

Sabina Mihelj

NA LOVU ZA »DEJANSKIM OBČINSTVOM« Teoretske implikacije obrata k recepciji v raziskovanju množičnih medijev

Povzetek:

Članek se osredotoča na nekatere možne implikacije obrata k recepciji, ki je nastopil v raziskovanju množičnih medijev (še posebej znotraj kulturnih študijev in ene od poddisciplin, medijskih študijev) sredi osemdesetih let preteklega stoletja in ki se je krepil skozi 90-a leta. Čeprav zoperstavljeni teoretskim pristopom, ki so obvladovali zgodnejša obdobja raziskovanja medijev in ki so se osredotočali na homogenizirajoče, indoktrinirajoče ipd. učinke medijev, so pristopi, orientirani k recepciji, ohranili nekatere osnovne premise zgodnejših pristopov nespremenjene. Navkljub povzdigovanju subverzivnih potencialov »aktivnih občinstev« je glavna os argumentov ostala skoraj enaka: ključna raziskovalna vprašanja so še vedno strukturirana okoli kategorije »učinka« (ki je še vedno razumljen kot enosmeren), in, kar je najpomembnejše, okoli dihotomije aktivnih in pasivnih občinstev oz. neodvisnosti in nadzora. Avtorica ponuja argumente v prid tezi, da tako zgodnejši, k tekstom in proizvodnji orientirani pristopi, kot sodobni pristopi, osredotočeni na recepcijo, temeljijo na enakem razumevanju subjekta, ki mora biti aktiven, če naj bo pravi subjekt (in ne objekt). Po kratkem pregledu nekaterih konceptualizacij, ki se izognejo preprosti dihotomiji aktivnih in pasivnih občinstev ali neodvisnosti in nadzora, avtorica sklene članek s preizpraševanjem možnih razlogov za vztrajnost osnovnih predpostavk o odnosu med mediji in občinstvi. Na koncu predlaga, naj bodo tudi koncepti, ki sodijo v domeno medijskih študij recepcije, kot npr. »aktivna občinstva« ali »dejanska občinstva«, preizprašani kot diskurzivni konstrukti in s tem kot možne teoretske reperkusije razvoja v zunajznanstvenih sferah družbe, ekonomije, politike in kulture.

Ključne besede: množični mediji, recepcija, občinstvo

Abstract:

The article discusses some possible implications of the turn towards reception which occurred in research on mass media (particularly inside cultural studies and one of its subdisciplines, media studies) in mid-80s of the past century and intensified throughout the 90s. Although juxtaposed to theoretical approaches that dominated the research on media earlier and which focused on homogenizing, indoctrinating etc. effects of media, reception-oriented approaches retained some of the crucial premises of earlier approaches unchanged. Despite celebrating the subversive potentials of »active audiences«, the main axis of argument remained much the same: the crucial research questions keep being structured around the category of »effect« (still conceived as one-way) and, most importantly, around the dichotomy of active and passive audiences or

freedom and control. The author argues that both earlier, text- and production- oriented approaches, as well as current reception-oriented ones, depend on the same underlying conception of subject which, in order to be a proper subject (and not an object) needs to be active. After a short discussion of some conceptualizations which avoid a simple dichotomy of active and passive audiences or freedom and control, the author concludes by interrogating some possible reasons for the persistence of these basic assumptions about the relation between media and audiences. Finally, she suggests that also concepts pertaining to the field of reception-oriented research, such as »active audiences« or »actual audiences«, need to be examined as discursive constructions and thus as possible theoretical repercussions of extra-scientific developments in social, economic, political and cultural sphere.

Key words: *mass media, reception, audience*

Uvod

V nizu različnih teoretskih pristopov k množičnim medijem, ki so se oblikovali v obdobju po II. svetovni vojni, je mogoče razbrati prehod od instrumentalističnega pojmovanja medijev kot bodisi vzvoda razsvetljevanja (izobraževanja, informiranja) množic bodisi njihovega manipuliranja, indoktriniranja, »kvarjenja« (zlasti mladine in otrok) k poudarjanju polisemičnosti sporočil in končno k poudarjanju (relativne) neodvisnosti interpretacij oz. recepcij. Ali drugače: žarišče zanimanja se je od avtorja oz. avtorjev določenega medijskega sporočila preusmerilo k tekstu in nato k prejemnikom (bralcem, gledalcem, poslušalcem) oz. recepciji.

