

Ideologija in množični mediji: k vprašanju določenosti¹

Editorial note

The text entitled *Ideology and the Mass Media: The Question of Determination* is a translation of a book chapter by two crucial British political economists of communication that was originally published in 1978, in *Ideology and cultural production*. The authors address the question to what degree the fact that media are capitalist enterprises influences their operation. They criticize the lack of a political-economic perspective in contemporary research on the ideological role of the media, and argue that this perspective, focusing among other things on issues of ownership, control of the production process and the wider national and international economic context, is crucial to a thorough understanding of how mass media work. The text was written at a time when political economy of communication had already established itself as a relevant approach (although it went by different names, the authors for example use the term "sociology") and it was commonly accepted that the media mostly function according to the laws of capitalist markets. Yet, as the authors point out, the implications of this fact for the understanding of the inner workings of mass media was not quite clear. Scholarly research of media was caught in the crossfire of two opposing approaches, both reaching a dead end: on the one side, vulgar interpretations of a direct influence of the base on the superstructure, on the other, approaches that treated questions of ideology in isolation from their nature as capitalist enterprises (critical cultural studies). These questions are not confined to the field of communication studies since they were dealt with by almost all critical authors that focused their attention on the issues of ideology and social reproduction. The text by Golding and Murdock remains relevant today because the issues that they raise have been largely forgotten without reaching a satisfactory conclusion.

Uredniško pojasnilo

Besedilo je prevod poglavja dveh ključnih britanskih predstavnikov politične ekonomije komuniciranja, ki je bilo izvirno objavljeno leta 1978 v zborniku *Ideology and cultural production*. V njem sta poskušala nasloviti vprašanje, kako dejstvo, da so mediji kapitalistična podjetja, vpliva na njihovo delovanje. Avtorja kritizirata odsotnost političnoekonomske perspektive v sodobnem raziskovanju ideološke vloge množičnih medijev in zagovarjata tezo, da je ta perspektiva, ki med drugim vključuje razumevanje lastništva, nadzora nad produkcijskim procesom ter širšega nacionalnega in mednarodnega gospodarskega konteksta, nepogrešljiva za celovito razumevanje ideološkega delovanja množičnih medijev. Besedilo je nastalo v času, ko se je politična ekonomija komuniciranja že uveljavila kot relevanten pristop (čeprav se je ni nujno imenovalo tako, avtorja na primer še zmeraj pišeta kar o sociologiji), obenem pa je bilo splošno sprejeto, da mediji večinoma delujejo po zakonih kapitalističnega trga. Kot poudarjata tudi avtorja, navkljub temu ni bilo jasno, kakšne naj bi bile posledice te ugotovitve za razumevanje njihovega delovanja. Znanstveno raziskovanje medijev je bilo tako ujet v past dveh nasprotujočih si pristopov, ki sta zašla v slepo ulico: na eni strani vulgarnih interpretacij neposrednega vpliva baze na vrhno zgradbo, torej kapitalističnih proizvodnih odnosov na ideologijo (določeni tokovi marksizma), na drugi strani pa se je raven ideologije v veliki meri obravnavalo ločeno od dejstva, da gre prav za kapitalistične institucije, kar vpliva na njihovo delovanje (kritične kulturne študije). Ta vprašanja so že takrat bistveno presega-la komunikologijo; z njimi so se soočali skoraj vsi kritični avtorji, ki so na takšen ali drugačen način obravnavali vprašanja ideologije in družbene reprodukcije. Prispevek Goldinga in Murdocka je pomemben, ker so se vprašanja, ki jih odpirata, do danes pozabila, ne da bi bila kadarkoli zadovoljivo razrešena.

¹ Besedilo z naslovom *Ideology and the Mass Media: The Question of Determination* je bilo izvirno objavljeno v zborniku *Ideology and Cultural Production*, M. Barrett, P. Corrigan, A. Kuhn in J. Wolff, (ur.), ki je izšel leta 1978 pri založbi Croom Helm v Londonu. Za pomoč pri pridobivanju dovoljenja za prevod prispevka se najlepše zahvaljujemo Petru Goldingu. Dovoljenje za prevod v *Časopisu za kritiko znanosti* je dal Center za raziskovanje družbenega komuniciranja, Fakulteta za družbene vede.

Najina osrednja teza v tem prispevku je, da morajo sociologi, ki jih zanima sodobno množično komuniciranje, posebno pozornost posvetiti načinom, na katere ekonomska organiziranost in dinamika proizvodnje v množičnih medijih določata razpon in lastnosti njihovih vsebin. S tem predlogom ne trdimo, da so ekonomske sile edini dejavniki, ki oblikujejo kulturno proizvodnjo, ali pa da so zmeraj in povsod najpomembnejše. Prav tako ne predpostavlja »tesnega in neizogibnega ujemanja med tržnimi silami in odločitvami na eni strani ter značilnostmi ideološke dimenzije medijskih vsebin na drugi« (Connell, 1978: 71). Ne zanikava pomena nadzorstvenih praks in omejitev, ki jih nalagata država in politična sfera, ali pomena inercije, ki jih uveljavljajo prevladujoči kulturni kodi in tradicija. Prav tako ne zanikava »relativne avtonomije« osebja v proizvodnji in pomembnih učinkov profesionalnih ideologij in praks. Kljub temu je za naju ključen termin v tem paru »relativen«. Čeprav posledično v celoti podpira stališče Stuarta Halla, da »je raven ekonomske določitve nujen, a ne zadosten pogoj za ustrezno analizo« (Hall, 1978a: 239), bi poudarila termin »nujen«. Po najinem mnenju bo vsaka sociološka analiza načinov, na katere delujejo množični mediji kot ideološki akterji, ki se ji ne uspe resno posvetiti ekonomskim determinantam, ki tvorijo ogrodje proizvodnje, neizogibno parcialna. Ampak kljub znatnemu povečanju pozornosti, ki ga je v zadnjem desetletju v Veliki Britaniji akademska sfera začela posvečati množičnim medijem, je v večini nedavnega dela najočitneje umanjkal natančno ta »nujni« element. Pomembnost te odsotnosti za ustrežnejšo analizo je postala še toliko očitnejša in škodljivejša glede na nedavni razvoj dogodkov v strukturi britanskih množičnih medijev.

V zadnjih dveh desetletjih je v Veliki Britaniji prišlo do obsežne širitve množičnih medijev. Najbolj se je širil zasebni sektor: prvič zaradi razvoja novih proizvodov in trgov (kot je hitra širitev glasbene industrije) in drugič s prodiranjem razvitega kapitalizma v založništvo, kjer so prej prevladovala starejše oblike podjetništva, ter v (doslej v celoti javni) radiotelevizijski sektor (sprva z uvajanjem neodvisne televizije in zadnje čase z vzpostavljanjem lokalnih komercialnih radijev). Nasprotni ukrepi v javnem sektorju – vzpostavitev BBC2, ustanovitev lokalnega radia BBC in poskusi z občinskimi kabelskimi omrežji – niso niti približno zadostovali, da bi se med sektorjema ponovno vzpostavilo ravnotežje. Kot sva izpostavila drugje (Murdock in Golding, 1977b), je na čelu širitve zasebnega sektorja prevladovalo razmeroma malo velikih korporacij, ki v čedalje večji meri delujejo na mednarodni ravni, njihovi interesi v vrsti osrednjih komunikacijskih sektorjev ter na sorodnih področjih prostočasnih in informativnih dejavnosti pa so precejšnji. Daleč od tega, da bi nedavni razvoj dogodkov torej ošibil ali razpršil nadzor, ki so ga osrednje komunikacijske korporacije zmožne uveljavljati nad kulturno proizvodnjo, celo utrdil in okrepil ga je. BBC ostaja edina pomembna izjema v vedno bolj uveljavljenem vzorcu nadvlade konglomeratov. A je vendarle izjema, ne nekaj tipičnega. Še več, obstajajo dokazi, da so na ključnih področjih njenega delovanja dejavnosti korporacije (BBC, op. prev.) v čedalje večji meri pravzaprav urejene po kapitalističnih merilih.

Težišče celotnega področja množičnih komunikacij v Veliki Britaniji je torej odločno na strani komunikacijskih konglomeratov. Zaradi tega trdimo, da se mora sociološka analiza že na začetku spoprijeti s to nastajajočo ekonomsko strukturo ter raziskati načine, kako njena organizacija in osnovna dinamika oblikujeta obseg in oblike medijske proizvodnje. Kakorkoli že, zdi se ironično, da je bilo sočasno s tem procesom stopnjevanja in širitve nadvlade konglomeratov vprašanje ekonomske določenosti opuščeno kot osrednje vprašanje akademskih analiz, v večjem delu nedavne literature o medijih v Britaniji pa je celo popolnoma izginilo.

Različice pluralizma podajajo eno od vplivnejših opravičil za opustitev teh vprašanj. V njih se povezave med kulturo in ekonomijo raztopijo z utemeljitvijo, da je v sodobnem kapitalizmu posedovanje proizvodnih sredstev sčasoma postalo manj pomemben vir kulturnega nadzora, ob čemer se poudarja pomen alternativnih in nasprotnih virov moči. Ko sledijo tej razlagi, pluralisti običajno izhajajo iz ene od različic teze o »menedžerski revoluciji«. V primeru množičnih medijev je zanjo značilno poudarjanje relativne avtonomnosti osebja v proizvodnji in njegovega monopola nad operativnim nadzorom, iz česar naj bi izhajala ideološka pluralnost

proizvedenih medijskih vsebin. Zunanje omejitve pri proizvodnji naj bi izhajale predvsem iz različnih oblik regulacije, ki jo uveljavlja država. Kljub temu da nanj kar dežujejo kritike radikalnih komentatorjev, različice pluralizma v razpravah o množičnih medijih v Veliki Britaniji ohranjajo veljavo. Pluralizem v priljubljenih izvedenkah nudi osnovne pojme, s katerimi lastniki in praktiki legitimirajo obstoječo strukturo komunikacijske industrije (gl. npr. Whale, 1977). V zapletenejši obliki je globoko zakoreninjen v znanstvenem raziskovanju množičnih medijev. Podporo na primer nudi delu profesorja Jaya Blumlerja, enega najuglednejših raziskovalcev množičnega komuniciranja v Veliki Britaniji (gl. npr. Blumler, 1977). V njegovem primeru je opustitev teh vprašanj videti tako, da je pozornost preusmerjena na odnose med množičnimi mediji ter političnimi in državnimi institucijami, obe področji pa se dojemata kot neodvisna bloka moči, ki sta v temelju ločena od ekonomske strukture. Relevantna vprašanja o politični in kulturni vlogi množičnih medijev je za Blumlerja potemtakem mogoče ustrezno raziskati ne glede na ekonomske strukture in zanje značilno gibanje (gl. Gurevitch in Blumler, 1977). Sicer ločena, a podobna oblika opustitve je prisotna v nedavnih delih Daniela Bella, ki podajajo vplivno razlago, po kateri ekonomska, politična in kulturna sfera sodobnega kapitalizma zdaj predstavljajo različna področja, ki so ločena drugo od drugega, vladajo pa jim različne in vedno bolj antagonistične osi principov (Bell, 1976). Tovrstne trditve o ločitvi niso posebej presenetljive. V resnici so temeljni in nenadomestljivi del liberalnih in konservativnih kritik marksistične sociologije. Kar je kljub temu presenetljivo, je vznik analognih trditev v sami marksistični sociologiji kulture.

