

tem je izključevanje subjektov – tistih, ki strukturno niso všteti v sistem in so v skrajnem primeru reducirani na golo življenje – druga. V obeh primerih sta nasilje in diskurz zvezana skupaj kot enoten fenomen, kar prikaže avtor na primeru materialnosti ideologije. Sleđnja ni samo idejni produkt, saj sama po sebi ni nič. Za delovanje potrebuje oporo v materialnosti institucij, norm in tradicij ter vložek s strani subjekta. Četudi Komel ponudi izčrpno analizo fenomenov diskurza in nasilja, pa se ustavi tik pred soočenjem z njunima pojmovnima sopotnikoma, molkom in ničnostjo, čeprav nastopata kot subverzivna momenta, saj predstavljata nasilje do oblastne strukture same, ki zahteva minimalni angažma, četudi v obliki kritike ali dialoga. Lahko domnevamo, da ju je bil avtor spričo tematske unarne poteze knjige primoran izključiti kot tekstualni preostanek.

Ker nas izkušnje učijo, da je slabo branje že po naravi popularno, smo se ob enem primorani ustaviti in premisliti, kaj pomenijo izkušnje dobrega branja, kar ta knjiga vsekakor je. Dobrega branja ne smemo reducirati na preprosto predajo štafetne vednosti ali kreacijo instantnih praks, temveč moramo videti v njem določeno naravnost. Če nas pojmi pri branju te knjige suvajo pod rebra, to še ne pomeni klica k praktičnemu udejstvovanju, saj smo pri tem nujno prepozni, temveč gre za spodbudo k tisti dejavnosti, ki nam je danes večinomna mučna in odveč – h kontemplaciji. Komelova knjiga Diskurz in nasilje v tem ne razočara, saj je s svojim prihodom ujela duh časa in predstavlja odličen doprinos k razumevanju današnjih družbenih izzivov.

Goran Vranešević

MEDIJI IN OBČINSTVA

Breda Luthar in Dejan Jontes (ur.);
prevod: Sašo Brlek Slaček et al.;
Založba FDV, 2012;
550 str.

Založba FDV nam je postregla z obsežnim zbornikom s področja preučevanja uporabe medijev in njihovih učinkov na občinstva, s katerim zapolnjuje vrzel na področju medijskih in komunikoloških študij, ki je leta obstajala v slovenskem prostoru. Vsebinsko sicer zbornik ne prinaša novih dognanj, ga pa zato odlikuje njegova struktura in tako predstavlja dobrodošlo novost predvsem na področju študijske literature v slovenščini.

Začne se, kot se za zbornik spodobi, s preglednim uvodnikom urednikov, ki po eni strani ponudi zelo grob zgodovinski pregled razvoja vede (zbrani so le tisti najrelevantnejši in konstitutivni teksti v zgodovini vede, ki predstavljajo njene največje mejnike), po drugi strani pa razkrije strukturo samega zbornika, ki poskuša tej grobi zgodovini tudi slediti. Uvodni strukturni zemljevid zbornika omogoča bralcu tudi lažje sledenje ali preskakovanje nadaljnjih poglavij, ki sestojijo iz obsežnega avtorskega ozioroma originalnega branja v prevodu. To je sicer razdeljeno na štiri zaključene in kronološko povezane sklope, ki bralca popeljejo preko klasičnih tekstov in najrelevantnejših teorij s področja medijev in občinstev do bolj interdisciplinarnih pristopov (teksti iz etnografije vsakdanjega življenja, literarne teorije, sociologije kulture, kulturnih študij in nove kulturne zgodovine). Tako zbornik celovito predstavi »glavne pristope in paradigmatične prelome v študijah občinstev«. Bralec se sprva seznanja s predstavitev dveh najosnovnejših pogledov na preučevanje medijev in občinstev, pri katerem se ena zgodovinska tradicija sprašuje, »kaj mediji



počnejo z občinstvom«, druga pa »kaj občinstvo počne z mediji«, kar sta tudi osrednji raziskovalni vprašanji medijskega vpliva in medijske uporabe.

