

# 'n Estetika van Televisievermaak

Pieter J Fourie

AGAINST the background of the indefinability of entertainment the author postulates a few questions that the researcher could ask in connection with the viewer's aesthetic experience of television entertainment, particularly related to television fiction. The central question is: why and how does television entertain the viewer? This question leads on to the following questions: what is entertainment? The answer is that it is indefinable. In the style of Plato the researcher should then ask the following: but what is it that leads the viewer to attach the value "entertainment", which is associated with pleasure and satisfaction, to television fiction? Possible answer: catharsis due to the ability and needs of the viewer to identify with a make-believe world and characters. What makes this identification possible? Amongst other possibilities specific rhetorical motifs which have always been associated with communication pleasure and which are also present in the content (and forum) of television fiction. Is this the big answer? No. The aesthetic experience of a work (also of television) does not allow it to be described easily.



Pieter Fourie

*Prof Fourie is verbonde aan die Dept Kommunikasiekunde, Universiteit van Suid-Afrika. Hierdie artikel spruit gedeeltelik voort uit navorsing wat met die finansiële steun van die Raad vir Geesteswetenskaplike Navorsing onderneem is.*

Hierdie gebrek kan aan verskeie redes <sup>1)</sup> toegeskryf word, waaronder:

(i) 'n wetenskapsbeskouing waarin vermaak met skeptisisme (elitisme) bejeën en as 'n triviale ondersoekobjek beskou word. Waar daar wel navorsing oor vermaak gedoen word, word daar veral aandag aan die negatiewe aspekte daarvan gegee;

(ii) 'n tradisionele kunsbeskouing waarin daar rigied tussen kuns en vermaak onderskei word, of tussen die sogenaamde "hoë" kuns en populêre kuns en/of kultuur;

(iii) die feit dat vermaak nie maklik definieerbaar is nie. Hierdie situasie skep 'n probleem vir die sosiaal-wetenskaplike wat verkies om binne die riglyne en metodes van die positivistiese empirisme te werk.

## 1. Inleiding

In die Kommunikasiekunde bestaan daar, in weerwil van die talryke ondersoeke oor die effek van televisievermaak (vgl. De Fleur en Lowery, 1983), gebruike- en bevredigingsondersoeke (vgl. bv. Stappers, Reijnders en Moller 1983, Rosengren 1973) en inhoudsontledings (vgl. bv. Cook, 1982), tans nog 'n gebrek aan 'n fundamentele besinning oor die aard van televisievermaak en die kyker se estetiese ervaring daarvan.

Teen die agtergrond van die voorafgaande leemtes word daar in hierdie artikel gepoog om 'n antwoord op die volgende vraag te vind: **Waarom** en **hoe** vermaak die televisie-aanbod mense? In 'n poging om hierdie vraag te beantwoord, sal daar gelet word op die fiksionele televisie-aanbod: situasiekomedies, seepkisoperas, familie-(gesins-), polisie- en aksiedramas. Kortom, televisiefiksie.

## 2. Die problematiek rondom die definiëring van vermaak

Een van die kernprobleme in die ondersoek van vermaak is dat dit nie as 'n intrinsieke kwaliteit of as 'n eienskap van 'n werk beskou en beskryf kan word nie. Daarom is dit ook moeilik definieerbaar.

Vermaak is eerder 'n waarde-oordeel wat deur die individuele ontvanger aan 'n werk geheg word. Anders gestel: die ontvanger bepaal self en onafhanklik van die bedoeling van die mededeler of hy 'n werk (bv. 'n televisieprogram) as vermaak ervaar of nie.

In die meeste kunsbeskouings word die waarde van 'n werk egter as 'n vantevoren vasgelegde en onveranderlike kwaliteit, d.w.s. as 'n absolutistiese waarde, gesien. Indien 'n werk oor 'n bepaalde inhoud en vorm beskik, en indien dit op 'n bepaalde manier tot die ontvanger spreek, word dit as kuns bestempel. Beskik 'n werk egter nie oor hierdie vasgelegde inhoud en vorm nie, word dit as vermaak gesien. (Vgl. byvoorbeeld die beskouing van Kaplan 1966.)

Absolutistiese, intrinsieke of immanente waardeteorieë word daaraan gekenmerk dat die waarde van iets as 'n a-prioriese gegewe aanvaar word, d.w.s. as 'n immanente eienskap van die werk. Indien 'n werk inherent nie oor sodanige waarde beskik nie, sal die ontvanger die werk as waardeloos of niksbeduidend ervaar. Laasgenoemde is die tipiese reaksie op vermaak binne die elitistiese kunsbeskouing.

Die tweede aanname van bogenoemde teorieë is dat as 'n werk wel bepaalde eienskappe besit, dan verteenwoordig hierdie eienskappe 'n onveranderlike, "ewige" waarde wat onafhanklik van die ontvanger se ervaring van die werk bestaan.