Kot je pred kratkim poudaril Stuart Hall, je vztrajanje na pomenu ekonomskih določenosti »glavno načelo marksizma, brez katerega ga je teoretsko nemogoče razločiti od katerekoli druge 'sociologije'« (Hall, 1977d: 23). »Ko zapustimo teren 'določenosti',« trdi Hall, »ne zapustimo samo te ali one stopnje Marxove misli, ampak njegovo celotno problematiko.« (Hall, 1977b: 52) Kljub temu je prevladujočim britanskim tokovom v marksistični sociologiji kulture – vključno s samim Hallom – vsakič znova spodletelo raziskati to vprašanje ekonomske določenosti z vsaj osnovno mero natančnosti.

Vzroke za tako opustitev vprašanja določenosti kot pomembnega analitičnega poudarka je v veliki meri mogoče iskati v odzivu na vulgarnost redukcionističnih pristopov, ki so množične medije dojemali kot orodja kapitalističnega razreda, njihove izdelke pa so predstavljali kot bolj ali manj neproblematično relejno postajo za kapitalistične interese in ideologije. Tovrstno stališče je bilo najvplivnejše v medvojnih letih in na začetku petdesetih let 20. stoletja, vendar še zmeraj životari in na svojo stran uspešno pridobiva vplivne privrženice iz akademske sfere. Pri Milibandovi opredelitvi vloge medijev so na primer pogosto prisotne sledi redukcionizma, na kar kaže tudi naslednji odstavek iz njegove zadnje knjige, naslovljene z *Marxism and Politics*:

Ne glede na to, kaj drugega že hoče doseči izjemna količina proizvedenih vsebin v množičnih medijih, je njen namen prispevati tudi k odvrčanju od razvoja razredne zavesti pri delavskem razredu. /.../ Dejstvo ostaja, da ima 'razred, ki razpolaga s sredstvi materialne proizvodnje', sočasno tudi 'nadzor nad sredstvi mentalne proizvodnje'; in da jih skuša izkoristiti za slabitev nasprotovanja obstoječemu redu. (Miliband, 1977: 50)

Onkraj in v nasprotju z omejitvami v tovrstnih redukcionizmi so sodobni marksistični sociologi kulture poudarjali relativno avtonomijo in specifičnost kulturne sfere ter nezmožnost njenega poenostavljanja na raven razrednih interesov in razrednega nadzora. Poleg tega so iskali osrednje točke, ki bi množične medije povezale z oblastno strukturo, in sicer ne v njihovih odnosih z monopolnim kapitalom, temveč v njihovih odnosih s kapitalistično državo. Oba raziskovalna namena sta bila nadvse koristna, saj sta naslovila izjemno pomembna, a premalo razvita področja v marksistični sociologiji. Odločna zavrnitev vulgarnega redukcionizma, ki ga ti avtorji zastopajo, je bila tako pomembna kot tudi nujna in taka ostaja še naprej. Vendar

meniva, da je veliko sodobnih del v svojem poskusu osvobajanja od ekonomizma šlo »v smer, za katero je pri analizah ideologije značilno prav čedalje večje zanemarjanje ekonomske ravni« (Garnham, 1977: 345). Posledica je nenavaden paradoks. Po eni strani so se sociologi, ki raziskovalno delajo na področju komuniciranja in se umeščajo v marksistični mišljenjski okvir, prisiljeni nanašati na ekonomsko določenost, saj prav to njihove raziskovalne predpostavke ločuje od preostalih. Sočasno pa dejstvo, da jim ne uspe analizirati, kako te določenosti delujejo v praksi, močno slabi tako vpliv kot tudi posebnost njihovega raziskovanja. Vprašanje določenosti postane nekakšna ritualna čarobna beseda, in ne neizogibna izhodiščna točka za dejansko analizo.

V naslednjem delu prispevka natančneje preučiva delovanje tega paradoksa v praksi in sicer na primeru dveh najpomembnejših in najvplivnejših britanskih marksističnih teoretikov na področju komunikologije: Raymonda Williamsa in Stuarta Halla.

Člani birminghamskega Centra za sodobne kulturne študije (Centre for Contemporary Cultural Studies, op. prev.) so pred kratkim za svoj glavni cilj zapisali »razvoj teorij o kulturnih in ideoloških formacijah v širšem mišljenjskem okviru marksizma, brez zatekanja bodisi v ekonomizem ali idealizem« (Chambers idr., 1977: 109). Gre za primeren opis ne le njihovega dela, ampak tudi osrednjega namena marksističnih kulturnih študij v Veliki Britaniji splošneje. Spopad z ekonomizmom je prinesel različne rezultate. Edward Thompson je zaradi tega, na primer, v celoti zavrnil osrednjo metaforo baze in vrhnje zgradbe in jo zamenjal s konceptualizacijo, v kateri sta ekonomija in kultura enakovredni področji, ki na dialektičen način vzajemno vplivata drugo na drugo. Kot je pred kratkim dejal v intervjuju, »obstajajo določeni vrednostni sistemi, ki so skladni z določenimi proizvodnimi načini, in določeni proizvodni načini, ki si jih ni mogoče predstavljati brez vrednostnih sistemov, skladnih z njimi. Ni eden odvisen od drugega ... Ti dve stvari sta različni plati istega kovanca.« (v Mason, 1977: 229)

Na podobno stališče se opora razlaga Raymonda Williamsa, ki jo je razvil v enem od svojih temeljnih del na področju sodobne komunikologije, v knjigi *The Long Revolution* (1965). V njej obravnava »dolgo revolucijo« na področju kulture, ki jo je začela širitev izobraževanja in komunikacijskih sistemov, kar dojema kot tretji tok sprememb, med katere šteje tudi industrijsko revolucijo v ekonomiji in demokratično revolucijo v sferi politike. Kot trdi, ti trije procesi skupaj opredeljujejo ustroj in tempo sodobnih izkušenj. Nenehno so v dialektični interakciji, ne da bi ena sfera določujoče vplivala na druge. Zato je treba po njegovem mnenju raziskovati zapleteno vzajemno vplivanje med sferami kulture, politične ureditve in ekonomije, »ne da bi pristali na to, da dajemo prednost katerikoli od njih, ki smo jo izbrali za abstraktno preučevanje« (Williams, 1965: 62). Vendar Williamsa v konkretni in polemični analizi o množičnih komunikacijah v sodobni Veliki Britaniji, ki jo je objavil leto pozneje, nenehno vleče nazaj k potrjevanju osrednje vloge ekonomske strukture in določenosti, na podlagi katerih ta struktura vpliva na kulturno proizvodnjo. Priznava namreč, da je naraščajoča koncentracija nadzora v rokah velikih komunikacijskih korporacij osrednja razločna značilnost porajajočih se okoliščin in da so »metode in odnosi kapitalističnega poslovanja« prodrli globlje, v vedno več področij, ter »se utrdili v bližini samega središča komunikacij« (Williams, 1968: 31). Soočen s temi dejstvi za rešitev, predlaga širitev javnega lastništva, ki ga dojema za najpomembnejše sredstvo možnih sprememb (ibid: 155).

Napetost med Williamsovo splošno teoretsko držo in njegovo konkretno analizo sodobnih sistemov množičnega komuniciranja se še dodatno zaostri v njegovih poznejših delih. Za primer je mogoče vzeti naslednja odstavka iz njegovih pravkar objavljenih del:

Dodajanje ekonomskih določenosti v kulturne študije je seveda poseben prispevek marksizma in v določenih primerih je očitno, da so z njihovo preprosto umestitvijo v analizo prednosti očitno razvidne. Vendar na koncu nikoli ne gre za preprosto dodajanje, kajti onkraj omejujočih obrazcev je resnično potrebna obnova celotnega družbenega

materialnega procesa in posebej kulturne proizvodnje, ki je nekaj družbenega in materialnega. (Williams, 1977a)

Ob opazovanju novih oblik (posebej televizijskega) oddajanja in formalnih sprememb v oglaševanju in tisku je bilo nemogoče razumeti kulturna vprašanja, ki bi bila v praksi lahko ločena od političnih in ekonomskih vprašanj, ali predpostaviti, da med njimi obstajajo bodisi drugorazredni bodisi odvisni odnosi. (Williams, 1976b: 90)

Ob tem je očiten omenjeni paradoks. Po eni strani Williams silovito zagovarja stališče, da je treba za brezkompromisno marksistično sociologijo kulture nujno posvetiti posebno pozornost ekonomski določenosti. Po drugi strani pa vztraja, da je nemogoče predpostavljati »drugorazredne ali odvisne odnose« med kulturno proizvodnjo in ekonomsko aktivnostjo.

V primeru konkretne analize sodobnih množičnih medijev je kljub temu vnovič prisiljen priznati osrednjo vlogo naraščajočega korporativnega ekonomskega nadzora in prepoznati njegove neznanske zmožnosti pri določanju obsega in vrste prihodnjega sistema množičnega komuniciranja. Kot odločno poudarja v knjigi z naslovom *Television: Technology and Cultural Form* (1974), so nove elektronske tehnologije obdelovanja podatkov, videa, satelitskih komunikacij in kabelske televizije

/.../ lahko uporabljene za vpliv, spreminjanje in v nekaterih primerih nadzor nad celotnim družbenim procesom. /.../ Gre za sodobna orodja dolge revolucije, ki vodijo v smer izobražene in participativne demokracije ter vnovičnega oživljanja dejanskega komuniciranja. /.../ Vendar gre ob tem tudi za orodja, ki bi glede na kontekst lahko bila namenjena kratki in uspešni protirevoluciji, v kateri bi peščica paranacionalnih korporacij lahko posegla še globlje v naša življenja, in to na vsaki ravni, od novic do psiholoških dram, vse dokler individualni in kolektivni odzivi na vrsto številnih različnih izkustev in dilem ne bi postali omejeni skorajda na izbiro med njihovimi vnaprej programiranimi možnostmi. (Williams, 1974: 151)

Še zlasti v zadnjem stavku tega navedka se določenost vrne v polnem pomenu te besede, pa čeprav skozi zadnja vrata, v obliki polemike in na način, ki v Williamsovem bolj teoretičnem delu nikoli ni raziskan resnično sistematično.