Prvi sklop, Od raziskovanja medijske agende do kritike teorij učinkov, obravnava »empirične modele raziskovanja medijskega vpliva, ki so nastajali nekje od poznih tridesetih let dvajsetega stoletja« in predstavljajo »prevladujoče komunikološko pozitivistično raziskovanje občinstva, ki se z besedilom ukvarja zgolj opisno kot s sporočilom, ki ga je mogoče kvantificirati«. Zbornik tako predstavi tri (po mnenju urednikov) najpomembnejše paradigme preučevanja medijev in občinstev: teorije okvirjanja oziroma prednostnega tematiziranja (agenda setting; Maxwell E. McCombs in Donald E. Shaw, 1972), teorije uporab in zadovoljitev (uses and gratification; Hertha Herzog, konec 30. let 20. stol.) in teorije kultivacije (cultivation processes; George Gerbner, konec 60. let 20. stol.). Kljub temu urednika omenita tudi pionirske, a preživete poskuse obravnavanja medijskih učinkov (npr. teorije hipodermične igle), tako da bralca ne iztrgata povsem iz zgodovine

vine razvoja komunikološke vede. Ob koncu tega elementarnega sklopa velja izpostaviti še kritiko teoretskih in metodoloških pomanjkljivosti, ki jih »enodimenzionalne« medijske študije ne uvidijo, s čimer se med drugim problematizira tudi sama epistemologija medijskega raziskovanja.

V drugem sklopu, Kulturna potrošnja, razredne distinkcije in kulturna hegemonija, se zbornik loti teme bolj interdisciplinarno, s čimer se dotakne medijev in občinstev iz zornih kotov, ki so sicer navadno prezrti v klasičnih komunikološko-medijskih učbenikih, saj ponuja prijeme, ki so prvotno doma v drugih sorodnih vedah, a zato nič manj uporabni in aplikativni v medijskem okolju. Ti pristopi se ne osredotočajo toliko na medijske učinke ali potrebe, temveč na subkulture znotraj občinstva in njihova diferencirana dekodiranja sporočil in s tem potrošnje medijev, ter tako ugotavljajo, kako kulturna potrošnja pomaga vzpostavljati družbene razlike. Pomemben prispevek teh študij je zato – poleg očitne kritike individualizma, češ da potrebe oziroma okusi izhajajo iz posameznikove psihologije in niso kulturno konstruirani – tudi uvažanje heterogenosti oziroma subkultur občinstva, ki so ga prejšnje študije večinoma tolmačile kot homogeno celoto ali pa so ga v najboljšem primeru diferencirali po najobčajnejših spremenljivkah v kvantitativnem raziskovanju, to je spolu, starosti ipd.

Izhodiščno delo v tej smeri raziskovanja medijev je epohalno delo francoskega sociologa kulture Pierra Bourdieuja Distinkcije: družbena kritika razsojanja o okusu, katerega uvod je preveden v zborniku in ki se osredotoča na družbeno distribucijo kulturnega okusa. Medijska potrošnja je s tem dobila širši kontekst v okviru drugih kulturnih praks in ni bila le odraz osebnega okusa ali osebne interpretacije teksta. Drugi sklop se tako ne ukvarja toliko z mediji samimi,

temveč s kulturo, katere del mediji so, s čimer bralec dobi širše razumevanje delovanja medijev v okviru družbeno-kulturnega konteksta, kjer je družbenost kulture povezana s stratifikacijo, močjo in regulacijo, s tem pa pripoznana družbenost vseh kriterijev kulture in dekonstruirana naturalizacija hierarhije okusov.

V tretjem sklopu, Spreminjanje paradigem: študije recepcije, se zbornik posveti »študijam recepcije, tradiciji, ki je verjetno najbolj zaznamovala zadnja tri desetletja proučevanja občinstva« in ki medijskega recipienta oziroma bralca ne vidi kot racionalnega potrošnika, ki bi zadovoljeval individualne psihološke potrebe, temveč kot aktivnega, družbeno umeščenega bralca. Tu ne moremo mimo teksta začetnika teorije aktivnega občinstva Stuarta Halla, ki se je s svojim modelom kodiranja in dekodiranja televizijskega diskurza (1980) uvrstil med klasike tako medijskih kot (britanskih) kulturoloških študij. Hall je namreč kritiziral empiricizem behaviorističnega razumevanja vpliva in transmissijski linearni model komuniciranja, pri čemer ga je »zanimalo, kako različni družbeni konteksti in ozadja vplivajo na posameznikove interpretacije medijskih tekstov«.