Ook Kant en sy volgelinge (o.a. Rickert en Hartmann) is voorstanders van die absolutistiese standpunt ten opsigte van die estetiese objek en die ervaring daarvan. Volgens die Kantiaanse standpunt het die waarde van iets 'n transendentale kwaliteit wat buite die tyd en die ervaring staan: dit het geen materiële en geen psigiese hoedanigheid nie; desnieteenstaande word dit in die skeppingsvermoë van die gees verwesenlik.

Die beskouing dat 'n werk 'n transendentale waarde het, skeep 'n probleem vir die wetenskaplike bestudering daarvan. Deur aan die waarde van iets 'n transendentale metafisiese kwaliteit te verleen, word sodanige waarde buite die empirie geplaas en daarmee ook buite die terrein van wetenskaplike ondersoek. Dit geld altans as 'n mens die wetenskap beskou as 'n instrument vir die beskrywing van en onderskeid tussen "ware" en "onware" uitsprake oor die werklikheid. (Vgl. in hierdie verband byvoorbeeld Van den Paard, 1980.)

Sodra die waarde van iets as 'n a-prioriese gegewe aanvaar word, dan is die vraag nog steeds hoe 'n mens die aanwesigheid van 'n waarde kan **verklaar** en hoe 'n mens die aanwesigheid van 'n waarde kan **aantoon**? Anders gestel: as 'n mens nie weet waarom 'n werk, byvoorbeeld 'n televisieprogram, geslaagd is al dan nie en waarom dit as vermaak ervaar word al dan nie, hoe kan 'n mens dan postuleer dat daar 'n eienskap(pe) in die werk is wat dit geslaagd maak al dan nie? Die geslaagdheid kan dan volgens die absolutistiese teorie slegs uit subjektiewe intuïsie afgelei word. Die waarde word dus feitlik as 'n voor-empiriese a-priorisme behandel, en die ervaring daarvan as 'n soort mistiek.

Teenoor die absolutistiese waardeteorie staan daar die beskouing dat die ontvanger met 'n versameling (vooraf bepaalde) aannames 'n werk kan benader, byvoorbeeld dat 'n besondere werk aan hom 'n bepaalde waarde (waardevolle ervaring) kan of gaan bied. In hierdie verband sou mens dit kon stel dat mense na 'n televisieprogram kyk ter wille van 'n bepaalde waarde (inligting, opvoeding, vermaak) wat so 'n program aan hulle (kan) bied en vanweë die verwagting

dat sodanige program dit aan hulle sal bied.

Hierdie **instelling** van die kyker verteenwoordig egter 'n andersoortige waardebegrip as dit wat in die absolutistiese teorie aan 'n waarde geheg word. 'n Mens kan aanneem dat **bepaalde eienskappe in 'n werk verantwoordelik kan wees vir die subjektiewe ervaring van sulke eienskappe as 'n waarde, sonder dat 'n mens daarmee aanneem dat die eienskappe die waarde van die werk self is.**

Volgens dié opvatting het 'n waarde 'n tweeledige karakter: enersyds poneer 'n mens die aanwesigheid van 'n bepaalde eienskap in die werk, maar andersyds ook dat dit eers deur die ervaring en belewenis daarvan deur 'n ontvanger voortbestem is om tot 'n waarde verhef te word. Die feit dat 'n mens aan 'n werk verskillende waardes kan heg, word dan verklaar uit die omstandighede van dié ontvanger wat hom op verskillende norme en kriteria ten opsigte van sy waardebeplanning kan beroep.

Ook ten opsigte van die televisie kan dit gestel word dat vermaak 'n waarde is wat deur die ontvanger aan 'n televisieprogram toegeken word. Dit kan nie in die tradisie van die absolutisme as 'n immanente, onveranderlike en a-prioriese eienskap van 'n program bestempel word nie.

Vermaak behels dus 'n waarde(s) wat deur die ontvanger, na aanleiding van sy ervaring van 'n program, daaraan toegeken word. Daarom is dit moontlik om selfs die tragedie, nuus, sport, opvoedkundige programme, kommentaar, ens., as vermaak te ervaar. Kortom: selfs dit wat as die sogenaamde "hoë" kuns bestempel word, kan inderdaad as vermaak ervaar word.

Die feit dat vermaak 'n waarde en nie 'n intrinsieke kwaliteit van 'n program is nie, maak dit as 'n verskynsel (en selfs ook as 'n spesifieke genre) ondefinieerbaar.