Zapisala sva že, da podobno kot Williams tudi Hall vztraja, da je ekonomska določenost osrednjega pomena za marksistično sociologijo kulture. Vendar v primerjavi z Williamsom v njegovih dejanskih analizah množičnih medijev ta problematika nima pomembnejše vloge, temveč je le zapisana in umeščena v teoretski okvir. Glavni razlog je, da je Hall osrednje dileme za svoje raziskovanje poiskal drugje, pri čemer se opira predvsem na Gramscija in Althusserja, za katera trdi, da sta »po Marxu, Engelsu in Leninu zares pomembno prispevala k razvoju marksistične 'teorije vrhnje zgradbe' ter odnosa med bazo in vrhšnjo zgradbo« (Hall, 1977b: 64). Oba misleca kompleksno in trajno vplivata na razvoj britanskih kulturnih študij in bi potrebovala vsaj še en ločeni prispevek, v katerem bi bilo ta postopek vključevanja mogoče razložiti v celoti. Na tej točki bi rada nakazala samo nekaj najosnovnejših točk vpliva.

Gramsci in Althusser sta menila, da je pomen kulture in ideologije vse bolj osrednji pri vzdrževanju produkcijskih odnosov sodobnega kapitalizma, vendar oba hkrati poudarjata, da je področje ideologije relativno avtonomno in ga vodi specifična dinamika ter da učinkuje na poseben način. Če situacijo razumemo tako, je področje ideološke analize ključno ne zgolj samo po sebi, temveč lahko poteka neodvisno od razumevanja gospodarskega konteksta, v katerega je ideologija vpeta. Hall v nedavnem članku na primer trdi, da rast sodobnih množičnih medijev »poteka sočasno in je pomembno povezana z vsem, kar danes razumemo z izrazom

'monopolni kapitalizem'« in da so v najbolj nedavni stopnji razvoja »mediji prodrli v srce sodobnega dela in procesa produkcije«. Kljub temu trdi, da »je treba te vidike zgodovinske rasti in širjenja medijev *pustiti ob strani, ko se na medije osredotočamo izključno kot na ideološke aparate*« (Hall, 1977a: 340; najini poudarki). Midva trdiva prav nasprotno, da lahko način, na katerega mediji delujejo kot »ideološki aparati«, razumemo zgolj, ko upoštevamo njihov položaj komercialnih podjetij velikega obsega v kapitalističnem gospodarskem sistemu, in če te odnose opazujemo v zgodovinski perspektivi. Zaradi načina, na katerega Hall opredeljuje osrednji problem, je popolnoma razumljivo, da ločuje ideološko od gospodarske dimenzije medijskega delovanja. Kljub temu trdiva, da tak pristop nujno vodi v delno in nepopolno razlago ideološke produkcije.

V izrazu »ideološki aparati« je viden Althusserjev vpliv. Širjenje pojma »ideologije« je Althusserjev drugi večji prispevek k sociologiji kulture. V tej razširjeni definiciji ideologija »ni opisovala zgolj sistema relativno formalnih prepričanj. Opisovala je sistem praks, odnosov in institucij« (Williams, 1977b: 13). Kot je poudaril Pierre Macherey, »raziskovanje ideologije neke družbe ne pomeni analiziranja sistemov idej, mišljenj in reprezentacij. Pomeni proučevanje materialnega delovanja ideoloških aparatov, ki jim ustreza določeno število specifičnih praks« (v Mercer in Radford, 1977: 5). Toda večina raziskav medijev, ki se ukvarjajo z ideologijo, ne analizira »materialnega delovanja ideoloških aparatov« in praks, ki jim ustrezajo, vsaj ne neposredno. Do njih dostopa posredno, na podlagi njihovih odsevov v oblikah posamičnih medijskih produktov in pod vplivom različnih slogov semiološke analize. Semiologija je bila po Althusserjevih besedah »pes«, ki se je vedno znova zmuznil »med nogami« sodobnih marksističnih analiz ideologije (Hall, 1977c: 30).

Izhajajoč iz zelo smiselne predpostavke, da »vsako besedilo na nek način ponotranji družbene odnose svoje produkcije« (Eagleton, 1976: 48), gre ta pristop še korak dlje, kar pomeni, da naj bi bilo mogoče te odnose razbrati z branjem besedila. Da bi lahko postale kulturne dobrine za javno potrošnjo, morajo biti surovine medijskih vsebin – dogodki, odnosi in splošne ideologije – prevedene v kulturne oblike – limonadnico, novice, dokumentarce –, kjer prav vsako vodi določen proces označevanja, ki uporablja razpon kodov in podrejenih kodov. Zato so medijski produkti kodirana sporočila, sporočila o naravi družbe, o naravi produkcijskih odnosov v samih medijih in o naravi odnosov med medijskimi organizacijami ter drugimi institucionalnimi domenami in družbenimi procesi (gl. Hall, 1973; 1975). Analiza medijskih vsebin je zato zvedena na dejanje razkodiranja, na izkopavanje različnih plasti družbenih in ideoloških odnosov, ki jih vsebuje oblika. Gre za neke vrste arheologijo družbenega znanja. Eden najboljših primerov uporabe te tehnike na sodobnih medijih je analiza osrednjih političnih razprav v posebni izdaji *Panorame* pred ključnimi volitvami oktobra 1974, ki jo je izvedel Stuart Hall.

Kot je poudaril Raymond Williams, »televizijska razprava ni zgolj politični dogodek, temveč tudi kulturna oblika in ta oblika kaže na številne odkrite in prikritke odnose« (Williams, 1976a: 38). Hall razširi to poanto in razkrije način, na katerega programska oblika vsebuje in reproducira tako strukturo na parlamentu sloneče legitimne politične domene in strukturo odnosov med radijskimi in televizijskimi organizacijami ter sfero politike in države (gl. Hall idr., 1976; Hall, 1976).

Kljub njeni plodnosti je analiza vendarle nezadovoljiva. V vsaj dveh ključnih vidikih izbran program ni tipičen za televizijske vsebine. Prvič zato, ker končni procesi produkcije potekajo »v živo« v studiu, so mnogo vidnejši kot v primerih iger, serij ali dokumentarcev, pri katerih je produkcija končana pred oddajanjem, forma pa skriva in ne odkriva produkcijskih odnosov, in drugič zato, ker je program vpet v javne in močno formalizirane odnose med radii in televizijami ter političnimi in državnimi aparati, torej ni težko razbrati reprodukcije teh odnosov v formi programa. Pogostejše pa ključni odnosi med produkcijskim osebjem in drugimi pomembnimi viri določanja in omejevanja, predvsem tistimi v ekonomski domeni, niso tako močno kodificirani in delujejo bolj skrito. Posledično nismo soočeni zgolj z nalogo razvijanja primernejših načinov analize besedil za uporabo na širokem obsegu medijskih vsebin. Poleg problemov

tipičnosti, značilnih za vsako študijo primera, se pojavlja tudi bistvena metodološka težava pri dostopu do družbenih in strukturnih odnosov z analizo besedil. Kakor dobro že je branje besedila zasnovano in izpeljano, ostaja vrsta analize vsebine in kot taka trpi za znanim problemom inference, ki pa ga je težko nadzorovati. Lahko trdimo, da vse kulturne oblike vsebujejo sledi produkcijskih odnosov njihovega nastanka in strukturnih odnosov, ki jih obdajajo. Vendar je nekaj popolnoma drugega, če trdimo, da lahko analiza forme omogoči primerno in zadovoljivo razlago teh odnosov in načinov, na katere določajo produkcijski proces. Ne more. Meniva, da sociologijo kulture in komuniciranja močno omejuje favoriziranje besedil kot objektov analize. Analiza besedil ostaja pomembna in nujna, ne more pa nadomeščati sociološke analize kulturne produkcije. Če naj sociologija pomembno prispeva k sodobni kulturni analizi, lahko to izvede predvsem z analizo družbenih odnosov in družbenih struktur.

Analiza *Panorame* poleg metodoloških težav prikazuje tudi osrednji pojmovni fokus številnih sodobnih britanskih raziskav, in sicer njihovo ukvarjanje z odnosom med mediji in državo. Tudi tu je bil vpliv Gramscija in Althusserja ključen. Hall in sodelavci sledijo Gramsciju, ko trdijo, da »je v kapitalističnih družbenih formacijah država mesto, kjer je *konstruirana* 'enotnost' dominantne ideologije pod vplivom vodeče frakcije kapitala, zato se tu zagotavlja hegemonija« (Chambers idr., 1977: 114). Poudarek na ključni vlogi države pri organiziranju in vodenju procesov legitimacije je podkrepljen tudi z Althusserjevim vplivnim pojmovanjem »ideoloških aparatov države«. Nimava prostora, da bi razpravljala o primernosti teh formulacij ali raziskovala pomembne in kompleksne razlike med njimi, opozoriti želiva le na njihov splošni vpliv.

Najprej in najočitneje so pozornost osredotočile na tisti sektor medijev, ki je najtesneje in formalno najbolj vezan na državo in politično sfero – radiodifuzijo. Z izjemo novičarskega poročanja v tisku so bili prezrti izključno komercialni sektorji medijev. Drugič, področja vsebin, ki so predmet analiz, so predvsem tista, ki predstavljajo vidike političnega sistema ali državnih aparatov – pokrivanje parlamentarne politike, pravni in sodni sistem, vloga države v industrijskih odnosih. Tretjič, znotraj teh izbranih področij je bila analiza osredotočena predvsem na predstavitev aktualnega dogajanja – novice, aktualne informativne vsebine in uredniške prispevke ter dokumentarce – in je zanemarljivo bogastvo relevantne fikcije. Tako pristransko porazdeljena pozornost ponovno odpira vprašanja tipičnosti in možnosti posploševanja, ta pa so povezana z osrednjim problemom konceptualizacije.

Razlaga sodobne situacije, ki odriva ekonomsko dinamiko iz središča analize in se osredotoča na odnose med mediji in državo, je nujno pristranska. Najprej zanemarljivo ali zgolj površno preleti številne zelo pomembne spremembe. Ne analizira naraščajoče gospodarske prepletenosti različnih medijskih sektorjev in posledic tega procesa za strukturo nadzora ter za razpon in oblike nastajajočih produktov. Podobno zanemarljivo naraščajočo internacionalizacijo britanskih množičnih medijev in s tem povezane teoretske probleme, ki jih odpira njihov položaj v globalnem gospodarskem sistemu komunikacij. Marksistična sociologija kulture v Veliki Britaniji je kljub teoretičnemu koketiranju s kontinentalno Evropo na ravni konkretne prakse močno zaplankana. To je pričakovano, a obžalovanja vredna posledica osredotočanja na odnose med mediji in nacionalno državo namesto na odnose med mediji in transnacionalnim korporativnim kapitalizmom. Ne gre le za to, da je prevladujoča perspektiva neuravnotežena in s slepimi pegami, saj poleg tega tudi ni zmožna predstaviti prepričljive razlage tistih področij in procesov, na katere se osredotoča. Kot trdiva v primeru produkcije novic, je delna in nepopolna razlaga posledica odpovedi raziskovanja narave in posledic ekonomskih določujočih dejavnikov. Ne gre za to, da vloga države ni pomemben vidik raziskovanja. Seveda je. Vendar lahko njeno vlogo in pomen, kot obsežneje argumentirava v razpravi o kulturnem imperializmu, primerno razumemo in vključimo v analizo le, če jo sistematično povežemo s strukturo in z delovanjem gospodarskega sistema na nacionalni in mednarodni ravni.