Naj takoj poudarim, da s tem, ko govorim o *prehodu* ali *preusmeritvi* od ene teoretske perspektive k drugi, nikakor nočem reči, da je šlo bodisi za radikalen preobrat (v smislu revolucije) bodisi za linearno, enosmerno in nepovratno evolucijo vednosti. Prvič, proces je bil postopen;¹ drugič, širjenje pristopov, ki so zagovarjali vlogo prejemnika v procesu medijske proizvodnje pomena in se osredotočali na proces recepcije, ni nujno pomenilo izginotja pristopov, ki so se ukvarjali s procesi proizvodnje

¹ Pomemben korak od instrumentalističnega pojmovanja medijev, ki se je osredotočalo na intence avtorjev sporočil oz. na interese različnih (političnih, ekonomskih ipd.) akterjev, ki bi lahko odločilno vplivali na proizvodnjo medijskega sporočila, pomenijo že različne oblike strukturalističnih, semiotičnih in psihoanalitičnih pristopov. Te pristope mnogim razlikam navkljub družijo orientiranost k tekstu (medijskemu sporočilu) zunaj intenc producentov. Znotraj teh pristopov so se uveljavljale modifikacije, ki so vodile od razumevanja teksta kot homogene strukture z enim pomenom k polifoni strukturi z več možnimi pomeni, s tem pa tudi odpirale pot preusmeritvi od pojmovanja teksta kot determinirajočega elementa v medijski komunikaciji, ki obstaja zunaj procesov distribucije in recepcije, k pojmovanju teksta kot elementa, ki se dokončno realizira šele v momentu recepcije.

medijskih sporočil in/ali predpostavljali pasivnost prejemnikov; in tretjič, prehod ni bil enosmeren: posamični teoretski pristopi so zagovarjali različne rešitve, ki jih velja obravnavati v specifičnih kontekstih akademskih kultur – tj. glede na specifične teoretske tradicije, do katerih so se opredeljevali, jih privzemali, zavračali in predelovali – ter znotraj specifičnih družbenih, kulturnih, ekonomskih in političnih procesov, v katere je bila teoretska proizvodnja vpeta.² Zgodovine teoretizacij medijev torej ne gre razumeti kot procesa linearnega napredovanja teorije od zastarelih pristopov, ki so predpostavljali vsemogočni vpliv množičnih medijev na neodporne množice, k sodobnim pristopom, ki zagovarjajo polisemičnost sporočil in zato možnost nepričakovanih, subverzivnih branj; in če se zgodovina teoretizacij medijev kaže kot linearno, uniformno napredovanje, se je smiselno vprašati, kateri interes motivira tako poenostavitev zgodovine oz. legitimaciji katerega interesa (argumenta, dejanja) taka poenostavitev služi.

A po drugi strani v poudarjanju razlik med posamičnimi pristopi ne gre iti tako daleč, da bi se ti pristopi zdeli povsem neprimerljivi; tudi to bi bila poenostavitev, pa čeprav utemeljena prav s poudarjanjem kompleksnosti, najverjetneje motivirana z odporom do sintetičnega pogleda, abstrakcije in s tem teorije same. Navkljub razlikam je torej v različnih teoretskih pristopih možno prepoznati skupne točke, na podlagi katerih je mogoče govoriti o nekaterih prevladujočih tendencah in tudi o s temi tendencami povezanih slepih pegah. Te pa niso fiksne, temveč se skozi čas premeščajo. Še pred dobrim desetletjem je bilo denimo mogoče prikimati trditvi Ien Ang, ki je v knjigi *Desperately Seeking the Audience* zapisala, da je razumevanje (televizijskega) občinstva povsem podrejeno institucionalnemu pogledu – tj. pogledu samih televizijskih institucij, ekonomskih subjektov, ki po televiziji nagovarjajo potencialne kupce, pa tudi velikega dela akademske teorije in raziskovanja množičnih medijev, npr. ameriške tradicije raziskovanja množične komunikacije, katere osrednje ime je Paul Lazarsfeld in ki sega v 30-eta leta preteklega stoletja (Ang 1991, 10). Osnovna pomanjkljivost tega pogleda je, da se občinstvo znotraj njega kaže kot konceptualno neproblematična kategorija – tj. kot kategorija, ki je zgolj odsev dejanske realnosti (ki torej zgolj označuje

² Kulturne študije, kakor so se oblikovale v birminghamskem Centru za sodobne kulturne študije (CCCS) v 70-ih letih, je zato smiselno obravnavati, upoštevajoč takratno ekonomsko recesijo, prestrukturiranje odnosov do nekdanjih kolonij, spremembe v razredni strukturi, vzpon t. i. mladinskih subkultur in postopni obrat k neokonservativni politiki, ki jo simbolizira Margaret Thatcher. Prav tako je tradicijo kulturnih študij v ZDA – čeprav je bila vzpostavljena po zgledu birminghamske šole in jo z njo družijo številne podobnosti – dobro gledati v luči takrat prevladujočih usmeritev znotraj ameriške sociologije, upoštevajoč vsaj vplivni figuri Talcotta Parsonsa in J. S. Milla ter tradicijo pragmatizma, in v kontekstu takratne ameriške politične in ekonomske situacije. Razlike v akademskih, ekonomskih, političnih in drugih kontekstih so namreč – navkljub nedvomnim podobnostim – spodbujale različne postavitve osrednjih teoretskih vprašanj, različne kriterije za izbiro relevantnih objektov proučevanja, različne metodološke pristope in različne odnose do politične prakse.