Gaan 'n mens egter van die standpunt uit dat die waarde "vermaak" verband hou met die ervaring van plesier/'n gevoel van genoegdoening, dan kan die navorser poog om te probeer vasstel wat dit in 'n werk/program is wat die ontvanger daartoe lei om hierdie emosies te ervaar en om op grond daarvan die waarde "vermaak" aan 'n program te heg. So gesien, kan die sentrale

probleemstelling van die waarde "vermaak" dan in die volgende vraag geformuleer word:

**Wat is dit wat by die aanskoue van televisiefiksie tot 'n gevoel van plesier/genoegdoening aanleiding kan gee?**

Moontlike antwoorde op hierdie vraag word hierna kortliks in oënskou geneem.

### 3. Televisiefiksie en Katarsis

Freud formuleer in sy werk **Beyond the Pleasure Principle** (1922) sy teorie dat alle psigologiese en sosiale aktiwiteite van die mens voortvloei uit 'n fundamentele behoefte om emosionele druk en spanning te verlig. Die mens is van hierdie spanning bewus vanweë die pyn en ongemak wat dit veroorsaak. Hy probeer dan ook voortdurend om die ervaring van hierdie emosies te verlig. Slaag hy hierin, lei dit tot 'n gevoel van genoegdoening.

Sy pogings om hierdie pyn en ongemak te verlig, word egter deur 'n realiteitsbeginsel onderlê. Laasgenoemde kom daarop neer dat hy sy spanning en angs volgens die reëls van sosiaal-aanvaarbare gedrag moet verlig. Wanneer die mens nie gehoor gee aan die realiteitsbeginsel nie en sy soeke na plesier en genoegdoening (die plesierbeginsel) nie ooreenkomstig die reëls van die realiteitsbeginsel geskied nie, lei dit tot sosiaal-onaanvaarbare gedrag.

Omdat die mens met die realiteitsbeginsel rekening moet hou (ten einde sosiaal-aanvaarbare op te tree), en omdat die realiteitsbeginsel die mens wesentlik van verskeie van sy aangebore biologiese plesiervervaardigende ervarings ontnem, keer hy hom (as een van sy moontlike alternatiewe) tot simboliese bronne soos die fiksie (byvoorbeeld: die romankuns, televisiefiksie, drama, teater, die rolprent, ens.). Hierdie simboliese bronne (simboliese uitdrukkingsvorme) bied nie aan hom die oorspronklike ervaring nie, maar 'n **substituutervaring**.

Simboliese uitdrukkingsvorme gee uitdrukking aan verskeie aspekte van die mens se onderbewuste frustrasies, angste, skuldgevoelens, kennis en/of ervarings, soos t.o.v. sy beperktheid; die onafwendbaarheid van die dood; die besef dat hy sy seksuele

drange en aggressie moet beheer en dikwels moet onderdruk; dat hy deur die samelewing van verskeie ervarings ontnem is; dat sy status in die lewe min-of-meer staties is en alleen met inspanning (pyn) verander kan word; en dat ware en opregte menseverhoudings deur sosiale norme, etiketreëls, ens., gereël en dikwels aan bande gelê word.

Simon Lesser stel hierdie Freudiaanse siening in sy boek **Fiction and the Unconscious** (1957:34) so:

A perfectly satisfied person, Freud declares, would not daydream. Nor would a perfectly satisfied person feel any compelling need to read stories. We read because we are beset by anxieties, guilt feelings and unsatisfied needs. The reading of fiction permits us, in indirect fashion, to satisfy those needs, relieve our anxieties and assuage our guilt. It transports us to a realm more comprehensible and coherent, more passionate and more plastic, and at the same time more compatible with our ideals than the world of our daily routine, thus providing a kind of experience which is qualitatively superior to that which we can ordinarily obtain from life.

Om hierdie rede ervaar die mens simboliese uitdrukkingsvorme as 'n plesierver-skaffende en genotvolle katarsis. Die vermoë om dit so te ervaar, lê verder opgesluit in die mens se vermoë om met die verbeelde wêreld en "werklikheid" van die fiksie en die karakters en gebeure daarin te identifiseer.

#### 4. Identifikasie

Die voorafgaande lei noodwendig tot die vraag: Wat is identifikasie en wat spoor dié mens tot identifikasie aan?

Simplisties gestel, behels identifikasie die menslike vermoë om ander "aan te voel" en om simpatie en empatie met die ander te hê. As 'n basis hiervoor geld gedeelde waardes, agtergrond, opvoeding, kultuur, ens.; kortom: al die faktore wat inter-subjektiewe meelewing moontlik maak.

Die identifikasieproses loop ook in twee rigtings: langs die weg van introjeksie en dié van projeksie. Volgens eersgenoemde neem die kyker die gevoelens van die ander oor

(in die geval van fiksie, dié van die karakters); in die geval van laasgenoemde projekteer hy sy eie gevoelens op die ander (op die karakter(s)).