Kljub luknjam in pomanjkljivostim njune analize poskušata Hall in Williams združiti poudarek na specifični dinamiki in učinkovitosti kulturne produkcije z vztrajanjem pri »dolo-

čenosti v zadnji instanci z (gospodarskim) produkcijskim načinom«. Nedavno pa je ta splošni projekt doživel kritike dveh nasprotnih strani, ki ju predstavljajo Barry Hindess in sodelavci na eni strani in Dallas Smythe na drugi.

Hindess in sodelavci trdijo, da so prizadevanja za hkratno ohranitev »določenosti v zadnji instanci« in relativne avtonomije kulturne sfere neresljivo zgrešena v samem bistvu. Trdijo, da obstajata le dve izbiri: ali vzeti določenost zares in se tako nujno zaplesti v neko obliko redukcionizma, ali pa tezo o relativni avtonomiji povesti korak dlje in kulturno sfero obravnavati kot resnično avtonomno. Barry Hindess je nedavno zapisal: »Ali ideološke pojave zvedemo na razredne interese, ki nastajajo drugje (v bistvu v gospodarstvu) /.../ ali pa priznamo resnično avtonomijo ideoloških fenomenov in njihovo ireduktibilnost na manifestacije interesov, ki jih določa struktura gospodarstva.« (Hindess, 1977: 104) Sledeč temu pogledu torej vsakdo, ki še naprej pristaja na tezo ekonomskega določanja, nujno zapade v oblike analize, ki so ne glede na to, kako so zamaskirane, v resnici ekonomistične in redukcionistične.² Da bi se izognili tej pasti, moramo rekonceptualizirati povezave med produkcijskimi odnosi ter ideološkimi in kulturnimi oblikami tako, da jih ne razumemo »kot kakršnekoli oblike določenosti 'v zadnji instanci' ali kake druge, temveč kot pogoje obstoja« (Cutler idr., 1999: 314). Zato trdijo, da čeprav določene ideološke in kulturne oblike zagotavljajo nekatere nujne pogoje za nadaljnjo reprodukcijo kapitalističnih proizvodnih odnosov, te oblike nikakor niso določene z gospodarskim produkcijskim načinom. Nastajajo v sferi same kulture in ideologije. Čeprav do nje prispejo po drugačni poti, je ta formulacija zelo podobna stališču Edwarda Thompsona, ki sva ga orisala prej. Obe odločno zavračata ekonomsko določenost.

Diametralno nasprotno kritiko pozicij Halla in Williamsa je podal Dallas Smythe. Zanj težava ni v tem, da ohranjata idejo ekonomske določenosti, temveč da njenih implikacij v svojih konkretnih analizah ne izpeljeta do konca. Smythe trdi, da »je prvo vprašanje, ki si ga mora zastaviti historični materializem o sistemih množičnega komuniciranja, katere gospodarske funkcije opravljajo za kapital« (Smythe, 1977: 1). Njegov odgovor je, da je primarna funkcija medijev ustvarjanje stabilnih blokov občinstva za prodajo monopolno kapitalističnim oglaševalcem in s tem doseganje pripravljenosti za potrošnjo, ki zaključuje krogotok proizvodnje. Za Smytha je vloga medijev pri reproduciranju ideologije v resnici sekundarna:

Kaj je ekonomsko bistvo vsebin množičnih medijev v monopolnem kapitalizmu? Informativni, zabavni in 'izobraževalni' material, ki je prenesen občinstvu, je spodbuda (darilo, podkupnina ali brezplačno kosilo) za rekrutiranje potencialnih članov občinstva in vzdrževanje njihove lojalne pozornosti. (Smythe, 1977: 5)

Čeprav podpira Smythov splošni projekt vračanja gospodarske dinamike na osrednje mesto pri analizi množičnih komunikacij, pa je način, na katerega razvija svojo argumentacijo, v številnih ključnih vidikih močno pomanjkljiv (gl. Murdock, 1978). Najprej, njegova analiza je pristranska. Osredotoča se izključno na ameriški tisk in komercialno televizijo, ki sta oba jasno in očitno povezana z oglaševanjem potrošnikom. Popolnoma zanemarija številne zelo pomembne medijske sektorje, ki so v zelo majhni meri odvisni od oglaševalskih dohodkov – knjižno založništvo, kino in popularno glasbeno industrijo. Tega ne stori po pomoti, temveč je to simptomatično za Smythovo močno omejeno pojmovanje odnosov med gospodarsko dinamiko in kulturno produkcijo. Kljub njegovemu poudarku na osrednjosti ekonomskega pa v svoji predstavitvi preseka nekatere ključne povezave med ekonomsko in ideološko dimenzijo medijske produkcije. V prizadevanju, da bi osvetlil vlogo medijev v cirkulaciji ekonomskih

² Splošno tezo je zagovarjal Paul Hirst (1977: 131), Rosalind Coward (1977a: 90) pa jo je aplicirala na delo birminghamskega centra.

blag, popolnoma zanemari njihovo neodvisno vlogo pri reproduciranju ideologij in posledično ne raziše načinov, na katere ekonomske določitve oblikujejo razpon in oblike medijske produkcije ter končnih produktov. Medije popolnoma reducira na njihovo ekonomsko funkcijo.

Ne pristajava na to, da je treba izbrati med ekonomizmom in redukcionizmom na eni ter »nujno nepovezanostjo«, ki jo zagovarjajo Hirst in sodelavci, na drugi strani. Trdiva, da je treba ohraniti nujen poudarek na relativni avtonomiji kulturne produkcije, kar je značilno za delo Williamsa in Halla, hkrati pa vprašanje ekonomske določenosti obravnavati kot osrednjo kategorijo analize.

Ko Ian Connel trdi, da »mediji najprej in predvsem pripadajo področju ideologije« (Connel, 1978: 75), ne govori zgolj zase, temveč tudi za dominantno smer marksistične kulturne teorije, ki sva jo že obravnavala. Očitno imajo množični mediji osrednjo ideološko vlogo, saj so njihovi proizvodi ključni vir podob, razlag in legitimacij britanskega kapitalizma ter strukturirane neenakosti bogastva in moči, ki jo ta ustvarja. Ne strinjava se z izrazom »najprej in predvsem«. Za naju so množični mediji »najprej in predvsem industrijske in komercialne organizacije, ki v okviru poznokapitalistične gospodarske ureditve proizvajajo in distribuirajo blago« (Murdock in Golding, 1974a: 205, 206). Posledično trdiva, da produkcije ideologije ni mogoče primerno razumeti, če jo obravnavamo ločeno od splošnih ekonomskih dinamik medijske produkcije in načinov, na katere določajo ideologijo.

Ekonomska dinamika deluje na različnih ravneh in različno močno v različnih medijskih sektorjih in znotraj njih. Na najsprejnejši ravni porazdelitev ekonomskih resursov odločilno določa razpon razpoložljivih medijev. Kot sva na primer trdila drugje, je odsotnost radikalnega dnevnika z množično cirkulacijo v Veliki Britaniji predvsem posledica visokih stroškov za vstop na trg in porazdelitve oglaševalskih dohodkov (Golding in Murdock, 1978). Ekonomski imperativi tudi vplivajo na splošno formo dostopnih medijev. Razkorak med medijskimi sistemi v številnih državah tretjega sveta in družbenimi potrebami njihovega prebivalstva – institucionalizacija domače, studijske televizije v skupnostno usmerjenih kulturah, ki se raje gibajo na prostem – je v veliki meri posledica zgodovinske in gospodarske prevlade velikih multinacionalnih korporacij. Podobno urbano dnevno časopisje slabo zadovolji potrebe razpršenega ruralnega prebivalstva. V posamičnih medijskih organizacijah lahko ekonomski imperativi pomembno določajo razporeditev produktivnih resursov med enotami z različnimi razmerji med stroški in privlačnostjo za občinstvo, kot na primer med pokrivanjem športa in izobraževalnimi oddajami ter tujimi novicami in črno kroniko. In nazadnje, kot sta jasno pokazali dve nedavni raziskavi produkcije televizijske fikcije, ekonomski premisleki lahko prodirajo v forme posamičnih produkcij in jih uokvirjajo (gl. Alvarado in Buscombe, 1978; Murdock in Halloran, 1979).

Kako te različne ravni določanja posamično ali skupaj vplivajo na vsakokratno produkcijsko situacijo, je vprašanje za empirično raziskovanje. Vendar trdiva, da mora biti tako raziskovanje v središču prihodnjega sociološkega dela o sodobnih medijih. Da bi ponazorila razliko med pristopi, ki sva jih opisovala, in najinimi pogledi, na kratko predstavljava posamični področji. Prvo so novice in predvsem radijsko in televizijsko novinarstvo, ki je pritegnilo pozornost raziskovalcev številnih teoretskih in metodoloških pristopov. Drugi primer je kulturni imperializem, ki so ga v primerjavi z novicami sociologi kulture in komunikacij precej zanemarjali, kar se nama zdi simptomatično za omejitve pristopov, ki ločujejo kulturno analizo od politične ekonomije.

Novice predstavljajo dogodke na način, ki je primeren za javno potrošnjo, zato privabljajo raziskovalce, ki jih zanima ideološka narava medijskih vsebin. Če trdimo, da je ne glede na vrsto medija izbor dogodkov, ki so vključeni v novice, pristranski, s tem nismo povedali ničesar novega. Minilo je petdeset let od objave briljantnih esejev Walterja Lippmana, v katerih je pokazal, zakaj in kako »novice niso ogledalo družbenih okoliščin, temveč poročilo o njihovem najvsiiljivejšem vidiku« (Lippman, 1965: 216). Vendar so si raziskovalci z nedavnimi raziskavami prizadevali pokazati, da je ta pristranskost ideološka na način ustvarjanja koherentnega pogled na svet, ta pogled pa izhaja iz prevladujočih struktur moči ter jim služi.

Pokazati povezave med novicami, ideologijo in strukturami moči je težka naloga in v tem

prispevku ne moreva prikazati vseh težav takega prizadevanja. Želiva pa pokazati nekaj vrzeli v nedavnih razpravah in na kratko nakazati alternativni pristop. Zanimivo je, da so številni pisci posvetili pozornost BBC-ju in želeli njegovo vsebino pojasniti s kompleksnim odnosom med korporacijo in državo. Tak pristop je pričakovan, saj mnogo tovrstnih raziskav izhaja iz teorij države. Je pa problematičen, ko opazujemo novičarske medije kot celoto, saj jih je večina seveda v zasebnem sektorju.

V nedavnem raziskovanju novic želijo raziskovalci pogosto identificirati okvire razumevanja, v katerih so novice konstruirane. Odkrivajo jih v analizi besedil z razbiranjem predpostavk in nians rutinskega novinarstva. To raziskovanje je pogosto briljantno in razsvetljujoče, vendar nam ne pove ničesar o družbenih virih teh okvirov: kdo jih deli in kako postanejo del retorike in značaja novic? To vprašanje zastavi le, da nanj odgovori z refrenom, da so novičarski mediji del sistema, ki ga »strukturira podrejanje«.

