

Peter Beltram

MNOŽIČNI MEDIJI IN NARODNOSTNE MANJŠINE

Letos smo dokončali raziskovalno nalogo o vlogi in pomenu sredstev množičnega obveščanja med Slovenci v Videmski pokrajini. Pri nalogi sta kot nosilca sodelovala še prof. Emidij Susič, predavatelj sociologije na univerzi v Trstu, in prof. Rihard Rutar, raziskovalec na čedadski podružnici Slovenskega raziskovalnega inštituta.

Poleg analize in interpretacije ankete, ki smo jo lani na izbranem vzorcu izvedli v Nedžiških dolinah in Furlanski nižini, bo imela končna podoba poročila tudi svoj uvodni, splošni del, ki bo poleg metodološke predstavitve same naloge obsegal predstavitev problematike beneških Slovencev in teoretičen spis o povezavi med množičnimi mediji in narodnostnimi manjšinami. Okvir slednjega bi rad predstavil v tem zapisu.

Uvod

Z izkoriščanjem komaj verjetnih možnosti, ki jih ponuja sodobna informacijska tehnologija na področju zbiranja, obdelave in posredovanja podatkov, so sredstva množičnega obveščanja že zdavnaj prerasla svojo osnovno vlogo. Poleg vprašanj političnega vpliva, ki so jih mediji zaradi možnosti obvladovanja javnega mnenja odpirali že od svojega nastanka in so z vso svojo težo navzoča tudi danes, so sodobna komunikacijska sredstva v zadnjih desetletjih privzela še eno izrazito pomembno vlogo – vlogo socializatorja. Kljub temu, da iz zornega kota ciljev in teženj nosilcev medijev ni težko najti posredne povezave med politično in socializacijsko vlogo, ki ju igrata mediji danes, pa o zadnji vseeno lahko razmišljamo ločeno. Načini in oblike, s katerimi to vlogo izpolnjujejo ter vplivi, ki jih na ta način dosegajo, imajo namreč svoje posebnosti, gibala in zakonitosti.

Ker se pri narodnostnih vprašanjih v največji meri ukvarjamo z oblikovanjem in ohranjanjem elementov narodnostne identitete kot temeljem narodnostne zavesti, bi rad v tej luči na čimbolj sistematičen način prikazal vlogo in pomen množičnih medijev.

Množični mediji kot socializacijski dejavnik

Področja, na katerih množični mediji dopolnjujejo ali celo izpodrivajo vplivnost tradicionalnih socializacijskih okolij, kot so družina, šola, interesne skupine in podobno, bi lahko razvrstili v tri sklope:

- področje kulture,
- področje izobraževanja,
- področje sprostitve in zabave.

Z vlogo, ki jo imajo mediji na teh področjih, pomembno vplivajo tudi na oblikovanje načina življenja, mišljenja in vrednotenja sodobnega človeka. Podlago za tako široko področje vpliva množičnih medijev moramo iskati v dvigu življenjske ravni v najširšem smislu, ki po eni strani, ob demokratizaciji družbenih odnosov, vključuje zahtevo po sodelovanju pri odločanju o pogojih življenja posameznika in širšega družbenega okolja (za kar je informiranost eden od bistvenih pogojev), potrebo po širjenju znanja in vedenja o dogajanjih v drugih okoljih, po drugi strani pa potrebo po čim kvalitetnejši izrabi vedno obsežnejše zaloge prostega časa.

Preden bomo spregovorili o vsakem področju nekoliko podrobneje, si oglejmo poenostavljen model socializacijskega delovanja množičnih medijev.

Osnovni proces, ki teče med medijskim sporočilom in sprejemnikom, bi lahko imenovali **primerjanje vzorcev**.

Pod pojmom vzorci mislim na

- mišljenske vzorce,
- vzorce obnašanja,
- vrednostne sodbe,
- kulturne vzorce.

Ravni, na katerih se primerjava odvija, pa so

- identifikacija,
- spreminjanje,
- zavračanje.

Grafično bi bil tak model videti kot je prikazano v grafikonu 1.