Navorsing<sup>2)</sup> dui daarop dat die mens in die geval van film- en televisiekommunikasie meestal reeds oor 'n bepaalde emosionele ingesteldheid teenoor die werk beskik en dat hierdie ingesteldheid reeds tot identifikasie aanleiding kan gee. Van hierdie ingesteldheid word daar in die vakliteratuur as **couché konstituante** gepraat — die verskynsel dat reeds aanwesige emosies die mens se verbeelding stimuleer. In die praktyk vertaal dit byvoorbeeld in die verskynsel dat die kyker met 'n bepaalde verwagting na 'n bepaalde rolprent of na 'n bepaalde televisieprogram kyk. Mense verwag om te lag (vermaak te word) as hulle die televisiestel aanskakel om na programme soos **Golden Girls, Family Ties, Three is Company**, ens. te kyk. Hierdie verwagting word enersyds deur eksterne faktore bepaal, soos byvoorbeeld die reklame wat die program voorafgaan of die besondere akteurs wat daarin optree; andersyds word dit bepaal deur persoonlike smaak wat weer op die kyker se kulturele, opvoedkundige, intellektuele en sosiale agtergrond berus.

Benewens hierdie eksterne faktore is daar egter in die werk self inhoudelike en vormgewende faktore wat die kyker tot identifikasie met die verbeelde wêreld van die fiksie aanspoor. In die geval van televisiefiksie kan hierdie faktore as 'n versameling **retoriese motiewe** bestempel word.

#### Retoriese motiewe en identifikasie

Televisiefiksie, anders as ander simboliese uitdrukkingsvorme, rig dit op 'n **retoriese** wyse tot 'n massagehoor en gee op 'n **retoriese** wyse uitdrukking aan die waardes en norme van die samelewing waarin dit in-gebed is.<sup>3)</sup>

In 'n uitgebreide en diepgaande ontleding toon Rosenfield en Mader (1984:475-544) aan hoe daar in die Grieks-Romeinse denke, in die tradisie van die belletristiese waardes, in die Kantiaanse estetika en selfs in die ekspressionisme, vyf retoriese motiewe uitgesonder word as voorwaarde(s) vir die

ervaring van kommunikasie ('n werk/'n diskoers) as 'n plesier/genoegdoening.

(i) Die eerste motief behels kennis oor **identiteit**, d.i. daardie aspekte in 'n werk wat aan die ontvanger antwoorde bied op die vraag: *Wie is ek?* Hierdie vraag kan (retories) slegs beantwoord word in terme van 'n ontleding van die individu se verhouding met en tot ander, waaronder sy rol, plek en funksie in die samelewing.

(ii) Die tweede motief behels antwoorde op die ontvanger se vrae oor **vermoë**. Wanneer kommunikasie daarin slaag om aan die ontvanger moontlikhede uit te wys (bv. hoe om 'n moeilike probleem op te los), en daarin slaag om aan hom te toon dat hy, of ander, oor die vermoë beskik om iets te bereik, ervaar die ontvanger die genoegdoening van vryheid.

(iii) Die derde motief hou verband met die ontvanger se vrae oor **voortbestaan**. Deur die ontvanger bewus te maak van "ewige" waardes (soos byvoorbeeld liefde, vriendskap, mededeelsaamheid en naasteliefde) word die ontvanger bevry van sy onderliggende angs vir vernietiging en die uiteindelike dood.

(iv) Vierdens moet 'n werk antwoorde bied op die ontvanger se vrae oor en sy **interpretasie van die werklikheid**. Dit moet hom daartoe in staat stel om die spanning van die werklikheid te transendeer deur aan hom die geleentheid te bied om van buite-af (as 'n buitestaander) objektief daarna te kan kyk.

(v) Die vyfde en laaste motief omvat die voorafgaande en het betrekking op **kennis**. Die kennis wat uit die antwoorde oor identiteit, vermoë, voortbestaan en oor die werklikheid verkry is, is opsigself bevrydend en word daarom as 'n plesier en genoegdoening ervaar.

Volgens Rosenfield en Mader (op.cit.) maak die teenwoordigheid van hierdie motiewe dit vir die ontvanger makliker om met 'n werk te identifiseer — spoor dit hom tot identifikasie aan.

Inhoudsontledings van televisiefiksie (vgl. byvoorbeeld Cook 1982, Goodlad 1976 en Mendelsohn 1966) toon in hierdie verband dan ook aan dat hierdie motiewe (ten opsigte van die inhoud van televisieprogramme) telkens in genres soos die situasiekomedie,

die familiedrama, seepkisoperas en polisie- en aksiedramas teruggevind kan word. (Uiteraard is daar ook retoriese motiewe in die vormgewing. Vir die doeleindes van hierdie artikel word slegs op die inhoud gelet). Op een of ander wyse bevat hierdie genres altyd inligting oor waardes, houdings, denke, gebruike en gedrag ten opsigte waarvan die individu (die kyker) homself in sy daaglikse lewe moet oriënteer. Op 'n direkte of indirekte wyse kan daar dus aangevoer word dat hierdie genres kennis oor identiteit, vermoë, voortbestaan en die werklikheid bevat.