Taka analiza besedil se pogosto osredotoča na poročanje o industrijskih odnosih. Vendar strukture, ki jo analiza v takih novicah obelodani – natančno uravnoteženje CBI in TUC, poudarek na motnjah in motečih učinkih stavk za javnost, izogibanje govorcem, ki ne zasedajo formalnih položajev –, kažejo sliko pristranskosti, ki jo le stežka prikažemo na drugih področjih novic, kot bi sklepali na osnovi predpostavke, da je tako analizo mogoče posplošiti. Industrijski odnosi še zdaleč niso paradigmatški primer, temveč izjemni primer, v katerem lahko jasno razberemo omejitve novic. Ta jasnost nas lahko zavede v preveč poenostavljeno razlago izvorov struktur novic. Avtorji *Bad News*,³ najpomembnejšega nedavno objavljenega prispevka o medijskem poročanju o industrijskih odnosih, želijo preseči ekonomske razlage medijskega vedenja. Menijo, da tovrstne razlage preprosto temeljijo na pojmovanju vpliva komercializma.

Do zdaj je teoretska analiza industrije množičnega komuniciranja razkrila, da so kritike, ki poudarjajo zgolj komercializem, preveč omejene /.../ Čeprav v primerih kupovanja sprejemnikov in plačevanja naročin vsekakor drži, da so množični mediji oziroma industrija zavesti na številnih področjih zelo dobičkonosni in so na splošno podrejeni logiki komercializma, pa imajo še drugo – nič manj pomembno – funkcijo na kulturni ravni, na katero zasebno ali javno lastništvo medija ne vpliva. Druga funkcija, kulturna legitimacija konsenza in *statusa quo*, ni omejena s komercializmom. To vlogo opravljajo televizije kot primarni medij kulturne legitimacije in jo opravljajo radijske in televizijske organizacije ne glede na način financiranja, naj bodo v zasebni lasti ali lasti države. (ibid: 13–15)

Tak pogled je problematičen z več vidikov. Ne nazadnje gre za zelo omejen pogled na ekonomsko področje, ki v resnici ne obsega zgolj postranskega vprašanja financiranja. Prav tako je pogled čudno esencialističen, saj ideološki značaj televizijske kulture pripisuje nečemu, kar tiči v naravi samega medija. Nazadnje pa se odreče vsakršni razpravi o praksi v produkcijskem procesu ter nadzoru nad njim in očitno zanika vsakršno možnost svobodnega delovanja na delovnem mestu.

Najpomembnejše vprašanje pa je povezano z izvorom te vloge in funkcije. Stuart Hall meni, da jih lahko pojasnimo z močjo »priznanih govorcev«, torej elitnih virov, ki prinašajo novice v obliki, sprejemljivi za dominantni pogled na družbeno ureditev. »Mediji reproducirajo vnaprej označen dogodek, kar počnejo zato, ker se podreajo zahtevi, da morajo 'nepristransko' poročati o tem, kar govorijo in počnejo odločevalci, in ker jih struktura novičarskih vrednot na določene predvidljive in utrjene načine usmerja k tem privilegiranim virom delovanja in informacij.«

³ Medijska skupina Univerze v Glasgowu (1976). Za obširnejšo študijo gl. P. Hartmann (1976). Na tem mestu se seveda ne morava ukvarjati s splošno razpravo o teh študijah.

(Hall, 1975: 131) Tako se izvršuje kulturna moč, ki je sestavljena iz: »(a) moči določati, katera vprašanja bodo vstopila v krogotok javnega komuniciranja; (b) moči določati način, na katerega se bo o teh vprašanih razpravljalo; (c) moči določati, kdo in pod katerimi pogoji se bo do vprašanj opredeljeval; (d) moči upravljati z razpravo v medijih« (ibid: 143). Povezavo med novicami in vladajočimi ideologijami razlaga z dvema dejavnikoma: s skupnimi pogledi novinarjev in virov ter z institucionalnimi povezavami med njihovimi družbenimi okolji, predvsem med radijem in televizijo ter državo. Sociologu se ob tem porajajo številna vprašanja. Nedavna raziskava dejanske prakse uredništva BBC *news* se vrne k poziciji, ki je blizu najini. V tej raziskavi Philip Schlesinger zagovarja pomen »konteksta, v katerem so televizijske novice proizvedene. Ta je kljub pristnim elementom javne službe predvsem komercialna /.../ Teh novic prav tako ne moremo ločiti od politične ekonomije družbe in države, v katerih so proizvedene« (Schlesinger, 1978: 245). Druga raziskava, ki se še bolj osredotoča na BBC-jeve interakcije z državo, kljub temu izhaja iz raziskovanja produkcije z vidika skladnosti rutine ustvarjanja programa in potreb ter interesov vladajočih skupin ter iz načina, na katerega komercialne zahteve ustvarjajo okvir, ki »oblikuje proces ustvarjanja programa in premise, na katerih sloni politična televizija« (Tracey, 1977: 245).

Prenos analize na zgolj politično področje povzroča pogled na državo kot areno ključnih bojev v iskanju kulturne demokracije. Nadzor nad sredstvi in prakso kulturne produkcije ni več razumljen kot ključna točka konflikta. Opraviti imamo s pristopom, ki je prisiljen na medije gledati kot na pasivne in nevtralne prenosnike ideoloških vsebin. Zato ne preseneča, da se mora odpovedati upoštevanju struktur lastništva, nadzora, produkcije in celo kompleksnega medsebojnega vplivanja medijev in drugih blokov v strukturi moči. Iz tega pristopa izhaja, da bi vsak medij v vsakršni konfiguraciji opravljal to vlogo. Moč je zvedena na vpliv. Iz takega pogleda izhaja, da »je moč neenakomerno porazdeljena v politiki in državni oblasti, ne v medijih« (Hall idr., 1976: 92). Vendar, kako nastane neenakomerna porazdelitev? Take nezadostne razlage nadzora se neprestano ponavljajo. Zato mora Stuart Hall trditi, da se mediji »sami vzpostavijo« kot dominantna sila v produkciji in distribuciji kulture, da lahko, kot sva pripomnila, zgodovinsko in ekonomsko razlago tega procesa »pustimo ob strani«. Hall zastavi ključno vprašanje, »kateri so dejanski mehanizmi, ki omogočajo množičnim medijem, da opravljajo to 'ideološko delo'.« Vendar njegov odgovor zgolj drugače formulira izhodiščno vprašanje.

Izbior kodov /.../ te sporne dogodke konsenzualno umesti v nabor dominantnih ideologij /.../ Kljub temu da dogodki ne bodo sistematično zakodirani na samo en način, bodo vseeno sistematično črpali iz zelo omejenega ideološkega oziroma razlagalnega nabora. Ta nabor /.../ bo na splošno težil k temu, da stvari 'osmišlja' v okviru dominantne ideologije. (Hall, 1977a: 343–345)

Z drugimi besedami so novice uglasene z dominantno ideologijo zato, ker črpajo iz ideologije, ki je dominantna.

Da bi lahko pojasnili povezave med vladajočimi idejami in novicami, moramo pojasniti dejanski proces produkcije in nadzora nad resursi, ki so v končni instanci zadnja meja teh procesov. Odnos med poklicnimi prepričanji in praksami v novinarstvu je kompleksen, odkriti pa ga je mogoče le v povezavi z zgodovino in politično ekonomijo produkcije novic.

Radijsko in televizijsko novinarstvo velik del predpostavk in praks črpa iz tiska. V zgodnjih dnevih časopisa, po izvorni dobi, v kateri so si založniki-tiskarji prizadevali osvoboditi se od podeljevanja licenc in drugih oblik nadzora, je naraščajoče komercialno obilje zagotovilo neodvisnost tiska in končno neko obliko ustavnega zagotovila njegove avtonomije. Preobrazba »političnega« tiska, predvsem strankarskega, v množični popularni tisk je kompleksen proces in bilo bi zavajajoče, če bi ga želeli predstaviti kot preprostega, ki je v vseh državah potekal enako. Vendar lahko razpoznamo določene skupne poteze. Bistvena sprememba se je zgodila v eko-

nomski bazi tiska. »Maloprodajna revolucija« je povzročila konkurenčno prodajanje oznamčenih produktov in nastanek oglaševalske industrije, ki te produkte promovira. Časopisi so idealni medij za prenašanje takega oglaševanja potrošnikom-bralcem, zato oglaševanje postopoma v večji ali manjši meri nadomesti prodajo kot vir dohodka. Posledično je mogoče znižati cene časopisov in s tem so postavljeni temelji množičnega popularnega tiska. Politični strankarski tisk se je pogosto ohranil tudi po tej »revoluciji«, vendar se je bil običajno prisiljen podrediti ekonomski logiki tega procesa. Kjer je oglaševanje omejeno, so lahko politične stranke edini vir dohodkov in tako se ohranja strankarski tisk.

Novinarske posledice tega procesa so pomembne. Zaradi pritegovanja bralcev se časopisi oddaljijo od divjega frakcijskega boja in se približajo nevtralnejši drži sprejemljivosti za vse. Začne se ločevanje med dejstvi in mnenji. Vrednost enih in drugih dobro opiše znani izrek C. P. Scotta, urednika angleškega časopisa *Manchester Guardian*, da je »komentar svoboden, dejstva pa sveta«. Mnenja so zaprta v uredniške stolpce, dejstva kraljujejo na novičarskih straneh. Razlika med dejstvi in mnenji postane institucionalizirana v razliki med poročevalcem in novinarjem, dopisnikom ali kolumnistom.⁴

Radiodifuzija je svoje življenje začela kot tehnološka noviteta, komaj pozneje so jo bolj oportunistični člani radijske in telekomunikacijske skupnosti komercializirali, dokler ni končno postala osrednja oblika zabave 20. stoletja. Hkrati je postala novičarski medij in oddajanje novic je povsod postalo osrednja skrb odločevalcev v radijskih in televizijskih organizacijah. Ponavadi so televizijske novice fiksna točka v kalejdoskopskem svetu dram, kvizov, limonadnic, dokumentarcev in izobraževanja. Radijsko in televizijsko novinarstvo se pri svoji evoluciji kot posebna programska zvrst sooča s tremi težavami.

Prva težava je, da radijske in televizijske organizacije ponavadi regulira zakon in da so sprejele statute, ki urejajo njihovo delovanje in strukture. Zakonske zahteve je treba prevesti v rutinsko prakso; radijsko in televizijsko novinarstvo se pri prizadevanju, da bi operacionaliziralo splošnost zakona, naslanja na navade tiska. Druga težava je, da mora radijsko in televizijsko novinarstvo vzpostaviti določeno stopnjo avtonomije v odnosu do tiska. Najprej, tisk, predvsem večerni časopisi, meni, da je radiodifuzija konkurenčna grožnja, in pogosto tisk zahteva terminske in časovne omejitve oddajanja novic. V zgodnjih letih so bili radijski in televizijski novinarji po navadi odvisni od tiska kot vira novic in šele postopoma se je uveljavilo spoznanje, da so radijske in televizijske novice lahko kaj drugega kot časopisne novice, ki so posredovane na drugačen način. Za številne novinarje je naraščanje avtonomije šlo predaleč in je povzročilo konflikt identitet med vlogo radijca oz. televizijca in novinarja. Tretja težava pa je, da se je moralo radijsko in televizijsko novinarstvo sprijazniti z močno regulirano razliko med dejstvi in komentarji, ki jo je moralo spoštovati zaradi svojega osrednjega položaja, tesnega odnosa z državno oblastjo in ustavnim položajem. Časopisno novinarstvo je proizvedlo normo objektivnosti. Radijsko in televizijsko novinarstvo je moralo biti v polemikah več kot pošteno; moralo je biti nad polemikami. Postopoma so se razvile nove norme nepristranskosti in uravnoteženosti, razlika med dejstvi in komentarji pa je bila organizacijsko institucionalizirana z ločitvijo »novic« in »aktualno informativnih vsebin«.