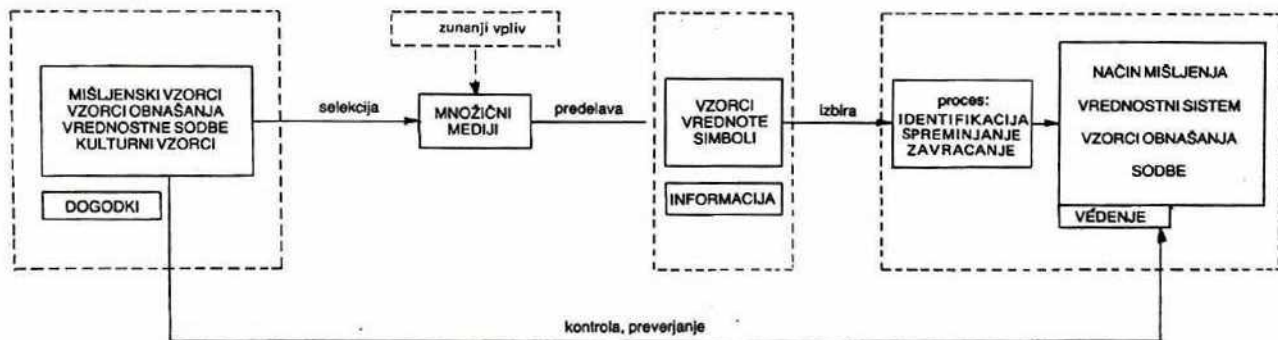
Prostor zajemanja moremo s stališča sprejemnika razdeliti na

- neposredno okolje, kjer je v največji meri navzoča raven identifikacije in kontrole vzorcev, ki jih mediji posredujejo;
- širše okolje, s katerim se sprejemnik še vedno identificira, zmanjšuje pa se delež ravni kontrole in
- oddaljeno okolje, od koder sprejemnik posredovane vzorce jemlje kot informacijo.

Omenjena okolja niso prostorsko opredeljena v fizičnem smislu, temveč moramo nanje gledati s stališča družbenega prostora. Pri tem je »bližina« ali »oddaljenost« pogojena s posameznikovo percepcijo svojega položaja v konkretnem okolju. Ta percepcija ima dva pola: dejanskega (pri kateri je opredeljujoča tudi fizična komponenta prostora) in željeno. Oba pola posameznik vzdržuje prek primerjanja vzorcev: identificira se s tistimi, ki so lastni željenemu polu, zavrača pa tiste, ki opredeljujejo njegov dejanski položaj. V kolikšni meri mora pri tem spreminjati sebi lasten sistem vzor-

PROSTOR ZAJEMANJA:

- neposredno okolje
- širše okolje
- oddaljeno okolje



Grafikon 1

cev, je odvisno od medsebojne oddaljenosti obeh polov. Ta je praviloma odvisna od položaja v stratifikacijski strukturi neposrednega družbenega okolja (prilagajanje vzorcev višjemu sloju), starosti (velja posebno za mlado generacijo, ki percipira svoj položaj, razvijajoč se v času) in od elementov, ki so podlaga stratifikaciji (sem lahko poleg razredov in slojev v nekaterih okoljih uvrstimo tudi narodnostno pripadnost).

Ker imajo nosilci medijev možnost izbrati in kontrolirati vzorce, ki jih posredujejo, lahko na ta način vplivajo na željeni pol percepcije, ki tako postane tem bolj enoten, čim bolj je oddaljen od dejanskega pola. Ker je ta oddaljenost opredeljena glede na pripadnost določenim segmentom družbe in ker posameznik teži k približevanju željenemu polu, s katerim se identificira, tako da spreminja in prilagaja svoj sistem vzorcev, se za vsak segment, ki opredeljuje to oddaljenost, poenotijo tudi načini in smeri tega spreminjanja in prilagajanja. V vsakokratnem preseku konkretne družbe pa tega spreminjanja in prilagajanja ne vidimo razvojno, ampak se nam kaže kot trenutni sistem vzorcev, kar pomeni, če poenostavimo, da se sami sistemi vzorcev poenotijo v odvisnosti od oddaljenosti željenega pola percepcije lastnega položaja.