'n Bewuswording hiervan (al geskied dit op 'n latente ervaringsvlak) bied aan die kyker kennis oor homself as 'n mens in verhouding met en tot die samelewing. Hierdie kennis is gerusstellend (altans vir die meeste kykers) en daarom ervaar hulle hierdie genres (meestal) as 'n plesier.

## 5.1 Identifikasietemas in televisiefiksie

Genres soos die familiereeks (bv. *Dallas*, *All in the Family*, *The Cosby Show*, en *Family Ties*), die polisie-drama (bv. *Derrick*, *Miami Vice* en *Magnum*), die aksiedrama (bv. *The A-Team* en *Knight Rider*) en die situasiekomedie (bv. *Kate and Allie*, *Three is Company*, *The Golden Girls*, ens.) is as visuele metafore klein genoeg vir die uitbeelding van dramatiese interaksie, maar terselfdertyd ook groot genoeg om persoonlike en sosiale norme en waardes te reflekteer.

In weerwil van die uitbeelding van geweld en temas van losbandigheid en selfs sedeloosheid (gewoonlik van die antagonist), en dan veral in die polisie- en aksiedramas, toon inhoudsontledings aan dat die sosiaal-aanvaarbare normes, waardes en gedrag altyd aan die einde van 'n aflewering en/of reeks seëvier.

### 5.1.1 Familiereekse

Die familiekring in die talryke familiereekse bied aan die mededeler 'n simboliese agtergrond wat op enige wyse gevorm kan word om 'n diversiteit van karakters en hul morele waardes uit te beeld. Terselfdertyd is

die familjekring een van die bekendste en verstaanbaarste wêreld vir die meeste kykers sodat hulle maklik daarmee kan identifiseer. Hierdie reekse bied op 'n baie direkte wyse 'n aantal ideale en vir die kyker nastrewenswaardige houdings ten opsigte van bykans elke aspek van hoe die mens hom in sy interpersoonlike verhoudings behoort te gedra, maar ook ten opsigte van sy verantwoordelikheid teenoor die samelewing. Vergelyk in hierdie verband maar net die verhale en temas van 'n reeks soos **Family Ties of The Cosby Show**, wat met die aanbieding van 'n verskeidenheid probleme (veral interpersoonlike probleme waarmee elke familie op een of ander tydstep gekonfronteer word) nastrewenswaardige en sosiaal-aanvaarbare oplossings bied.

### 5.1.2 Polisie- en aksiedramas

Ideale gedragpatrone word ook in die polisie- en aksiedrama gevisualiseer. Hierin gaan dit gewoonlik eksplisiet om die handhawing van die gereg. Die gewelddadige en dikwels onrealistiese uitbeeldings geskied juis ter wille van 'n dramatiese beklemtoning van die sosiaal-onaanvaarbare ten gunste van die aanvaarbare. Dat hierdie reekse wel gewelddadig is, kan nie betwyfel word nie, maar 'n mens hoef jou alleen maar 'n geskrewe koerantberig oor een of ander misdaad te visualiseer om te besef dat dit nie noodwendig onrealisties is nie. Trouens, koerante bied met hul daaglikse misdaadberiggewing heelwat meer geweld as die televisie wat dit fiksioneel in verhaalvorm aanbied en meer aanvaarbaar vir sover as wat geregtigheid altyd seëvier.

### 5.1.3 Situasiekomedie

As daar in die situasiekomedie, wat as 'n vorm van geïnstansionaliseerde humor bestempel kan word, gekgeskeer word met mense, groepe en instansies, dan geskied dit juis ter wille van die aanduiding van korrekte en aanvaarbare gedrag. Die mag van die komedie as 'n sosiale korrektor, met die lag as die hoofwapen daarvan, is sedert die vroegste tye al bekend. In die vierde eeu het Donatus (vgl. Lauter, 1964:27) reeds daarop gewys dat die komedie 'n fabel is

waardeer die mens geleer word hoe om korrek op te tree. Komedie (en humor) is 'n sosiaal-gesanksioneerde instrument om gek te kan skeer met die "heilige koeie" van 'n samelewing. Dit word as 'n wapen teen gesag gebruik en dit dien terselfdertyd as 'n uitlaatklep vir frustrasie met gesag.