neodvisno, zunaj teh kategorij obstoječo občinstvo). Tak pogled spregleda dejstvo, da je »televizijsko občinstvo« diskurzivni konstrukt in da je kot taka vpeta v razmerja dominacije in nadzora (v skladu s Foucaultovim teoretskim prikazom razmerja med znanjem in nadzorom oz. močjo): konstruirano je kot objektivna kategorija, ki je podvržena nadzoru institucij. Takemu pogledu na občinstvo je podlegel tudi velik del kritične tradicije raziskovanja množične komunikacije, ki so jo pretežno inspirirale marksistične ali postmarksistične analitične perspektive in katere osnovni cilj je bil razkrinkanje širšega političnega in zgodovinskega konteksta medijskih institucij in s tem njihove vloge v reprodukciji obstoječe ideologije in ekonomskih razmerij. Tudi ta tradicija je namreč, kot je poudarjala Ien Ang, praviloma podcenjevala ali celo zanikala pomen razumevanja medijev s perspektive občinstev. Izhod iz tako enostranskega pogleda na občinstvo je Ien Ang videla v osredotočanju na družbeni svet »dejanskih občinstev« (*actual audiences*), s čimer je mislila na »neskončne, kontradiktorne, disperzne in dinamične prakse ter izkušnje televizijskih občinstev v njihovem vsakdanjem življenju«. Ta svet je, kot je zapisala, tako raznolik in večpomenski, da njegova definicija nikoli ne more biti popolna. Osnovna podmena razumevanja, ki želi zajeti dinamično kompleksnost družbenega sveta »dejanskih občinstev«, mora zato biti zavedanje njegove temeljne ireduktibilnosti na kakršenkoli objektivirani konstrukt televizijskega občinstva. (Ang 1991, 13–14)

Pozivi k intenzivnejšemu raziskovanju »dejanskih občinstev« so se sicer pojavljali že precej pred izidom omenjene knjige Ien Ang: usmerjenost na to, kaj občinstva počnejo z mediji (in ne na to, kaj mediji počnejo z občinstvi), je bila denimo osnovno vodilo t. i. šole rab in zadovoljitev (*uses and gratifications*) v 70-ih letih, znotraj kulturnih študijev pa velja omeniti vsaj Davida Morleyja in njegovo študijo *Family Television* (1986), ki predstavlja odločen obrat k raziskovanju recepcije in njenih kontekstov v britanski tradiciji kulturnih študijev, Johna Fiskeja ter njegovo *Television Culture* (1987) kot utemeljitveni tekst študij recepcije v ZDA, eksplozijo raziskovanja ženskih žanrov s stališča recepcije v osemdesetih letih, podobno teoretsko preusmeritev v proučevanju komunikacijskih praks pa je v osemdesetih letih zagovarjal tudi eden najpomembnejših predstavnikov latinskoameriške tradicije kulturnih študijev, Jesús Martín-Barbero. Govoril je denimo o potrebi po preseganju t. i. hegemonične paradigme, ki je z mnogih vidikov podobna institucionalnemu pogledu na medije, kot ga razume Ien Ang: Martín-Barbero je vanjo uvrščal tako kritične teorije ideološkega učinkovanja medijev, ki so temeljile na instrumentalističnem razumevanju medijev in teleološkem pojmovanju moči, kot tudi semiološke pristope, ki so delovanje medijev reducirali na prenos informacij in linearno shemo pošiljatelj – sporočilo – prejemnik (Martín-Barbero 1988, 447–451). Vendar pa so bili ti zgodnejši pozivi, kolikor so se sploh uveljavili v sociologiji in kulturnih študijih (šola rab in zadovoljitev je denimo ostala omejena na pretežno psihološki pristop k medijem), prej izjema kot pravilo.