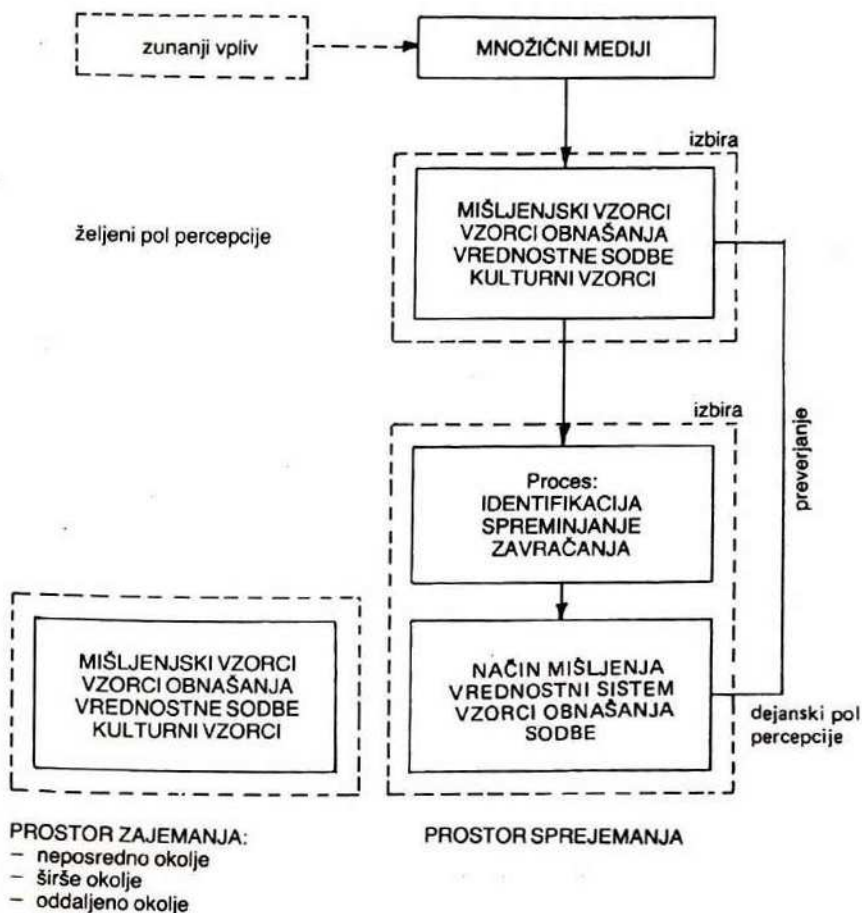
V končni instanci lahko postane željeni pol samo nek nedosegljivi umišljeni konstrukt vzorcev, resnična ostane le smer spreminjanja, ki se v vsakokratnem preseku kaže kot sistem vzorcev sam, ki se tako poenoti v globalu. Povratna zveza med prostorom zajemanja in prostorom sprejemanja se zgubi, oziroma se začne vrteti v lastnem krogu. Funcija kontrole in preverjanja izgine. Takšna slika bi bila tedaj videti kot je prikazano v grafikonu 2.

Seveda pa ta poenostavljena slika ni edina, ki nam jo množični mediji ponujajo, oziroma kjer jih lahko uporabljamo, pa tudi mediji niso edini posredovalci vzorcev, ki jih primerjamo. Vseeno pa v njej lahko prepoznamo dokaj realno nevarnost prepuščanja socializacijskega prostora nosilcem medijev. Raven mišljenja, način vrednotenja in obnašanja, kulturne potrebe ter ne nazadnje tudi politična kultura širokih segmentov neposrednega družbenega okolja so dovolj trden temelj za bojazen, da je predstavljeni model mogoče uresničiti.