Grote (1983:31) stel dit so:

There is no doubt that over the centuries, comedy and humor has been used as the bulgeon with which to assault the rigid, authoritarian, and hypocritical aspects of society. Platus attacked the core of all Roman society. The Comedia del Arte took on all fathers, intellectuals, old men, soldiers and judges. Shakespeare ridiculed the money-mad Jew. Moliere personified greed, religious hypocrisy, social and intellectual pretensions and doctor's ignorance and pomposities. The Restoration took on the social foibles and pretensions of their day. Shaw, of course, took on everything and everyone. And the most persistent method was exposure, peeling away the public face and holding up to the public laughter the reality behind.

Vandag het die televisiekomedie, wat haas in die sitkamer van elke mens afspeel, hierdie belangrike sosiale funksie van die komedie en humor tot 'n groot mate oorgeneem. 'n Mens hoef maar net aan die talryke Amerikaanse televisiekomedies (wat die mark oorheers) waarin daar openlik met politieke figure en aktuele sosiale gebeure die draak gesteeke word, te dink.

Ten slotte kan na Henri Bergson (1956) se klassieke studie oor lag verwys word. Ook hy wys deurgaans op die sosiaal-korrektiewe aard van humor en dat die handeling van lag in die eerste instansie 'n vorm van sosiale gedrag is.

## 6. Katarsis, identifikasie, afstand en spel

Alhoewel die kyker televisiefiksie as 'n plesiersverskaffende katarsis kan ervaar en ten spyte van die feit dat hy (veral op grond van ingeboude retoriese motiewe) met die karakters en hul verbeelde werklikheid identifiseer, behou hy deurgaans sy persoonlike afstand. Laasgenoemde is waarskynlik die

deurslaggewende faktor vir sy ervaring van die televisie-aanbod as plesier of "vermaak".

Wat deurgaans in gedagte gehou moet word, is dat die emosies wat die kyker ervaar op 'n fiksionele objek gerig is. Daarom kan dit nie as egte emosie bestempel word nie. Hoewel die kyker emosioneel betrokke raak, weet hy ook dat dit 'n tydelike ervaring is en dat hy hom, indien hy sou wou, daarvan kan losmaak. Hy weet dat hy nie deur die ervaring van hierdie emosies blywende skade (bv. blywende hartseer en smart) of blywende vreugde/plesier/genot kan opdoen nie. Die kern van die ervaring is dat die kyker, hoewel hy emosioneel betrokke mag raak, afstand behou. Daar is 'n **afstand** tussen hom en die gebeurde op die skerm. Hy word nooit werklik ten volle daarvan deel nie — hy bly as t' ware veilig. Hierdie afstand maak dit moontlik om selfs die tragiese, die gewelddadige en die grusame as "vermaak" te ervaar.

Televisiefiksie bied aan die kyker die geleentheid om van **buite-af** homself en ander in die lief en leed van die karakters en die gebeure waarin hulle hul bevind, te sien, te ervaar en om daarmee te identifiseer (of nie te identifiseer nie).

Die behoud van afstand geld nie net ten opsigte van die kyker nie, maar in televisiekommunikasie ook ten opsigte van die vervaardiger, die regisseur, akteurs (en in die geval van televisienuus ook die redakteur, joernaliste, aankondiger/leser); kortom: die mededeler. Die plasing van 'n kamera tussen die mededeler en die werklikheid (byvoorbeeld in die geval van nuus) of 'n verbeelde werklikheid, soos in die geval van televisiefiksie, skep 'n onmiddellike afstand tussen die mededeler en die werklikheid of verbeelde werklikheid. Hierdie afstand lei tot **onbetrokke betrokkenheid**. Die werklikheid word deur die veiligheid van 'n kameralens beskou. In die geval van 'n verbeelde werklikheid word 'n "werklikheid" deur die kamera (en ander beeld- en klankodes) geskep. Die eindresultaat is dus 'n gemanipuleerde werklikheid.

In die geval van televisiefiksie moet die draaiboekskrywer, die regisseur, die akteurs en ander lede van die produksiespan as t'

ware buite die werklikheid tree om 'n verbeelde werklikheid te kan skep. 'n "Make-believe-wêreld".

In die lig van die voorafgaande kan televisiefiksie en die ervaring daarvan as 'n spel bestempel word. Vgl. in hierdie verband Hûzenga (1950) se beskrywing van die kenmerke van die spel, (wat hy op alle vorme van kultuurskepping van toepassing maak), wat soos volg opgesom kan word:

(i) Spel is vir beide die deelnemer en die waarnemer 'n vrywillige handeling.

(ii) Spel gee altyd voor om die werklikheid te wees.

(iii) Spel word onderlê en moet aan bepaalde reëls voldoen.

(iv) Spel is tydruimtelik gebonde.

(v) Spel is sosiaal gebonde.