Radiodifuzija je bila že od začetka povezana z državno oblastjo. Prepričanje, da tehnologija zahteva vzpostavitev nacionalnih monopolov novega medija, je radiodifuzijo, kakor hitro je bila izumljena, izpostavilo pozornosti regulatornih organov. Ta poudarek na načinu distribucije novega medija je spodrinil vprašanja o njegovi vsebini. Sprejemanje in širjenje tehnologije je postalo predmet regulacije. Posledično so bili mehanizmi nadzora nad radiodifuzijo izpeljani

⁴ Op. prev.: »/.../ reporter and the journalist, correspondent, or columnist.« Izrazov v tem kontekstu ni mogoče prevesti, saj je pri nas razlikovanju med dejstvi in mnenji ustrezna delitev dela v uredništvih mnogo manj razvita kot v anglosaškem svetu. Posledično tudi nimamo poimenovanj različnih profilov novičarskih delavcev v uredništvih, ki bi jasno razločevala med tistimi, ki posredujejo dejstva, in tistimi, ki izražajo mnenja.

iz pogledov in ideologij, ki so se razvili v prejšnjih medijih, predvsem v tisku. Vendar je bila radiodifuzija drugačna v dveh ključnih vidikih; njena vsebina je bila heterogena – oddajala je informativne in zabavne vsebine – in skoraj povsod je bila organizirana kot monopol, ki je bil na tak ali drugačen način tesno povezan z državo. Vendar so bile težave in temeljni problemi, ki so jih te razlike pozneje povzročile, v zgodnjih letih radiodifuzije spregledani.

Ti izvori so med drugim povzročili pogosto zmeden nabor zakonodaje, ki je urejala produkcijo novic. Številni ustavni, zakonodajni in administrativni predpisi ne urejajo samo načina delovanja novičarskih organizacij, temveč tudi način oblikovanja novic. Ko jih pozorno raziščemo, pogosto opazimo, da so namerno nejasni, in s tem televizijske novinarje silijo v opiranje na lastne definicije ustrezne profesionalne prakse in standardov.

Novinarske predstave o tem, kaj so in kaj niso novice, so bile skovane v delavnicah komercialnega tiska, ki je služil zgodovinsko posebnim potrebam in interesom. V tem procesu so nastale novičarske vrednote. Razprave o novičarskih vrednotah jih po navadi prikažejo kot zavite v skrivnostno meglo nenatančnih besed in konceptualne nejasnosti. Številna znanstvena poročila se osredotočajo na ta megleni vidik novičarskih vrednot ter jim s tem podelijo bistveno večji pomen in privlačnost, kot si zaslužijo. Produkcija novic je le redko videti tako, da novinarji in uredniki dejavno sprejemajo in zavračajo dele zelo raznolikega in obsežnega materiala. Prav nasprotno, večinoma gre za pasivno rutino in močno regulirane postopke pri izbiranju iz že omejenega nabora informacij. Novičarske vrednote obstajajo in so seveda pomembne. Vendar so hkrati *post festum* razlaga ali opravičilo potrebnih postopkov in izvor teh postopkov.

Novičarske vrednote uredniki in novinarji uporabljajo na dva načina. So kriteriji za izbiranje tistih delov razpoložljivega materiala, ki bo vključen v končni produkt. Hkrati pa so vodila za predstavljanje delov, ki nakazujejo, kaj je treba poudariti, kaj izpustiti in čemu je treba pri prezentaciji občinstvu dati prednost. Novičarske vrednote so zato okvirna pravila, ki sestavljajo korpus poklicnega izročila, ki implicitno – pogosto pa odkrito – razlaga in vodi prakso uredništev. Ni res, da so nedostopna novinarjem in urednikom, ki jih pogosto niso zmožni in pripravljeni jasno izraziti, kot to zatrjujejo mnogi. V resnici začinijo dnevne izmenjave med novinarji v kolaborativnih postopkih produkcije. Poleg tega pa so skopi namigi na skupne predstave o naravi in smislu novic, ki lahko olajšajo hitro in težavno proizvodnjo poročil in novičarskih oddaj. Novičarske vrednote so značilnosti dogodkov ali novinarske konstrukcije dogodkov, ki zaradi tega, ker vsebujejo novičarske vrednote, postanejo primerni za vključitev v novičarski izdelek. Čim več takih značilnosti zgodba vsebuje, tem verjetneje je, da bo vključena. Povedano drugače, čim več novičarskih vrednot zgodba vsebuje, tem verjetneje bo vključena.

Tu ne moreva podrobno opisovati povezav med družbenimi vrednotami, novičarskimi vrednotami in novicami. Raziskave radijskih in televizijskih novic (gl. npr. Golding in Elliot, 1979), ki temeljijo na pristopu, ki ga zagovarjava, ugotavljajo, da vsebini, ki je rezultat teh procesov, manjkata dve ključni dimenziji, tj. moč in proces, in da je zato strukturno nezmožna ponuditi kaj drugega kot nekritični in konsenzualni pogled na svet. Nevidnost moči, tako med narodi kot znotraj njih, je posledica številnih dejavnikov: geografije zbiranja informacij, poenostavljanja dramskih oseb v novicah in omejenega razpona aren, ki jih lahko novice pokrijejo, kar posledično vodi do poudarjanja formalnih političnih dogodkov. Družbeni procesi prav tako izginajo, saj zahteve produkcije favorizirajo fragmentirani in ahistorični pogled na svet.

Analize, ki predpostavljajo, da so novice nujno produkt močnih družbenih skupin in da so ustvarjene za to, da širijo pogled na svet, ki je skladen z interesi teh skupin, situacijo poenostavljajo do tolikšne mere, da niso uporabne. Poklicne rutine in prepričanja novinarjev ne dopuščajo obstoja preprostega kanala med vladajočimi idejami močnih in širjenjem teh idej po radijskih valovih. Vendar odsotnost pojmovanja moči in procesov nedvomno preprečuje razvoj pogledov, ki bi lahko obstoječo porazdelitev moči in njene izvore v razvojno ekonomske porazdelitve in nadzora postavili pod vprašaj. Svet, ki se zdi bistveno nespremenljiv, ki je predmet genija ali kapric številnih močnih posameznikov, je svet, ki ga ni mogoče radikalno spremeniti.

Radijske in televizijske novice so ideološke na tri načine. Najprej pritegnejo našo pozornost

nost na tiste institucije in dogodke, v katerih se družbeni konflikti upravljajo in rešujejo. Prav arene oblikovanja konsenza so dostopne in zagotavljajo primeren material za proizvodnjo novic. Poleg tega so radijske in televizijske novice z zvestim sledenjem statutarnim zahtevam po izogibanju pristranskosti ali spornosti in profesionalnim zahtevam objektivnosti in nevtralnosti prisiljene naslanjati se na vrednote in prepričanja, ki uživajo najširši družbeni konsenz. Prevladujoča prepričanja katerekoli družbe po navadi ne postavljajo pod vprašaj obstoječe družbene organizacije in vrednot. Novice bodo zgolj podpirale dvom o odstopajočih, disidentskih ali odklonskih prepričanjih. In tretjič, radijske in televizijske novice zaradi zgodovinskih in organizacijskih razlogov niso zmožne prikazovati družbenih sprememb in delovanja moči v družbah ter v odnosih med njimi. Zato slikajo svet, kot da se ne spreminja in kot da se niti ni zmožen spremeniti. Ključna gradnika vsake vladajoče ideologije sta nezaželenost in nezmožnost sprememb: vse je prav in spremembe bi povzročile več škode kot koristi, če bi bile sploh mogoče. Radijske in televizijske novice podpirajo to prepričanje zaradi prepletanja treh pravkar predstavljenih dejavnikov.

Novice se razvijajo kot odziv na zahteve svojega tržnega okolja, ki postanejo del delovne rutine in prepričanj v produkciji novic. Poklicne ideologije nujnost sprevečajo v vrlino, taka nujnost pa izhaja iz trgov, za katere so bile novice zasnovane. Posledično so pravila, ki določajo, kaj velja za novico, razvojno povezana z vladajočo ideologijo. Kulturna stratifikacija je zato posledica porajajoče se strukture lastništva in nadzora nad sredstvi kulturne produkcije. To je mnogo očitnejše v primeru tiska, kot sva obširno zapisala drugje (gl. Murdock in Golding, 1974a; Golding in Murdock, 1978). Čaka nas še veliko dela pri odkrivanju odnosa med novicami, ideologijo in reprodukcijo družbenega reda. Vendar to delo ne more napredovati, če analizo ideologije zamejimo zgolj z vprašanjem, kako je določena z državno oblastjo.

S tem ko pojasnimo zgodovino in ekonomsko infrastrukturo novičarskih medijev, še ne pojasnimo oblike in vloge ideologije, ki jo proizvajajo. Zelo očitno je na primer, da so britanske televizijske novice v enaki meri in na podoben način ideološke na komercialnih in javnih televizijah. Vendar moramo, če želimo razumeti obliko novic, upoštevati, da so novice blago tako iz perspektive produkcijskega procesa kot tudi iz zgodovinske perspektive. V drugem članku sva predlagala nekatere načine, na katere je zgrajena oblika ideoloških trditev v novicah, in opisala dejavnike, ki lahko te oblike pojasnijo (Murdock in Golding, 1974a: 228–230). Razumeti moramo tudi, kateri novičarski mediji so na voljo za artikulacijo posamezne ideologije. Politična ekonomija medijev mora pojasniti omejen nabor komunikacijskih kanalov in sistematični odnos med tem naborom in prevladujočo razporeditvijo moči in ekonomskega nadzora. Predpostaviti, da so novice inherentno sestavljene iz ideoloških formul, je politični defetizem in metodološki esencializem. Zakaj so nekatere priče »priznane«, druge pa ne? Če želimo pojasniti, zakaj radikalnim ali politično disidentskim pogledom ni omogočen dostop do določenih komunikacijskih kanalov, moramo raziskati delovanje trga in način odzivanja trga na spreminjajoče se sile v organizaciji produkcije in nadzoru nad njo. Politična ekonomija novičarskih medijev se je zmožna spoprijeti s to nalogo.