Po drugi, manj črnogledi plati pa lahko na sodobne množične medije gledamo tudi kot na neverjetno bogastvo možnosti širjenja znanja in védenja, dvigovanja kulturne ravni, premagovanja kvalitativnih razlik v procesih socializacije, dograjevanja politične kulture in boljše izrabe prostega časa. Izkoriščanje teh možnosti bi onemogočilo tudi uresničitev predstavljenega modela.

Oglejmo si sedaj nekoliko podrobneje tiste tri segmente, pri katerih pride socializacijska vloga množičnih medijev najbolj do izraza – področje kulture, izobraževanja in izrabe prostega časa.

Na področju **kulture** v ožjem smislu imajo mediji kot prenašalci pisane besede, slike in zvoka praktično neomejene možnosti. Na tem področju so pravzaprav za večino edini posredovalci. S tem jim je dana tudi odločilna



Grafikon 2

vloga vplivanja na oblikovanje kulturnih potreb in na raven njihovega zadovoljevanja. Pri tej vlogi se nosilci medijev držijo načela »vsakomur svoje«. Ponudba kulturnih dobrin je vseobsežna, sprejemniku pa je omogočena možnost izbire. Ker je izbira pogojena z vnaprej oblikovanimi kulturnimi potrebami in zmožnostjo sprejemanja določene ravni kulturnih sporočil, kar je odvisno od socializacijske sredine, v kateri se je posameznik razvijal, načelo »vsakomur svoje« ne more prispevati k dviganju kulturne ravni. Mediji imajo vse možnosti, da pomagajo premagovati razlike med socializacijskimi okolji na področju kulture z načrtnim, postopnim posredovanjem višjih kulturnih vrednot. Če le-te ostajajo le na ravni možnosti izbire v pestri ponudbi, bodo po njih segali le »izbrani«. Razširjenost porabnikov množične kulture in obsežnost komunikacijskega prostora, ki ji ga mediji namenijo, pravzaprav dokazuje, da se vloga, ki jo mediji igrajo na področju kulture, skladajo z našim modelom.

Pri **izobraževanju** je vključevanje tehničnih možnosti medijev vedno bolj nepogrešljivo. Univerzalnost znanja, bogatenje in preverjanje dosežene stopnje, posodabljanje in zamenjava hitro zastarelih znanj – vse to postavlja pred ves komunikacijski prostor, ki ga mediji obvladujejo, pomembne naloge. Področje izobraževanja tako ostaja izven našega modela. Opozoril bi pa vseeno na dva vidika, ki se pri tem odpirata. Prvič: obstaja nevarnost, da se znanje, kot usposobljenost za določeno zavestno aktivnost, zamenja z vedenjem, to je kopičenjem informacij o vsem mogočem. Pri tem se ažuriranje teh informacij kaže kot miselna aktivnost, podobna ažuriranju znanja. Ta privid je zelo nevaren pri mladem človeku. Po mojem mnenju mediji pogosto izbirajo ta način posredovanja informacij. Drugič: »totalna« informacija, ki jo s sliko in zvokom posreduje televizija, daleč najbolj razširjeni množični medij, pri izobraževanju, kljub mikavnosti in zanimivosti, ni vedno najustreznejša. Na najmanjšo možno mero namreč zmanjšuje miselno aktivnost, ki bi jo lahko imenovali asociativna predstava (ki se n.pr. pri branju najbolj kaže). S tem se omejuje možnost razvijanja abstraktnega mišljenja in fantazije, ki sta osnovni podlagi za kreativno mišljenje.

Prosti čas je vse bolj domena množičnih medijev. Pri tem so se razvili še posebno premišljeni načini zapolnitve časa. Mislim na športne prenose, kvize, sobotne večere in nedeljske popoldneve, pri katerih je kakršnakoli aktivnost sprejemnika zreducirana na način, čeprav daje vtis stalne navzočnosti in angažiranja. Sem lahko uvrstimo še velik del t.i. kulturne ponudbe v obliki nadaljevanj in filmov lažjega žanra, reklame in podobnega. V vsakem od naštetih tipov bi s podrobno razčlenitvijo lahko našli vzorce, ki jih posredujejo. Posredovanje takih in ne drugačnih vzorcev se, žal, tesno prilega našemu modelu.