V tej smeri je relevantna tudi kritika ob koncu sklopa, ki problematizira institucionalni pogled na občinstvo, ob čemer kritizira predvsem telemetrijo in anketno raziskovanje, češ da nam razen statističnih podatkov ne razkrije konteksta njihovega gledanja in pomena, ki ga gledalci izluščijo. Današnje stanje pa je težko povsem razumeti brez poznavanja zgodovinskega ozadja občinstva, ki ga osvetljuje četrti sklop zbornika, Sociologija branja, zgodovina branja. Tu bralec zavzame kritično distanco do vsega prej prebranega tako, da naučeno postavi v precej širši zgodovinski kontekst, ki bralcu razširi obzorja in pokaže, da množič-

nih medijev ne smemo tolmačiti le v okviru njihovega razumevanja v 20. stoletju, saj se je takrat temeljito preoblikovala le njihova (tehnična) forma, ne pa nujno tudi vsebina oziroma bistvo sporočanja. Zgodovinske študije tiskanih tekstov in pisane besede nasploh nam tako razgrnejo kontinuiteto, ki je potrebna za globlje razumevanje človeške percepcije tekstov v njihovi najširši obliki – in prikladna za lažje analitično ločevanje študij občinstva od študij medijev. Po besedah urednikov se namreč občinstvo formira »v trenutku, ko se specializirajo in ločijo funkcije občinstva od tistih, ki predstavo uprizarjajo«. Sem torej spadajo tudi neposredna občinstva javnih praznovanj, usmrtitev, gledališč ali koncertov. Drugi pomemben mejnik, ki zaplete razumevanje občinstva, pa je razvoj tiska oziroma nastanek knjige, ki omogoči posredno komunikacijo in »hkrati institucionalizira ločitev med tistim, ki uprizarja ali producira, in tistim, ki konzumira«.

Zbrani prispevki t. i. nove kulturne zgodovine (Robert Darnton, Natalie Zemon-Davis) tako preveršujejo nekatere prakse občinstev, ki se danes zdijo samoumevne, čeprav so v resnici plod epohalnih kulturnih transformacij, ki jih je prinesel razvoj oziroma spremembe praks branja in ki so posledično tudi same sprožile nadaljnje kulturne spremembe v Evropi. Hkrati s tem dobijo tehnološko deterministične razlage medijskih revolucij alternativne razlage, ki bralcu pomagajo vzpostaviti kritičen odnos tudi do drugih tehnološko orientiranih postavk o medijih v 20. stoletju.

S prevodom odmevnega prispevka Richarda Hoggarta, enega od začetnikov britanskih kulturnih študij in prvega direktorja znamenitega Centra za sodobne kulturne študije pri birminghamski univerzi, ki se ukvarja z branjem med britanskim delavskim razredom sredi 20. stoletja in tako z obravnavo

»kulture v kontekstu vsakdanjega življenja odpira vrata antropološkemu pojmovanju kulture«, pa dobi četrti sklop – v skladu z zgodovinskim duhom poglavja – tudi navidezno kronološko linijo.

Ob vseh navedenih sklopih in zbranih avtorjih bo bralec, ki že pozna glavne pristope in figure medijskih študij, morda pogrešal besedila s področja »teorije medija« (npr. Marshall McLuhan), toda, kot utemeljmeta izbor urednika, se ta »praviloma ne obravnava kot del zgodovine raziskovanja občinstva«. Po tej teoriji je namreč pomembna forma medija in ne njegova vsebina oziroma kako je slednja »v določenem zgodovinskem obdobju tehnološko posredovana«. »The medium is the message, medij je sporočilo«, torej.

Pomankljivost, ki jo gre zborniku očitati, pa je predvsem v zamolčanju institucionalnih začetkov študij medijev in občinstev iz leta 1917, ko ameriški predsednik Woodrow Wilson ustanovi Komite za javno informiranje (Committee on Public Information), katerega cilj je bil manipuliranje ameriškega javnega mnenja v zvezi z vpletenostjo ZDA v prvi svetovni vojni in v katerem sta delovala tudi Walter Lipmann (v slovenščino imamo prevedeno njegovo znamenito delo Javno mnjenje) in Edward L. Bernays (nečak Sigmunda Freuda ter avtor dela Propaganda in "oče" koncepta odnosi z javnostmi). Poznavanje malce bolj "temačnih" izvorov komunikologije (celo Goebbels je črpal iz Bernaysove Propagande) je namreč nujno potrebno za celostno razumevanje ideje potrebe po analizi občinstva, sicer gre le za reproduciranje popačenega zgodovinskega spomina, ki izhaja iz sramu. Kljub temu pa je zbornik dobrodošel in celovit pripomoček za razumevanje konzumiranja informacij preko medijev v najširši obliki.

Alan Kelher

PO NOVEM LAHKO
REVIJO RAZPOTJA
PODPRETE TUDI TAKO,
DA DRUŠTVU HUMANISTOV
GORIŠKE NAMENITE
0,5 % DOHODNINE.

OBRAZEC NAJDETE NA:
www.razpotja.si/donirajte

Izdajatelj revije **RAZPOTJA** in društvo v javnem interesu:

Društvo humanistov Goriške,

XXX. divizije 13a, 5000 Nova Gorica

Davčna številka: 93277628