

skega občinstva - drugi svetovni vojni, Sandy Flitterman-Lewis o aplikaciji psihoanalitičnega modela na film in televizijo (ta je za film bolj dodelan), Ellen McCracken o naslovnih ženskih revij ter pionirska etnografska študija Charlotte Brunson o ženskih občinstvih soap opere. Z interdisciplinarnim pristopom k obravnavi ženske, spola, spolnih razlik v medijski družbi zbornik zaobjame množico epistemoloških izhodišč in konceptualnih shem filmske teorije, psihoanalize, semiologije, televizijske teorije, feministične teorije, kulturnih študij, literarne teorije, sociologije, antropologije. Zbornik potemtakem ponuja trdna izhodišča tako medijskim in ženskim študijam, kot lahko koristno razširi polje vedenja ostalim družboslovcem/kam in humanistom/kam ter odpre oči vsem tistim, ki še niso videli, da se najbolj krvave bitke - bitke za pomene - bijejo v vsakdanjih življenjih. A kljub temu naj naštetje možnosti razširjanja področja proučevanja ženskih žanrov in občinstev vendarle ne ostanejo utopija, ampak naj postanejo projekt nadaljevanja tega zbornika. V upanju, da bo zbornik še marsikoga očaral in mu nabrusil peruti za kritičen pristop k trdo zasidranim samoumevnostim in zdravorazumskim konceptom v medijski družbi, naj se trga knjiga, naj frčijo listi, ali kot pravi K.H. Vidmar, naj za to mar tečejo solze.

Alina ŽUGELJ

Bernadette Casey, Neil Casey, Ben Calvert, Liam French (ur.) in Justin Lewis
Television Studies: The Key Concepts
 Routledge, London 2002, str. 304, \$17,95
 (ISBN: 0-415-17237-3)

Pri založbi Routledge so k obsežni zbirki priročnikov, ki definirajo in problematizirajo ključne koncepte številnih akademskih disciplin - od filozofije in izobraževanja, socialne in kulturne antropologije, poslovanja, jezika in lingvistike, popularne glasbe itd. - dodali še enega s področja televizije.

V uvodu uredniki predstavljajo argumente za nastanek priročnika. Televizijo opredelijo kot izjemno pomembno, saj je tako rekoč vseprisotna in postaja prevladujoča dejavnost v prostem času posameznikov, kot taka pa ima ključno vlogo v vsakdanjem življenju ljudi. Še več, televizija naj bi bila več kot le izkušnja gledanja. Po njihovem mnenju zasluži akademsko obdelavo in je vredna raziskovanja. Menijo, da je zadnjih dvajset let raziskovanja dokaz o televiziji kot kulturnem fenomenu.

Po uvodnih stavkih avtorji podajo nekaj nasvetov za uporabo. Posebej poudarjajo, da knjiga, v kateri je sicer več kot 70 konceptov, zloženih po abecednem vrstnem redu, ni slovar izrazov in tudi ni edini vodnik vsebine in meja študijev televizije. Bralcu naj služi kot zemljevid, kjer so označena področja, ki so bila odkrita, kdo jih je odkril in na kakšen način so bila odkrita. Na prvi pogled lahko dobimo napačen vtis, ko zagledamo spisek abecedno zloženih konceptov, kljub temu, da nam taka organiziranost olajša iskanje. V nadaljevanju pa ugotovimo, da gre za korektno predstavljene koncepte, ki začetnikom v preprostem jezikovnem slogu približajo disciplino, poznavalcem pa navržejo še kakšno dodatno referenco. Kot pravijo avtorji sami, je knjiga namenjena temu, da bralce napoti k drugim relevantnim virom.

Pa si pogledjmo nekatere koncepte iz *Television Studies*. Eden izmed ključnih konceptov študija televizije je prav gotovo koncept občinstev. V samem naslovu se beseda uporablja v množini, medtem ko je v besedilu večkrat uporabljena v edninski obliki. Zanimivo pa je, da ne sledi razlaga, ki bi pojasnila razliko med rabo besede v edninski obliki (občinstvo, ang. audience) in množinski obliki (občinstva, ang. audiences), čeprav v anglosaksonskem svetu razprave na to temo obstajajo. Shaun Moores v knjigi *Interpreting Audiences*¹ pojasnjuje, da izvira beseda v množinski obliki iz etnografske tradicije raziskovanja medijev, ki izpostavljajo različne kontekste, v katerih poteka recepcija medijskih tekstov, in tudi številne pomene, ki jih mediji posredujejo. Naturalizacija rabe v edninski obliki pa je

¹ Moores, Shaun (1993): *Interpreting Audiences*. London: Sage.