Predstavljeni model, ki je zaradi preglednosti namenoma nekoliko zaostren, zaradi poenostavljanja seveda ni zamišljen kot celosten pogled na komunikacijski prostor, ki ga oblikujejo množični mediji. Poudarjen je predvsem sistem vzorcev, ki je eden od važnejših elementov identitete

posameznika. Z vplivom, ki ga imajo množični mediji pri oblikovanju in spreminjanju tega sistema, lahko posredno vplivajo tudi na identiteto.

Prav zaradi tega sem se pri razmišljanju o vlogi množičnih medijev s stališča narodnostnih manjšin osredotočil na ta vidik.

Vpliv medijev na ohranjanje identitete pripadnikov narodnostnih manjšin

Tudi za ilustracijo tega poglavja bomo oblikovali model dela komunikacijskega prostora. Najprej pa si oglejmo osnovne značilnosti, ki opredeljujejo narodnostno manjšino v prostoru, kjer živi skupaj z večinskim narodom.

- Pripadniki narodnosti se od pripadnikov večinskega naroda razlikujejo po jeziku;
- po vzorcih izražanja kulturnih vrednot;
- skupaj s pripadniki večinskega naroda živijo v skupnem družbenoekonomskem in političnem prostoru;
- narodnostna pripadnost je praviloma tudi eden od elementov stratifikacijske strukture družbe;
- živijo ločeno od svojega matičnega naroda, s katerim pa jih vežejo nekateri elementi narodne zavesti.

Te značilnosti moramo ohraniti, če hočemo, da se narodnostna manjšina ohrani. Osnovna pot, ki vodi k temu cilju, je oblikovanje, razvijanje in ohranjanje narodnostne identitete. Le-ta ima dve različni ravni, individualno in skupinsko, ter več različnih elementov. Večino teh elementov nosi jezik kot kulturna, antropološka in sociološka kategorija, nekaj jih je vezanih na prostor kot družbenoekonomsko in geografsko kategorijo, nekaj elementov pa je vezanih na širši družbenoekonomski in politični prostor, ki je skupen tako pripadnikom manjšine kot pripadnikom večinskega naroda, zato so tudi ti elementi identitete istovrstni (politična kultura, znanje, vedenje, vrednostni sistem i.p.d.).

Množični mediji lahko pri tem igrajo zelo pomembno vlogo, še posebno na naslednjih dveh poljih:

Jezik

Ohranjanje in razvijanje jezika ter vzgajanje občutka za materin jezik je gotovo ena od bistvenih sestavin delovanja in vplivanja množičnih medijev. To plat moramo gledati iz dveh zornih kotov.:

- Pripadnikom narodnosti mora biti omogočeno, da v svojem jeziku spremljajo procese in dogajanja v družbenem okolju, v katerem živijo in pri njih sodelujejo. Ta družbeni prostor, ki ga pripadniki narodnosti delijo s skupaj živečimi pripadniki večinskega naroda, je zaradi enotnega dru-

