v telefoniji) integralen del koncepta plačane usluge. Rezultat je bil, da je v to vpleta zvezna komisija za trgovino in ugotovila, da so vsi skupaj (**AT&T**, **RCA**, **GE**, **Westinghouse**, **United Fruit** in njihove podružnice) ustvarili monopol »na področju proizvodnje, prodaje in komercialnega izkoriščanja radijskih naprav«³¹. Legalnost vsega, kar so te korporacije počele, je bila postavljena pod vprašaj.

Vzporejanje elektronskega oddajanja s telefonijo je bilo očitno prekratko (čeprav dejstveno utemeljeno v sami naravi radijskih programov, ki so bili dotlej izključno programi »v živo« in torej bistveno vezani na oddajniški mehanizem, oddajanje in proizvodnja sta bila praktično neločljiva), vključitev (radijske) naprave v družbeni sistem menjave je zahtevala drugačno organizacijsko rešitev: enotno ustanovo za distribucijo programa. Torej natanko to, kar je predpostavljal omenjeni predlog revije **Radio Broadcasting**, in kar so proizvajalci radijskih naprav v **Veliki Britaniji**, da bi

³⁰ Lloyd Espenschied, ki je sodeloval pri oblikovanju izvirne ideje (**BARNOUW**, *ibid.*, str. 43).

³¹ **BARNOUW**, *ibid.*, str. 50

vzpodbudili prodajo radijskih sprejemnikov, ustanovili že leta 1922. Namreč **British Broadcasting Company**. 1. septembra 1926 so v ZDA prizadete korporacije (AT&T se je oddajanju programa odpovedala) najavile ustanovitev **National Broadcasting Company (NBC)** »katere namen bo zagotavljati najboljše programe, ki bodo na voljo za oddajanje v ZDA«, le te pa bo nudila tudi drugim postajam po celi deželi. »Upamo«, so zapisali v oglasu, »da bo na ta način vsak dogodek nacionalnega pomena lahko prenašan po celih Združenih državah«³². NBC, katere edini vir dohodka so bila po modelu AT&T, plačila za oglaševanje, je ustanovila **Posvetovalni svet** z državniki, predstavniki cerkve, izobraževalnih ustanov, in drugimi, ki naj bi bili »usmerjevalci najvišjih aspiracij mreže«³³. Na ravni državne uprave pa je bila leta 1927 ustanovljena **Zvezna komisija za radio (Federal Radio Commission)**, ki naj bi vodila delitev licenc, in bil je sprejet **Zakon o radiu (Radio Act)**, ki je kot kriterij za dodeljevanje licenc določal »javni interes, potrebo ali nujo«³⁴. Vzpostavljen je bil sistem, ki je veljal še dolgo po vpeljavi televizije. Zakonska opredelitev radijskega komuniciranja: »kakršnokoli obveščanje, sporočilo, znak, podoba ali komunikacija kakršnekoli vrste, prenešana s pomočjo električne energije od ene točke do druge brez pomoči žice, ki bi povezovala točki«³⁵, pa je že vključevala televizijo. Ne glede na komercialno naravo vzpostavljenega sistema je beseda plačilo, s katero se je dotlej ponašala AT&T, za dolgo izginila iz žargona televizije v ZDA. Zamenjal jo je pojem javne službe. Kar se je, nenazadnje, zgodilo tudi v Veliki Britaniji, ko je bila 1. januarja 1927, na temeljih prej omenjene zasebne **British Broadcasting Company** ustanovljena **javna British Broadcasting Corporation**, katere edini vir dohodka je bila naročnina, njen cilj pa »zagotavljati javno uslugo brezplačnega oddajanja za splošen sprejem doma in v tujini«³⁶.

4. Septembra 1928 je bila v ZDA, v okviru poizkusnih televizijskih programov, že moč videti prve televizijske drame. Prva je bila melodrama *Kraljičin odposlanec*, druga znanstveno fantastična drama o zračnem napadu na New York, ki gre tako:

panoramski posnetek New Yorka z gledišča rakete se pojavi na ekranu, mesto je vse bliže in vse bliže, sledi eksplozija, vse je belo, konec.