Vir die kyker is die kyk na televisiefiksie altyd 'n vrywillige handeling, net soos enige vorm van spel. Die kyker weet dat dit waarna hy kyk en dit waarmee hy identifiseer, nie die werklikheid is nie, maar 'n verbeelde werklikheid; hy verstaan die dramatiese struktuur van 'n program en die gebruik van bepaalde kodes met hul betekenis (soos byvoorbeeld die terugflits). Hy is met ander woorde vertrouwd met die reëls van hierdie vorm van televisiekommunikasie; trouens, hy is meestal bewus van die resepmatigheid en stereotipe aard van seepkisoperas, familiedramas, situasiekomedies, ens. Hy weet verder ook dat 'n program binne 'n bepaalde tydsduur afgehandel sal wees, dat die kyk daarna 'n tydruimtelike onderbreking in sy daaglikse roetine en ten opsigte van die uitvoering van sy noodsaaklike dagtaak is, en ook dat die kyk na televisiefiksie meestal 'n sosiale geleentheid is.

Inhoudelik gee televisiefiksie voor om die werklikheid te wees. Die vervaardiging daarvan is gebonde aan institusionele reëls en konvensies; wat dikwels ook die inhoud en vorm daarvan dikteer. Vergelyk in hierdie verband die sg. suksesresep en stereotipe inhoud- en produksiepatroon; die program het 'n sekere lengte en die inhoud speel in 'n bepaalde tyd en ruimte af.

In ooreenstemming met die sosiale aard en gebondenheid van spel en die feit dat spel altyd 'n sosiale geleentheid is, is televisiekyk ook meestal 'n sosiale geleentheid en

benewens dit weerspieël dit ook op die een of ander wyse die heersende sosiale waardes, norme en gedrag, soos reeds bespreek.

## 7. Samevatting

Die sentrale probleem wat in hierdie artikel aan die orde gestel word, is die redes en die wyse waarop televisiefiksie die mens vermaak. In weerwil van verskeie ondersoeke oor die effek van televisie op gedrag, is daar tot dusver nog geen duidelikheid hieroor verkry nie. Ook hierdie artikel gee nie voor nie om 'n volledige of 'n finale antwoord te bied nie.

In hierdie artikel word daar wel aangevoer dat vermaak nie 'n intrinsieke kwaliteit van 'n werk nie. Daarom is dit ondefinieerbaar. Vermaak is eerder 'n waarde wat deur 'n individuele ontvanger aan 'n werk geheg word. Daarom kan enige werk as vermaak ervaar word. Wat die navorser moet vra, is waarom mense die waarde "vermaak" aan televisiefiksie heg? As 'n voorlopige riglyn vir die beantwoording van hierdie vraag is daar aangevoer dat:

(i) televisiefiksie as 'n simboliese uitdrukkingsvorm soortgelyk aan die romankuns, die teater, die film, ens. 'n plesierskaffende ontvlugting en katarsis aan die mens bied. Katarsis is moontlik omdat die mens daartoe in staat is om met karakters en gebeure van en in 'n verbeelde werklikheid te identifiseer, hom as t' ware daarin kan "verloor";

(ii) daar in televisiefiksie ingeboude retoriese motiewe is wat die kyker help om met die karakters en gebeure te identifiseer. Hierdie retoriese motiewe is vervat in 'n inhoud wat aan die kyker kennis oor homself, sy identiteit, vermoë en voortbestaan bied, asook kennis oor die werklikheid en 'n verstaanbare interpretasie daarvan.

Hierdie retoriese motiewe word deur die eue in die retoriek as 'n voorwaarde vir die ervaring van kommunikasieplezier gestel;

(iii) dit deurgaans in gedagte gehou moet word dat die kyker se identifikasie op 'n verbeelde werklikheid gerig is en dat die emosies wat hy ervaar nie egte emosie is nie, maar 'n substituu-emosie en -ervaring. daarom is dit vir hom moontlik om sy per-

soonlike afstand te behou. Hy kan hom hoogstens in die gebeurde en emosies wat die karakter ervaar, indink, en met eie soortgelyke ervarings in verband bring, of verbeeldingryk inklee om dit met sy eie omstandigheid(hede) in verband te bring. Sy onmiddellike ervaring is egter meestal die van buitestaander. Dit wat hy sien, dien dus slegs as 'n prikkel vir sy verbeelding en laasgenoemde hou verband met sy onmiddellike omstandighede. Hy word dus eintlik bloot 'n loerder — 'n kwasie-voyeur wat ander se ervarings tot sy eie voordeel gebruik.

Uit die aard van die saak kan hierdie hipoteses in empiriese navorsing getoets word. Wanneer 'n mens egter op die gebied van die estetika beweeg, moet die navorser onthou dat daar 'n logiese breuk tussen die ervaring van 'n werk en die daarna uitgesproke of ervaarde waarde van die werk is. Daarom het die beleving van 'n waarde (soos "vermaak") altyd 'n diffuse karakter. 'n Oordeel oor 'n waarde van 'n werk bring struktuur in die estetiese ervaring aan — 'n struktuur wat van nature nie eie aan die estetiese ervaring van iets is nie.