- žbenoekonomskega in političnega sistema za vse prebivalce določenega območja enak. Tudi s tem povezano oblikovanje politične kulture, ki je pogoj za dejansko obvladovanje družbenih procesov in odločanja o njih, ni bistveno odvisno od narodne pripadnosti, saj so socializatorji pogojeni prav z obstoječim družbenopolitičnim sistemom in so torej enotni. Funkcija množičnih medijev v jezikih narodnostne manjšine je s tega stališča v tem, da omogočijo pripadnikom manjšine tako raven obveščenosti, kar v prvi vrsti zahteva tudi razvijanje dovolj visoke funkcionalnosti manjšinskega jezika, ki bi ustrezala pogojem za vključevanje v procese odločanja in sodelovanja v družbenih procesih.
- Na drugih področjih kulture, kjer jezik ni samo sredstvo posredovanja informacij, ne igra več samo vloge posrednika sporočil, ampak tudi sam predstavlja kulturno vrednoto, ki omogoča prenašanje kulturnih sporočil in tako pomaga oblikovati kulturno zavest. Jezik postane tako tudi vsebina sporočila. Pri manjšinah je ta vidik še posebej pomemben, saj se kaj rado lahko zgodi, in se tudi dogaja, da postane manjšinski jezik zgolj sredstvo vsakodnevnega sporazumevanja med pripadniki manjšine, za višje ravni kulturnih jezikovnih potreb pa se uporablja jezik večinskega okolja. Pomen množičnih medijev v manjšinskem jeziku je pri tem neprecenljive vrednosti, saj lahko bistveno pripomorejo k ohranjanju in dvigovanju jezikovne ravni manjšinske kulture. Pri tem moramo upoštevati tudi potrebo po sodelovanju z matičnim narodom. Kljub temu, da družbenoekonomskega prostor in odnosi v mnogočem opredeljujejo pogoje in potrebe, v katerih se zrcalijo posebnosti določenega jezika, se jezik manjšine, ki živi v omejenem številu na omejenem narodnostno mešanem območju, brez sodelovanja z matičnim narodom ne more ohraniti na dovolj visoki ravni funkcionalnosti.

Kultura

Na narodnostno mešanem območju se prepletajo različni elementi, ki opredeljujejo kulturno identiteto tako pripadnikov manjšine kot tudi večinskega naroda. Te elemente lahko razvrstimo v tri sklope:

1. specifičnosti kulturne identitete narodnostne manjšine,
2. kulturna identiteta pripadnikov večinskega naroda,
3. elementi kulturne identitete, ki se oblikujejo z razvijanjem družbenega prostora in odnosov in so zato za obe narodnostni kategoriji podobni, kljub temu da se izražajo na različne načine.

Ker se vsi ti elementi v določenem prostoru prepletajo, lahko ob ustreznem odnosu širše družbe pripeljejo do bogatenja kulturne zavesti vseh na narodnostno mešanem območju živečih prebivalcev. Pri tem lahko množični mediji odigrajo pomembno vlogo, ki jo lahko označimo v več plasteh.

Ena od velikih prednosti sodobnih medijev je možnost posredovanja kulturnih vrednot. Izkoriščanje teh možnosti je za krepitev in ohranjanje kulturne zavesti manjšine zelo pomembno. Poleg razvijanja jezikovne kulture,

o kateri smo že govorili, se lahko pri pripadnikih manjšine na ta način krepi tudi odnos do lastne kulturne dediščine, do specifičnih načinov in oblik posredovanja umetniških dobrin ter do spodbujanja razvijanja lastnih vzgibov in potreb po aktivnem izražanju posebnosti kulturnih vzorcev. Skratka, na tem področju lahko množični mediji pripomorejo, da se manjšinska kultura dvigne na enakovredno raven kot večinska in da se tako odlepi od zgolj folklornega prenašanja nekaterih kulturnih vzorcev.

K temu morata dodati svojo vlogo še dva dejavnika:

- odnos večinskega naroda do manjšinske kulture in njegova pripravljenost za vključevanje kulturno-umetniških dosežkov manjšine tudi prek lastnih medijev. Pripadniki manjšine namreč ne morejo zadovoljiti vseh svojih potreb z lastnimi mediji, saj bi to lahko pripeljalo do neke vrste kulturne osame. Svoje mesto kulturne subjektivitete morajo vzpostaviti tudi med pripadniki večinskega naroda, s katerimi živijo na istem prostoru;
- manjšini je treba zagotoviti možnost sprejemanja in spremljanja množičnih medijev matičnega naroda. Čeprav se manjšinska kultura zaradi drugačnega družbenega prostora razlikuje od matične, pa za veliko področij, na primer umetnost, lahko rečemo, da so za oba dela istega naroda skupna.