Mednarodna širitev medijskih podjetij in njihovih produktov je v zadnjih letih pomembno zaznamovala množično komuniciranje. Dejansko imamo opraviti zgolj z intenzifikacijo vidika kulturnih industrij, ki je bil vedno prisoten, še posebej v založništvu. Ta mednarodna rast bi zaradi dveh razlogov morala biti osrednja za sociologijo medijev. Najprej so za sodobni kapitalizem značilni pojav multinacionalnih podjetij in ekonomski odnosi, ki jih zajema širok pojem neokolonializma. Če nas zanima odnos med mediji ter strukturami moči in podrejanja, je treba preučiti multinacionalne medije s tega vidika. Drugič, če želimo medije umestiti v širšo strukturo kulturne produkcije, moramo vzpostaviti povezave z jezikom in izobrazbo. Te povezave so najočitnejše v zgodovini kolonialnih odnosov in poznejšem razvoju teh odnosov v sedanjem času.

Če besedila opazujemo izključno kot ideologijo, ostajamo slepi za sile, ki so v ozadju produkcije teh besedil. Zanimivo je, da so se številni pisci, ki sva jih obravnavala v tem prispevku,

ukvarjali z jezikom. Vendar je kulturna odvisnost ključna arena, v kateri lahko opazujemo povezave med mediji, jezikom, kulturo in strukturami podrejanja (gl. mdr. Tunstall, 1977; Mazrui, 1975; Cardona idr.). Za to bi bilo treba vključiti tako zgodovinski kot ekonomski pristop in analizirati vlogo domačih elit v odvisnih družbah, industrijo izobraževanja, prav tako pa novice in kulturo obravnavati kot izvozno blago.

Omejeno raziskovanje povezav med kulturo in državo temelji na sociologiji države, ki nacionalne države ni zmožna povezati z mednarodnim gospodarstvom. Da so številni avtorji v nedavnem valu ponovnega odkrivanja kulturne sociologije pri obravnavanju medijev popolnoma spregledali ta mednarodni vidik, je simptomatično za njihove zgrešene prioritete. Meniva, da ne gre zgolj za vprašanje prioritet ali interesov, temveč za manjkajočo dimenzijo, ki je nujen rezultat izdvojitve kulturne sociologije iz konteksta politične ekonomije.

Večina velikih kulturnih producentov je povezanih z multinacionalnimi korporacijami. Številni pisci, predvsem Schiller (1976), Mattelart (1976), Hamelink (1977) in Varis (1976), so pokazali, da se ta trend od nedavnega pospešuje. Vendar raziskovalci medijev in države njihovo delo v veliki meri ignorirajo. Država ni nepomembna, a je vprašanje odnosa med državo in mednarodnim gospodarstvom kompleksno. Treba ga je raziskati, ne pa ignorirati, četudi se ukvarjamo predvsem z državo. Ni mogoče na primer analizirati vloge ameriških medijev v ameriški državi, ne da bi obravnavali vlogo elektronske in telekomunikacijske industrije v ameriškem ekspanzionizmu 20. stoletja. Prav tako ne bi bilo ustrezno raziskovati povezavo med britanskimi mediji in proizvodnjo razrednih ideologij, ne da bi pri tem razumeli spreminjajočo se vlogo britanskega kapitala v postimperialističnem obdobju. Odnos države do mednarodnega gospodarstva, predvsem do tokov kapitala, ki jih nadzirajo mednarodna podjetja, je kontekst naraščanja in upadanja moči države. Na to se nanašajo razprave o krizi inkorporacije, s katero se britanski kapitalizem sooča v zadnjih tridesetih letih. Ironično je, da nekateri levi avtorji s tem, ko podeljujejo primat analizi države, zapadejo zastaranemu liberalnemu pogledu o globalni mreži nacionalnih držav, ki so neprestano udeležene v igre političnega balansiranja. Murray je ta razvoj dogodkov opisal tako:

Zagotovo se marksistično pisanje 20. stoletja o svetovnem gospodarstvu nagiba k temu, da nacionalni državi pripisuje neodvisnost od njenega nacionalnega kapitala. Nacionalne države postanejo entitete brez substance. V tem se delno odraža predvsem politična obravna države v marksistični literaturi. Do nedavnega je bila izpostavljena predvsem represivna vloga države: dve nedavni deli Milibanda in Poulantzas sta izpostavili njeno ideološko funkcijo. Presenetljivo je, kako malo pozornosti je bila deležna gospodarska vloga države v kapitalizmu, in prav to mora biti po mojem mnenju osrednja tema razprave o robustnosti nacionalne države v dobi interpenetracije nacionalnih kapitalov ... (Murray, 1975: 61)

Četudi želimo za kontekst raziskovanja ideologije vzeti politično področje, in ne ideološkega, bi nas morala zanimati rast kulturnega imperializma. Za številne države tretjega sveta poskus ustvarjanja »nove informacijske ureditve« ni zgolj dodatek, temveč intrinzični del boja za novo gospodarsko ureditev. Začenši z manjšimi premiki v forumu Unesca v poznih šestdesetih, je kulturna dekolonizacija postala pomembna tema dialoga »med severom in jugom«. »Nova mednarodna informacijska ureditev« se je izkristalizirala kot ključna točka boja v pomembnih izjavah na konferenci neuvrčenih držav v Alžiriji leta 1973, na generalnih skupščinah Unesca v letih 1974 in 1978 ter na velikih zborovanjih v Quitu, Limi, Tunisu in najspornejših v Nairobiju in New Delhiju.⁵

⁵ Za rastočo razpravo o »komunikacijski politiki« se skrivajo številni problemi povezovanja države z medijskimi multinacionalkami. Za bežen kritični pregled gl. Schiller, 1976: 4. poglavje.

Nasprotovali so pretoku kulturnih dobrin, kot so novice in televizijski programi,⁶ ter pretoku praks in institucij,⁷ ki delujejo kot »trojanski konj« za gospodarsko podrejanje, ali pa so same po sebi grožnja kulturni avtonomiji ali avtentičnosti. Vse te razprave so v nedavnih delih o politiki medijev spregledane, tudi pri avtorjih, ki očitno želijo vzpostaviti državo kot osrednji problem. Eno najzanimivejših raziskovalnih vprašanj je, kakšna je vloga kulture pri zagotavljanju moči »nove buržoazije« v odvisnih državah. Povezava med to skupino in širšo strukturo odvisnosti je močno povezana z mednarodno strukturo kulturnih tokov. Nova buržoazija kot kulturni posrednik, ki uporablja svoje pripadanje kozmopolitski in mobilni eliti, da pospešuje širjenje kulturnih dobrin in vrednot, opravlja ključno nalogo za mednarodno širjenje kulturnih industrij. To ponazarja povezava med izobraževanjem in založništvom.

Založništvo, ki je bilo tradicionalno industrija majhnega obsega, je sledilo po stopinjah drugih medijev in se razvilo v diverzificirano konglomeratno industrijo (gl. Golding, 1978). Največji producenti izobraževalnih knjig in drugega gradiva so podjetja, kot so Xerox, CBS, ITT, Westinghouse in tako dalje. Založništvo je mednarodni posel. Leta 1977 je izvoz pomenil 36 odstotkov celotne britanske prodaje knjig, dobiček pa vse bolj izhaja iz lokalnih podružnic v deželah tretjega sveta. Večina knjig v tretjem svetu so univerzitetni ali šolski učbeniki. Izobraževalna in založniška industrija sta zato neločljivo povezani, obe sta osrednjega pomena za strukturo kulturne odvisnosti. Da bi lahko v celoti pojasnili odnos kapitalistične države do odvisnosti, moramo take povezave raziskati. Vendar je kulturna odvisnost sama le vidik temeljnjšega sistema gospodarskega podrejanja in je razumljiva le s tega vidika.

Zato je najbolje, da politično ekonomijo kulturne odvisnosti razvijamo tako, da izhajamo iz teorij imperializma in odvisnosti. Številne take povezave so raziskovali teoretiki iz Latinske Amerike. Osredotočajo se predvsem na zgodovinski razvoj kapitalizma od kolonialne, prek imperialistične do neoimperialistične faze in z ustrežajočimi strukturami merkantilizma, industrijskega načela *laissez-faire* in monopolnega kapitalizma. Avtorji z osredotočanjem na zavze-manje in kolonizacijo Latinske Amerike zavračajo pristope, ki razvoj razumejo kot nujne in vseprisotne razvojne stopnje, in se osredotočajo na to, kako tuje investicije in finance ustvarjajo globalno strukturo, v kateri sta razvitost in nerazvitost dve plati istega kovanca. Ti teoretiki, tudi tisti, ki jih še posebej zanimajo mediji, pri opazovanju kulturnih sestavin tega procesa ohranjajo zavest o gospodarskem kontekstu. Faraone je pripomnil, da

./.../ v Latinski Ameriki tisk in drugi mediji podpirajo hierarhično strukturo družbene moči, ideologijo vladajočega razreda. Taka vloga množičnih medijev je posledica kapitalistične razredne družbe in učinek mednarodnega imperializma. (Faraone, 1974: 23)

Podobno trdi Corradi, da

je treba analizirati družbene strukture Latinske Amerike in njihove procese glede na spremembe v širšem sistemu mednarodne stratifikacije. Družbene in idejne strukture lahko raziskujemo kot podrejene strukture tega širšega sistema. Povedano drugače, je treba razviti teorijo odvisnega kapitalizma. (Corradi, 1971: 40)

Drugi teoretiki s tega področja so prav tako poudarili, da so v končni instanci gospodarski odnosi določujoči, svoje delo pa so opredelili z

⁶ Literatura o tokovih novic je zelo obsežna. Za povzetek in razpravo gl. Harris, 1974, 1975. O tokovih televizijskih novic gl. Varis, 1973.

⁷ Gl. Cruise O'Brien, 1976, Golding, 1977 in Pilsworthov prispevek na britanski sociološki konferenci o kulturi leta 1978, na kateri so bili predstavljeni prispevki, zbrani v tej knjigi.

vprašnji narave in dinamike nadzidave, ki je odraz odvisnega gospodarskega sistema /.../ V tem kontekstu kulturni in ideološki sistemi postanejo izjemno pomembni, saj morajo zadovoljevati močno potrebo ohranjanja sistema, ki ga usodno razdvaja neenaka porazdelitev resursov. (Dagnino, 1973: 129–131)

Tudi Duner gleda na kulturno odvisnost v luči svojega raziskovanja kolumbijskega izobraževanja in zaključa, da

ideološki dejavnik ni popolnoma neodvisna spremenljivka, temveč ga lahko razumemo v luči prevladujoče strukture odvisnosti. Ta izraža interese, na katerih slonijo ideologije. (Duner, 1973: 10)

Raziskovanje kulturnega imperializma je bilo do zdaj nekonsistentno in teoretsko negotovo. Vendar je bilo opravljenega dovolj dela, ki nakazuje, da moramo tudi in predvsem, če se izvorno ukvarjamo z državo ali jezikom, raziskovati mednarodne kulturne industrije. Če zanemarjamo to področje, zagrešimo več kot le to, da poudarek postavimo na napačno mesto, ali pa da napačno izberemo področje zanimanja. Ta napaka je mogoča le, če povezavo med ideologijo in močjo iščemo onkraj struktur materialnega nadzora, struktur, ki jih mora vsaka resna sociologija kulture razkrivati.