Demonstraciji je prisostvoval odposlenec Britanske kraljeve aviacije, ki je ob prihodu domov hvalil »možnosti za bodočo vojne«³⁷. Zdaj je že jasno, da se komentar ne nanaša na vsebino demonstracije. Ta je prejkone naključna in s stališča omenjenega gospoda povsem nepomembna, bistven je mehanizem oziroma dejstvo, da je z njim mogoče prenašati takšno in drugačno vsebino, takšno ali drugačno ideologijo. Razmerje med tehnologijo in posredovalnimi vsebinami je v primeru radijske in televizijske rabe stroja bistveno drugačno kot, denimo, v primeru industrijskega oblikovanja. Kot v omenjenem besedilu ugotavlja R. Močnik, »sleherni stroj proizvaja ideologijo, ker proizvaja družbena proizvodna razmerja (...), na drugi strani pa ta ideološka posredovanja tudi predpostavlja, saj ga drugače (...) ne bi bilo mogoče proizvesti«³⁸. Vendar »tisto, kar je vse do klasične epohe in zlasti v njej protislovje med ideološko zahtevo in tehnologijo kot ideološko substanco, postane v električni tehnologiji protislovje v ideološki substanci sami«³⁹.

Televizijska tehnologija, kot dokazuje njena predzgodovina, vselej daje več od tega, kar od nje zahtevajo. Opisane »rešitve« tistih, ki so s to tehnologijo upravljali, bolj kot o neki notranji evolutivni nujnosti pričajo o njihovi zadregi, o tem, da nikoli niso točno vedeli, kaj imajo, in da so to vselej spoznali šele za nazaj.

Ideološki učinki radijskega in televizijskega oddajanja so v načinu posredovanja in sprejemanja informacij, ne pa v specifičnih ideoloških učinkih informacij, ki se na ta način izmenjavajo. Uvodoma opisano zgražanje nad televizijo torej kar dvakrat zgreši naslovnik kritike: prvič zato, ker zakon števila pojmuje kot učinek, ne pa kot nerazločljiv moment samega televizijskega dispozitiva. Drugič pa zato, ker to, na kar leti njihova kritika, npr. »uporništvo brez razloga« za ene, »meščanstvo« za drugo stran, niso ideološki učinki televizije, temveč so njej zunanje, samostojne ideologije, ki jih televizija v svojih vsebinah lahko »posreduje«, lahko pa tudi ne⁴⁰.

TELEVIZIJA

5

Opisane hvalnice strojem so seveda neločljiv element ideologije napredka, z medijskimi tehnologijami (filmom, radijem, televizijo) pa prizadevanja po vključitvi stroja v »vsakdanje življenje« presežejo golo anticipacijo te ideologije. Kritike pojava stroja med množicami se ne omejujejo zgolj na množične medije. Groza, ki obhaja kritike televizije, stoji zapisana v **Komunističnem manifestu**, kjer Marx pravi »Vse trdno in stalno se razblinja, vse sveto je oskrunjeno...«⁴¹. **Walter Benjamin** v znamenitem spisu *Umetnina v dobi tehnične reproduktibilnosti* pripomni: »tako se začne zgubljati tudi verodostojnost stvari«⁴², mnenje drugih eminentnih predstavnikov t.i. kritične teorije družbe je precej bolj odklonilno⁴³.

Vendar gonilo ideologije napredka ni samo njena apologija. V produkcijsko-destrukcijski krog progresizma sta neizbežno ujeta oba momenta, apologetski in kritični. Kritika se more iz tega kroga izviti samo ob predhodni rekonceptualizaciji, spremembi kritičnega izhodišča. Torej s tem, kar sta se v **Dialektiki razsvetljenstva** namenila z razsvetljenstvom, ideologijo, ki temelji na hipostaziranju potenciala stroja, storiti **Horkheimer in Adorno**, ne da bi jima v celoti uspelo. Projekt so kasneje dokončali drugi, denimo **Althusser**. In če ideologije ne pojmuje kot »imaginarno predstavo«, ki bi jo bilo mogoče preprosto odpraviti, marveč kot neizbežno družbeno vezivo, mimo in zunaj katerega bi bila sleherna praksa nemogoča, moremo tudi drugače ocenjevati generatorje ideologije napredka. Socialne in umetnostne apologije stroja in pripadajoče prakse so v svojem času gotovo odigrale vlogo avantgarde, in so obenem konstitutivni moment ideologije napredka. Kar seveda ni nikakršen paradoks, tisto, kar velja za njihovo glavno slabost, namreč zlitje avantgard s kulturo množic, pa je pravzaprav neizbežno in morda celo njihov največji domet⁴⁴. T.i. umetnostna avantgarda šestdesetih posredno že anticipira to spoznanje. **Andy Warhol**, ki nič več ne skriva, da je glavni smoter njegovega početja denar, dokaže, da je pozicija avantgarde kot alternative množični kulturi preživela. O stroju pa primerno cinično pripomni: »Rad bi bil stroj, stroji imajo manj problemov«⁴⁵.