posledica kvantitativnega raziskovanja, ki želi fiksirati nek objekt, in izhaja iz prodaje občinstev oglaševalcem. Rezultat takega raziskovanja pa naj bi bilo odkritje resnično obstoječih občinstev. Gre torej za problematiziranje na ravni dejansko - fiktivno. Moores povzema Len Ang, ki loči med televizijskim občinstvom kot diskurzivnim konstruktom in med družbenim svetom dejanskih občinstev. Omenja pa tudi pristop Johna Hartleya, ki je dekonstruktiven. Pravi namreč, da občinstvo v noben primeru ne more biti resnično in neodvisno od diskurzivne konstrukcije. Avtorji Television Studies občinstvo definirajo kot kategorijo, ki predstavlja nekaj, česar del gledalec, poslušalec ali bralec medijskega teksta je, vendar ga občinstvo kot tako ne definira in ne določa njegovega vedenja, kar je ena od ključnih razlik med občinstvom in javnostjo. Te distinkcije v knjigi ne predstavijo, pa bi bilo potrebno.

Že pri predstavljanju koncepta občinstev naletimo na ključne tradicije raziskovanja medijev, ki so v nadaljevanju obravnavane vsaka zase. Prva tradicija se nanaša na raziskovanje učinkov, ki se ga največkrat povezuje z raziskovanjem nasilja, in je prevladovala v zgodnjih fazah raziskovanja televizije in množičnih medijev. Zanj sta značilna dva metodološka pristopa, raziskava javnega mnenja in psihološki eksperiment. Tovrstne raziskave so bile kmalu deležne številnih kritik in pripeljale do drugih pristopov k raziskovanju televizije. V 60. letih je sledila tradicija t. i. agenda setting, katere temeljno sporočilo je, da televizijski programi definirajo tisto, o čemer se ljudje pogovarjajo in razmišljajo. Raziskovanje novic v povezavi z javnim mnenjem je to tradicijo potrjevalo. Hkrati s to tradicijo pa se je v 60. razvijala tudi tradicija t. i. uses&gratifications raziskovanja, kot protitež raziskovanju učinkov, ker slednje ni upoštevalo vloge občinstva pri oblikovanju mnenja. Ključno vprašanje raziskovalcev te tradicije ni bilo, kakšen učinek imajo mediji na ljudi, temveč, kaj ljudje storijo s posredovanimi teksti. Vloga televizijskega gledalca je bila percipirana kot aktivna. Poleg demografskih značilnosti dobijo pomen tudi vzorci medijske potrošnje. V tem času se je začel etnografski pri-

stop k raziskovanju. Avtorji Television Studies posebej izpostavijo dve ključni kritiki te tradicije. Prva je, da ne razlaga pomena televizije pri oblikovanju potreb, in druga, da se gledalcem vseeno dodeljuje prevelika moč. Tradicija, ki je vseeno ohranila idejo o aktivni vlogi gledalcev so t. i. kulturne študije z modelom kodiranja in dekodiranja, katerega temelj je semiologija. Ključna predpostavka te tradicije je, da sta produkcija in potrošnja medijskih tekstov družbeni proces, pri katerem se konstruira pomen. V knjigi so predstavljene tri vrste dekodiranja. V primeru, ko je interpretacija zelo podobna predpostavkam in namenom tistega, ki je sporočilo zakodiral, govorimo o preferiranem branju (preferred reading). Če je bralec sprejel nekatere pomene, drugih pa ne, gre za branje s pogajanjem (negotiated reading). Če pa je bralec razumel pomene, vendar jih ni sprejel, gre za nasprotno branje (oppositional reading). Če ne gre za nobeno izmed teh vrst branja oz. da bralec ne razume teksta v želenem referenčnem okviru, potem gre za napačno dekodiranje. Raziskovanje s tega vidika je definiralo ideološko razmerje med proizvajalcem teksta, tekstom in občinstvom. Poglejmo še t. i. kultivacijsko analizo, katere temeljna ideja je, da je televizija kot prevladujoči pripovedovalec močna ideološka in simbolična sila v sodobni družbi. Tradicija temelji na treh predpostavkah. Prvo predstavlja ugotovitev, da so učinki gledanja televizije bolj kompleksni, kot se zdi, in da so predvsem dolgoročni. Druga predpostavka pravi, da se učinki televizije ne rezultirajo v konkretnih dejanjih gledalcev, temveč da se udeležujejo na simbolični ravni. In nazadnje, da televizija vpliva na ohranjanje ali spreminjanje družbenega reda in ideoloških sistemov. Kultivacijska analiza odkriva povezanost med količino gledanja in načini, kako ljudje gledajo na svet. Tudi te raziskave so našle zanimivo temo v nasilju. V ZDA so na primer odkrili, da bolj ko ljudje gledajo programe z veliko nasilja, tem bolj dojemajo svet kot nevarnega, tuje kot nezaupanja vredne ljudi in podobno. Pri navajanju priporočene literature za nadaljnje branje so se avtorji odločali predvsem za novejša dela s področja tradicij raziskovanja, medtem ko nekatere

re avtorje klasike pogrešam, na primer pri kultivacijski analizi Gerbnerja, pri kodiranju in dekodiranju pa Eca.