Sklep

Mediji bistveno prispevajo k legitimaciji vztrajajočih neenakosti tako znotraj narodov kot med njimi. Zato meniva, da je raziskovanje množičnega komuniciranja osrednjega pomena za tradicionalno sociološko vprašanje ohranjanja družbenega reda. Izpostavila sva šibki točki v nedavnih poskusih analize tega vprašanja. Prva izhaja iz neutemeljenega poudarka na povezavah med mediji in državo. Ta poudarek pušča ob strani številne dokaze za zgodovinski in politični pomen kapitalističnega lastništva in nadzora nad komunikacijskimi sredstvi v celotnem razponu kulturnih industrij. Druga šibka točka izhaja iz klasične težave sklepanja na osnovi analize vsebine, kar je nedavno pripeljalo do tega, da se posrednim dokazom, ki jih priskrbi kvalitativna analiza besedil, pripisuje prevelik pomen.

Dobro je, da se je sociologija začela osredotočati na raziskovanje kulture in ideologije. Vendar sva v tem prispevku trdila, da morajo tovrstne raziskave začeti razvijati politično ekonomijo industrij, ki proizvajajo kulturo, če želijo najbolje izkoristiti ta trend. Šele takrat bo na voljo ogrodtje, ki bo zagotovilo ustrezno razlago odnosa med mediji in ideologijo.

Prevedla: Sašo Slaček Brlek in Jernej Amon Prodnik

Literatura

- ALVARADO, MANUEL in EDWARD BUSCOMBE (1978): *Hazell: the making of a TV series*. London: Latimer New Dimensions.
- BELL, DANIEL (1976): *The Post industrial society*. London: Penguin.
- BLOOMFIELD, JON (ur.) (1977): *Class, hegemony and party*. London: Lawrence and Wishart.
- BLUMLER, JAY G. (1977): The social purposes of mass communication research: a transatlantic perspective. *First Founders' lecture, Annual conference of the Association for Education in Journalism*. Wisconsin.
- BONILLA, FRANK in ROBERT GIRLING (ur.) (1973): *Struggle of dependency*. California: Stanford University.
- CARDONA, GIORGIO RAIMONDO in JULIUS BALBIN (N. D.): *Power relations between Europe and other continents in the language and cultural field*. Amsterdam: Stichting voor Internationale Kommunikatie.

- CHAMBERS, IAIN, JOHN CLARKE, IAN CONNELL, LIDIA CURTI, STUART HALL in TONY JEFFERSON (1977): Marxism and culture. *Screen* 18(4): 109–119.
- CONNELL, IAN (1978): Monopoly capitalism and the media: definitions and struggles. V *Politics, ideology and the State: Papers from the Communist University of London*, S. Hibbin (ur.), 69–98. London: Lawrence and Wishart.
- CORRADI, JUAN (1971): Cultural dependence and the sociology of knowledge: the Latin American case. *International journal of contemporary sociology* VIII(1): 36–55.
- COWARD, ROSALIND (1977): Class, "culture" and the social formation. *Screen* 18(1): 75–105.
- CRUISE O'BRIEN, RITA (1976): *Professionalism in broadcasting: issues of international dependence*. Institute of Development Studies, Discussion papers, DP 100, University of Sussex.
- CURRAN, JAMES (ur.) (1978): *The British press: a manifesto*. London: Macmillan.
- CURRAN, JAMES, MICHAEL GUREVITCH in JANE WOOLLACOTT (ur.) (1977): *Mass communication and society*. London: Edward Arnold.
- CUTLER, TONY, BARRY HINDESS, PAUL HIRST in ATHAR HUSSAIN (1977): *Marx's 'Capital' and capitalism today, vol. 1*. London: Routledge & Kegan Paul.
- DAGNINO, EVELINA (1973): Cultural and ideological dependence: building a theoretical framework. V *Struggle of dependency*, F. Bonilla in R. Girling (ur.), 129–148. Stanford: Stanford University Press.
- DUNER, BERTIL (1973): *Cultural dimensions of dependency*. University of Uppsala, mimeo.
- EAGLETON, TERRY (1976): *Criticism and ideology: a study in Marxist literary theory*. London: New Left Books.
- FARAONE, ROQUE (1974): *The function of mass media in capitalism: Latin American experience*. University of Paris, mimeo.
- GARNHAM, NICHOLAS (1977): Towards a political economy of culture. *New Universities Quarterly* 31(3): 341–357.
- GLASGOW UNIVERSITY MEDIA GROUP (1976): *Bad News, Vol. 1*. London: Routledge & Kegan Paul.
- GOLDING, PETER (1977): Media professionalism in the Third World: the transfer of an ideology. V *Mass communication and society*, J. Curran, M. Gurevitch in J. Woollacott (ur.), 291–308. London: Edward Arnold.
- GOLDING, PETER (1978): The international media and the political economy of publishing. *Library Trends* 26(4): 453–467.
- GOLDING, PETER in PHILIP ELLIOT (1979): *Making the news*. London: Longman.
- GOLDING, PETER in GRAHAM MURDOCK (1978): Confronting the market: public intervention and press diversity. V *The British press: a manifesto*, J. Curran (ur.), 75–93. London: Macmillan.
- GUREVITCH, MICHAEL in JAY G. BLUMLER (1977): Mass media and political institutions: the systems approach. V *Mass media in changing cultures*, G. Gerbner (ur.), 251–268. New York: John Wiley.
- HALL, STUART (1973): *Encoding and decoding in the television discourse*. Birmingham: CCCS.
- HALL, STUART (1975): The "structured communication" of events. V *Getting the message across*, 115–145. Paris: Unesco.
- HALL, STUART (1976): Broadcasting, politics and the State: the independent-impartiality couplet. Paper at the *Tenth biennial conference of the International Association for Mass Communication Research*. University of Leicester.
- HALL, STUART (1977a): Culture, the media and the ideological effect. V *Mass communication and society*, J. Curran, M. Gurevitch in J. Woollacott (ur.), 315–418. London: Edward Arnold.
- HALL, STUART (1977b): Rethinking the "base-and-superstructure" metaphor. V *Class, hegemony and party*, J. Bloomfield (ur.), 43–72. London: Lawrence and Wishart.
- HALL, STUART (1977d): The "political" and the "economic" in Marx's theory of class. V *Class and class structure*, A. Hunt (ur.), 15–60. London: Lawrence and Wishart.
- HALL, STUART (1978a): The hinterland of science: ideology and the sociology of knowledge. V *On Ideology*, CCCS (ur.), 9–32. London: CCCS/Hutchinson.
- HALL, STUART (1978b): The tv feuilleton and the domestication of the world: some preliminary critical notes. V *The feuilleton in television, Vol. I*, Secretariat of Prix Italia (ur.). Turin: Edizioni RAI.

- HALL, STUART, IAN CONNELL in LIDIA CURTI (1976/2007): The "unity" of current affairs television. V *CCCS Selected Working Papers, Vol. 2*, A. Gray, J. Campbell, M. Erickson, S. Hanson in H. Wood (ur.), 326–364. London, New York: Routledge.
- HAMELINK, CEES (1977): *The corporate village. Role of Transnational Corporations in International Communications*. Rome: IDOC International.
- HARRIS, PHIL (1974): Hierarchy and concentration in international news flow. *Politics* 9(2): 159–165.
- HARRIS, PHIL (1976): International news media authority and dependence. *Instant research on peace and violence* 6(4): 148–159.
- HARTMANN, PAUL (1976): Industrial Relations in the News Media. *Industrial Relations Journal* 6(4): 4–18.
- HINDESS, BARRY (1977): The concept of class in Marxist theory and Marxist politics. V *Class, hegemony and party*, J. Bloomfield (ur.), 95–107. London: Lawrence and Wishart.
- HIRST, PAUL Q. (1977): Economic classes and politics. V *Class and class structure*, A. Hunt (ur.), 125–154. London: Lawrence and Wishart.
- HUNT, ALAN (ur.) (1977): *Class and class structure*. London: Lawrence and Wishart.
- LIPPMANN, WALTER (1965/1922): *Public opinion*. New York: Free Press.
- MASON, TIM (1977): Radical History Review. *History Workshop Journal* 4(1): 228–230.
- MATTELART, ARMAND (1976): *Multinationales et systèmes de communications*. Paris: Editions Anthropos.
- MAZRUI, ALI (1975): *The political sociology of the English language: an African perspective*. Hague: Mouton.
- MERCER, COLIN in JEAN RADFORD (1977): An interview with Pierre Macherey. *Red Letters* 5: 3–9.
- MILIBAND, RALPH (1977): *Marxism and politics*. London: Oxford University Press.
- MURDOCK, GRAHAM (1978): Blindspots about Western Marxism: a rejoinder to Dallas Smythe. *Canadian journal of political and social theory* 2(2): 109–119.
- MURDOCK, GRAHAM in PETER GOLDING (1974): For a political economy of mass communication. *Socialist Register* 10: 205–234.
- MURDOCK, GRAHAM in PETER GOLDING (1977): Beyond monopoly: mass communications in an age of conglomerates. V *Trade unions and the media*, P. Beharrell in G. Philo (ur.), 93–117. London: Macmillan.
- MURDOCK, GRAHAM in JAMES D. HALLORAN (1979): Contexts of creativity in television drama: An Exploratory Study in Britain. V *Entertainment: A Cross-cultural Examination*, H. D. Fischer in S. R. Melnick (ur.), 273–285. New York: Hastings House.
- MURRAY, ROBIN (1975): *Multinational companies and nations states*. Nottingham: Spokesman Books.
- POULANTZAS, NICOS (1976): *Classes in contemporary capitalism*. London: New Left Books.
- SCHILLER, HERBERT (1976): *Communication and cultural domination*. New York: International Arts and Sciences Press.
- SCHLESINGER, PHILIP (1978): *Putting 'reality' together: BBC news*. London: Constable.
- SMYTHE, DALLAS (1977): Communications: Blindspot of Western Marxism. *Canadian journal of political and social theory* 1(3): 1–27.
- TRACEY, MICHAEL (1977): *The production of political television*. London: Routledge in Kegan Paul.
- TUNSTALL, JEREMY (1977): *The media are American*. London: Constable.
- VARIS, TAPIO (1973): *International inventory of TV programme structure and the flow of TV programmes between nations*. Tampere: Institute of Mass Communications, University of Tampere.
- VARIS, TAPIO (1976): Aspects of the impact of transnational corporations on communication. *International Social Science Journal* 28(4): 808–830.
- WHALE, JOHN (1977): *The politics of the media*. London: Fontana.
- WILLIAMS, RAYMOND (1965): *The Long revolution*. London: Penguin.
- WILLIAMS, RAYMOND (1968): *Communications*. London: Penguin.
- WILLIAMS, RAYMOND (1974): *Television: technology and cultural form*. London: Fontana.