## 8. Eindnotas

- 1) Een van die redes is die feit dat daar deur die loop van die geskiedenis vanuit religieuse perspektief 'n negatiewe konnotasie aan plesier geheg is, en daarmee ook aan iets soos vermaak. So, byvoorbeeld, is die mens in die Grieks-Romeinse denke gesien as iemand wat in 'n konstante stryd is met sy natuurlike drange en begeertes. Onder die Pythagoreërs is daar van hom verwag dat hy hierdie drange met rede sou beheer. Slegs daarmee sou hy iets van die goddelikheid in homself kon ontdek. In die Platoniese filosofie is daar gefokus op ernstige bepeinsing as die korrekte doelwit van en aktiwiteit vir die mens. Enige-iets buite rede en bepeinsing is as 'n ontsnapping van die werklikheid beskou en het geen deug vir die mens in sy soeke na sin en betekenis gehad nie. In die vroeë Christendenge, en in die besonder in die Rooms-Katolieke Kerk, is die gedagte dat die



mens vasgevang is tussen die goeie en die kwade en dat hy hom met rede voor die gode kon regverdig, vervang met die geloof dat die mens in sonde ontvang en gebore is. Die mens is van nature 'n son- daar en kan alleen deur lyding, selfopof- fering en 'n lewe wat aan gebed en be- peinsing toegewy is, gered word. Daar moes die mens konstant teen sy genot- sug en sy soeke na plesier waak. In die Protestantisme is daar benewens die waarde van selfopoffering en selfont- houding ook klem geplaas op die diensbaarheid van die mens. Toewyding aan arbeid, ook arbeid aan die akker van God, maar veral aan die van die Kerk, is as 'n teken van en 'n waarborg van verlossing en die ewige lewe voorgehou.

Die luiaard ontvlug die werklikheid (en juis dit is wat "vermaak" sou bied), ter- wyl God die mens juis geroep het om met sy arbeid die wanorde en chaos in en van die werklikheid te tem.

- 2) Vgl. bv. Jarvie, I.C. 1978. *Movies as social criticism. Aspects of their social psychology*. London: Scarecrow Press.
- 3) Vgl. bv. Goethals, Gregor. 1981. *The TV ritual. Worship at the video altar*. Boston: Beacon Press.

## Verwysings

Bergson, Henri. 1956. "Laughter". In: *COMEDY, red.* Wylie Sypher, Garden City, N.J.: Doubleday, Anchor.

Cook, Jim. 1982. *Television Sitcom*. Lon- don: British Film Institute.

De Fleur, Melvin en Sharon Lowery. 1983. *Milestones in Mass Communication Research. Media effects*. New York: Longman.

Freud, Sigmund. 1922. *Beyond the Pleasure Principle*. London: Hogarth.

Goodlad, J.S.R. 1976. "On the social signifi-

cance of television comedy". In: Bigsby, C.W.E. (Red). *Approaches to Popular Culture*. London: Edward Arnold.

Grote, David. 1983. *The end of Comedy. The Sitcom and the Comedic Tradition*. Connecticut: Archon Connecticut: Archon Books.

Huizenga, Johan. 1950. *Homo Ludens*. Boston: Beacon Press.

Kaplan, A. 1966. "The aesthetics of the popular arts". In: *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*. Nr. 24, *Lente*, 1966.

Lauter, Paul. 1964. *Theories of Comedy*. New York: Anchor.

Lesser, S.O. 1957. *Fiction and the Un- conscious*. Boston: Beacon Press.

Mendelsohn, Harold. 1966. *Mass Entertainment*. New Haven, Connecticut. Universi- ty Press Services.

Metz, Christian. 1981. *The Imaginary Signifier*. Bloomington: Indiana University Press.

Rosengren, K.E. 1973. *Uses and Gratifica- tion Studies: Theory and Methods*. Stockholm: Sveriges Radio.

Rosenfield, L. en T. Mader. 1984. "The functions of human communication in pleasing". In: Arnold, C. en J. Bowers. 1984. *Handbook of Rhetorical and Com- munication Theory*. Boston: Allyn and Bacon.

Seidler, Herbert. 1969. "Zum Wer- tungsproblem in der Literatur- wissenschaft". In: *Beitrage zur Methodologischen Grundlegung der Literaturwissenschaft*. Wien.

Stappers, T.G., A.D. Reijnders en W. Moller. 1983. *De Werking van Massamedia*. S'Gravenhage: Staatsuitgeverij.

Van den Paard, Willem J. 1980. "Ab- solutisme en relativisme". In: *Spektator*, 9. 6, Junie 1980.