Ko govorimo o vsebinah, ki jih posredujejo, in načinih, kako jih posredujejo, ne moremo mimo koncepta teksta, ki predstavlja v primeru televizije televizijski program. Gre za skupek znakov, ki so med seboj povezani skladno s kodi in konvencijami, ter kot taki generirajo pomen sporočila. Avtorji poudarjajo Barthesovo ugotovitev, da je posamezen tekst polisemičen, kar pomeni, da nima enega samega pomena, ampak ga lahko različna občinstva različno interpretirajo. Izpostavljajo še eno pomembno značilnost, ki jo ugotavlja Baudrillard, da lahko gledalci razumejo določen tekst v kontekstu s teksti v ostalih medijih. Gre za t. i. intertekstualnost. Analiza tekstov je vse skozi ključnega pomena pri raziskovanju televizije, vendar je tarča nenehne kritike, ker zanemarja dejstva, kdo je proizvedel določen tekst, pod kakšnimi pogoji, predvsem pa, ker zanemarja občinstvo, ki tekst bere.

Koncept reprezentacij je študentom medijskih študij dobro znan, njihovo raziskovanje pa je pomembno za razumevanje televizije. Navezuje se na ideji o predstavljanju realnosti in ustvarjanju pomenov. Avtorji poudarjajo različne pomen reprezentacije. Razumemo jo lahko kot konstrukcijo, ustvarjeno z medijskim tekstom. Karkoli namreč vidimo na ekranu, je vedno zgolj posredovanje resničnega sveta in ne resnični svet kot tak. Razumemo pa jo lahko tudi v smislu, da so mediji naši predstavniki. Slednje je največkrat povezano z raziskovanjem stereotipov, s pozitivnimi ali z negativnimi reprezentacijami določenih skupin s strani medijev. Kasnejše raziskave se bolj kot na stereotipe osredotočajo na posredovanje resničnosti oz. vprašanje, ali lahko ima določen dogodek nek resničen, pravi, fiksen pomen. Kot ključno referenco avtorji navajajo Halla, ki ugotavlja, da realnost nima fiksnega pomena, dokler ni reprezentirana.

Medijski teksti niso le skupek stavkov in podob, temveč so stavki in podobe sistematično strukturirani in organizirani, ki kot taki posredujejo točno določen pomen. Govorimo o naraciji. Kaj naracija ni, avtorji

Television Studies ilustrativno opišejo s primerjavo z nakupovalnim spiskom, na katerega lahko nanizamo vse potrebne dobrine, ki jih moramo kupiti, lahko pa te dobrine kategoriziramo (na primer najprej zelenjavo, nato mlečne izdelke), vendar vsaka od naštetih dobrin, kljub kategorizaciji, stoji sama zase in ni pomembno, na katerem mestu se na spisku znajde. Pri naraciji je mesto izjemno pomembno, saj določa pomen in logiko razvoja tega pomena. Predstavljeni so tudi trije koraki hermenevitičnega kroga naracije po Barthesu: z uganke se vzpostavi interes (npr. kdo bo zmagal?), z zavlačevanjem se tekst na nek način mistificira in z rešitvijo se radovednost in dodatno vznburjenje prelevita v zadovoljstvo (vemo, kdo je zmagal).

Težko je izmed množice konceptov izbrati nekaj najpomembnejših ali najizrazitejših. Ob teh, ki so opisani, ni mogoče spregledati televizije kot institucije (lastništvo, komercialne in javne televizije), televizijskih žanrov (soap opere, igre, dokumentarci), televizije v povezavi s sociološkim teorijami (marksizem, feminizem) ipd.

Kljub temu, da gre pri Television Studies žanrsko za priročnik, ki ne predstavlja akademskih ambicij avtorjev, verjamemo, da ga bo bralec znova in znova jemal v roke. Poleg navzkrižnih referenc za posamezne koncepte, ponuja tudi temeljno literaturo z vsakega področja. Bralec navrže kost in ga tako vzpodbuja k nadaljnjemu branju. S tega vidika je priročnik še posebej primeren za tiste, ki se izgublajo v množici modernih konceptov, povezanih s televizijo.

Gregor BULC

Majda Hrzenjak (ur.).

Njena (re)kreacija: Ženske revije v Sloveniji/Making her up: Women's Magazines in Slovenia.

Mirovni inštitut, Ljubljana 2002. str. 135, 2.900 SIT (ISBN: 961-6455-04-4)

Obravnavani zbornik je plod "skupine za spremljanje ženskih revij", ki se je začela sestajati leta 2001 na Mirovnem inštitutu v