Sodobni množični mediji so na podočje kulture vnesli nepregledno veliko število novosti. Pomembna zanjilnost teh novosti je, da so pripomogle k oblikovanju t.i. množične kulture, ki zaradi enotnih tehnoloških zasnov predvsem avdiovizualnih medijev in v bistvu enakih načinov izkoriščanja možnosti, ki jih le-ti ponujajo, pravzaprav ne pozna narodnostnih meja. V vrednost in pomen množične kulture za oblikovanje kulturne zavesti se tukaj ne bomo spuščali, lahko pa rečemo, da je v veliki meri narodnostno nevtralna, jezik pa v njej predstavlja le sredstvo za razumevanje vsebin, ki so vsaj s stališča kulture manj pomembne. To področje bi lahko uvrstili v sklop sprostitve in zabave, ki je v mnogočem usmerjeno po tržnih zakonitostih in kot takšno določeno z družbenoekonomskim prostorom. Po mojem mnenju bi težko našli pota in načine, po katerih bi lahko kulturne posebnosti manjšine vključili v množično-kulturne vzorce, zato je to področje s stališča ohranjanja in razvijanja narodnostne identitete po pomembnosti nekoliko ob strani.

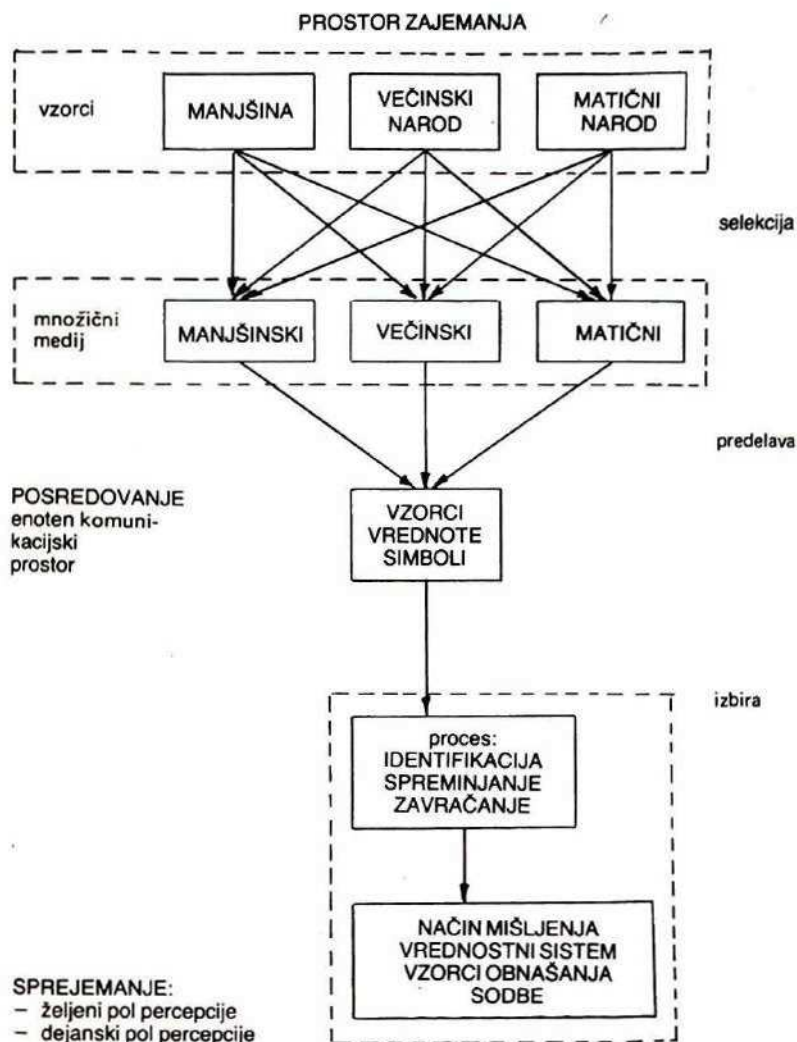
Poleg ohranjanja in razvijanja jezika ter pomoči pri oblikovanju kulturne zavesti imajo množični mediji lahko tudi pomembno vlogo pri vzgajanju občutka pripadnosti družbeni skupini, manjšini, ki se po nekaterih elementih razlikuje od okolja, vendar hoče v tem okolju živeti v sožitju s pripadniki večinskega naroda. Sredstva množičnega obveščanja je mogoče opazovati kot močan posredniški element med širšo družbeno skupnostjo in manjšino, ki lahko delujejo kot faktor združevanja ali oddaljevanja med obema družbenima skupinama. Tako olajšujejo vključevanje manjšine v družbeno, politično, ekonomsko in kulturno življenje dežele, v kateri živi, lahko pa jo iz tega življenja tudi poskušajo izriniti.