Medijske tehnologije so sicer več kot gola anticipacija ideologije progresizma, vendar so obenem tudi to, so udeležanje progresističnih in avantgardističnih prizadevanj za vključitev stroja v »vsakdanje življenje«. In prav zaradi tega domnevam, da zadrege, ki spremljajo uvajanje televizijske tehnologije med Slovence, načrtovanje in nadzorovanje širjenja tehnologije, usmerjanje in nadzor nad programi ipd., niso le znak strahu režima pred ideološkim potencialom televizijskega stroja in komunizmu tujo ideologijo, ki jo prinaša raba tega stroja. Temveč so to verjetno tudi strahovi naroda, ki je bil pripravljen sprejeti ideologijo umetnostne avtonomije, medtem ko so mu zgoraj opisane ideje sinteze ostale tuje in je bil do njih poudarjeno sovražen⁴⁶, kaj šele, da bi postale stvar popularne kulture.

⁴¹ MARX K., ENGELS F., Zbrana dela, Cankarjeva založba Ljubljana, 1979, 2. zvezek, str. 592
⁴² BENJAMIN Walter, Estetični ogledi, Školska knjiga Zagreb, 1986, str. 129

⁴³ Adorno, na primer, v letih 1952-1953, kot direktor znanstvenega oddelka Hackerjeve fundacije na Beverly Hillsu, na temelju analize vsebine besedil televizijskih nadaljevanj napiše o televiziji zelo odklonilen esej. (Ali dva, tu se navedbe razlikujejo, Martin Jay leta 1974 omenja en esej, z naslovom *How to Look at Television*, ki naj bi ga napisal skupaj z Bernice T. Eiduson, shranjen pa je v Lowenthalovi zbirki (DžŽEJ Martin, Dialektična imaginacija, Svetlost Sarajevo in Globus Zagreb, str. 312 in 345). Sarajevski zbornik pa to, domnevam, da isto besedilo, objavlja pod naslovom *Dva eseja o televiziji*, kot prevod istoimenskega besedila iz Neue Eingriffe, Surkamp Verlag, Frankfurt am Main, 1963 (E. Prohič, ured., Priroda televizijskega medija, Svetlost Sarajevo, 1978, str. 24 - 47 in str. 275)).

⁴⁴ Primer tega zlitja, ki nam je blizu: Bauhaus je bil mednarodna šola, kjer so se izobraževali tudi nekateri jugoslovani, med njimi slovenski konstruktivist Avgust Černigoj. Ko so ga, po vrnitvi od tam pregnali iz Ljubljane in se je preselil v Trst, je tam deloval v konstruktivističnem krogu, ki mu je pripadal tudi Milko Bambič. Milko Bambič je risal prve stripe v Slovensčini, že takrat je sodeloval s slovensko industrijo in narisal, med drugim, tri srca, ki so še danes zaščitni znak Radenske.

⁴⁵ JENCKS, *ibid.*, str. 12

⁴⁶ Peter Krečič v eseju z naslovom *Slovenska likovna avantgarda in kritika*, (vem le, da je bilo objavljeno pred leti na RS, od koder imam rokopis), na primer, pravi, da so bili Slovenci dojemljivi za impresionizem, za ekspertizem, »s pojavom konstruktivizma pa se je premaknilo globlje, zatreslo se je prav pri temeljih narodne kulturne zgradbe.« Konstruktivizem je vzbudil »nemir in skrb, neprijeten, tesnoben občutek, ki mu je sledilo ostro odklanjanje«. Najbolj problematična je bila njegova drža, »neprestano podiranje vdinjalnih se shem modernističnega akademizma«, ki je bila »za slovensko pojmovanje umetnosti in kulture še posebej neprimerna«.

³² BARNOUW, *ibid.*, str. 55

³³ BARNOUW, *ibid.*, str. 55

³⁴ BARNOUW, *ibid.*, str. 59

³⁵ BARNOUW, *ibid.*, str. 60

³⁶ Christopher DUNKLEY, TELEVISION TODAY AND TOMORROW, Wall-To-Wall Dallas?, Penguin Books, 1985, str. 43

³⁷ BARNOUW, *ibid.*, str. 63

³⁸ MOČNIK, *ibid.*, str. 63

³⁹ MOČNIK, *ibid.*, str. 64

⁴⁰ Nazoren primer so kritike ljubljanske televizije: ko so kazali komuniste, je bila televizija ideološka za kristjane, zdaj, ko kažejo cerkvene dostojanstvenike, je ideološka za komuniste, ne eno ne drugo pa ne zadeva televizije kot ideologije.