V kolikšni meri bo narodnostni manjšini uspelo izrabiti možnosti, ki jih dajejo množični mediji v njihovem lastnem jeziku, je najtesneje povezano z odnosom, ki ga večinski narod goji do narodnostne manjšine kot skupnosti in njegovo pripravljenostjo zagotoviti tiste pravice, ki so nujno potrebne za obstoj in delovanje množičnih medijev v jeziku narodnostne manjšine. Pri tem imam v mislih potrebo po določeni stopnji institucionalizacije, subvencioniranje manjšinskega tiska, vključevanje programov v jeziku manjšine v že obstoječe programske sheme radia in televizije, pomoč pri vzpostavljanju lastnih radiotelevizijskih mrež in omogočanje spremljanja programov matičnega naroda. Vse to presega zgolj pravico do lastnih medijev, saj vključuje tudi posebne zakonske ureditve in določene materialne izdatke. Strpnost do sodržavljanov, ki se po narodnostnih značilnostih razlikujejo od večine in te značilnosti na svoj način izpričujejo, se mora dvigniti na raven zavestne pripravljenosti enakopravnega sožitja v skupnem prostoru.

Bistvo celostnega pristopa k preučevanju množičnih medijev s stališča narodnostnih manjšin je v tem, da gleda komunikacijski prostor v celoti, v okviru katerega so mediji v jeziku narodnostne manjšine samo sestavni del.

Če se vrnemo na model primerjanja vzorcev, bi ta prostor izgledal kot je prikazano v grafikonu 3.

Funkcija manjšinskih medijev je, da posredovane vzorce čimbolj približa sistemu vzorcev željenega pola percepcije položaja pripadnika manjšine, tako da je v največji možni meri prisoten proces identifikacije.



Grafikon 3

Summary

ETHNIC MINORITIES AND THE MASS MEDIA

Utilizing the possibilities offered by modern information technology, the mass media have transcended their primary role of a means of public communication to become an influential factor of socialization. Their dominant role in an ever-increasing portion of spare time, the shaping of mass culture, the communication of patterns of behavior as well as of opinions - all these elements exert an indirect influence upon the system of value judgments and thereby upon the individual human identity. Roughly speaking, the vehicles of the mass media are oriented toward a universal leveling, with the ensuing uniformity, of ways of life, because the fulfillment of this goal facilitates management and control.

Viewed in this perspective, attempts at preserving and developing the ethnic identity of members of national minorities can be regarded as opposition to such unification. In this case, one's own media can be of paramount importance. Quite apart from their obvious support of and communicating in the mother tongue as the basic element of ethnic identity, the mass media put at the minority's disposal can contribute to the formation of cultural consciousness as a prerequisite for preserving national autonomy. However, we must realize that these media have to spread throughout the »information area« that the human being of today has become accustomed to. If they fail to go beyond the level of a mere ethnic supplement, they are likely to be submerged by the »majority media.«

This paper is an attempt at a systematic presentation of the status and role of the mass media from the viewpoint of ethnic minorities. It also tries to provide an answer to the question of the relation between the autonomy of the media managed by ethnic groups and the need for the integration of minority members into wider surroundings in which they live.

This article was prepared in processing the materials for the general section of the research project entitled »Mass Media among the Slovenes in the Udine/Videm Province: Their Role and Significance,« on which I have collaborated with Emidij Susič from Trieste and with Rihard Rutar from Cividale/Čedad.