Dobro desetletje po izidu *Desperately Seeking the Audience* je slika obrnjena: raziskovanje »dejanskih občinstev«, poudarjanje aktivnega prejemnika, osredotočanje na proces recepcije medijskih sporočil in široko paleto možnih rab medijev v

vsakdanjem življenju – vse to so danes elementi dominantnega pristopa k medijem v kulturnih študijih, marsikje pa tudi v sociologiji, kolikor je le-ta sprejela tudi argumente kulturnih študijev (oz. se ti niso oblikovali kot samostojna akademska disciplina) ali kolikor so v njej prevladali argumenti kritikov kvantitativne sociologije in z njimi katera izmed kvalitativnih raziskovalnih tradicij, denimo – če ostanemo pri primerih iz znanstvenih krogov v ZDA – v slogu čikaške šole sociologije (Chicago School of Sociology). Med trenutno najbolj prepoznavnimi gonili medijskih študijev pa tudi kulturnih študijev nasploh in do neke mere tudi drugih znanstvenih disciplin, ki se ukvarjajo z mediji, je torej prav poudarjanje aktivnega prejemnika, najpogostejši objekt teoretskega lova na čarovnice pa so prav teze o vplivu in homogenizacijskih učinkih medijev ter, širše, teze, ki tako ali drugače svarijo pred ideološko indoktrinacijo in kulturnim imperializmom, katerega temelj naj bi bilo predvsem globalizirano medijsko tržišče in temu ustrezno globalni trendi proizvodnje in distribucije kulturnih proizvodov. Prevladujočo linijo argumentacije v sodobnih kulturnih študijih bi bilo mogoče povzeti takole: že res, da sta kulturna proizvodnja in distribucija globalni in množični, a to še ne pomeni, da je globalna in množična tudi recepcija oz. da so prejemniki določenih medijskih sporočil oz. kulturnih proizvodov obsojeni na pasivno sprejemanje le-teh in celotnega mentalnega in vrednostnega kompleksa, ki jih podpira. Nasprotno: recepcija je, kot neumorno dokazujejo mnogi avtorji na podlagi raziskav večinoma antropološkega ali etnografskega tipa, vedno lokalna, temeljno vpeta v dinamiko kulturnega okolja, ki globalni (kar je ponavadi sinonim za ameriški ali zahodni) kulturni vpliv aktivno predela v skladu s svojo lokalno tradicijo. Ali drugače: dol s kultom avtorja in tiranijo teksta! – prejemnik je vendar sposoben rezistenčnih branj, meandrov recepcije pač nikoli ni mogoče predvideti zgolj in samo na podlagi medijskega sporočila (oz. kulturnega proizvoda).

Toda: ali tovrstno podarjanje zapletenosti recepcije, njene vsakokratne kontekstualne umeščenosti in nepredvidljivosti, ireduktibilnosti »dejanskih občinstev« na diskurzivne konstrukte ipd. dejansko predstavlja teoretsko alternativo tezam, ki so poudarjale hegemonizirajoči, ideološki vpliv medijev in svarile pred kulturnim imperializmom? Res je, da se tovrstni pristop k medijem vzpostavlja kot alternativa pristopom, ki so prevladovali še pred dobrim desetletjem, vendar pa prestroga polarizacija zakriva nekatere pomembne podobnosti. Morda je slišati paradokсно, a teze o relativni nepredvidljivosti individualnih procesov dekodiranja medijskega sporočila se pravzaprav ne dotaknejo nekaterih temeljnih predpostavk teze o množičnih medijih kot instrumentih ideološke indoktrinacije. In ravno tako se teze o lokalni specifičnosti recepcije ne dotaknejo nekaterih predpostavk teze o kulturnem imperializmu Zahoda. V obeh primerih se kritika (»alternativna teza«) reducira zgolj na relativizacijo predhodne teze: tako se denimo teza o nepredvidljivosti recepcije zreducira na relativizacijo teze o neizogibnem učinkovanju medijev na pasivne prejemnike – pri čemer ne preizpraša utemeljenosti teze kot take, še manj pa utemeljenosti njenih predpostavk. Podobno velja za prikaze lokalno specifičnih recepcij sporočil množičnih

medijev oz. (po analogiji) globalno distribuiranih kulturnih proizvodov: ti namreč ne razgrajujejo predpostavke o medijih kot nevtralnih prevodnikih, ki od zunaj vplivajo na prejemnike, kakor tudi ne predstave o imperialističnih pretenzijah novodobne kulturne proizvodnje in distribucije – nasprotno: te predstave vzamejo za nesporno resnične. Imperialistične pretenzije in poskusi manipulacije oziroma homogenizacije torej po logiki navedenih tez obstajajo, vendar so v temelju obsojeni na to, da nikoli zares ne dosežejo svojega cilja, namreč popolnega nadzora nad prejemniki oz. totalnega vpliva nanje; prejemnik še tako indoktrinarnih naslavljanj je namreč zunaj dosega pošiljalca, kar pomeni, da avtorji medijskih sporočil nikoli ne morejo »zagrabiti« svojih poslušalcev, bralcev, gledalcev. Če so starejši pristopi k množičnim medijem v veliki meri implicitno vključevali predpostavko o neukih množicah,³ ki so podvržene vplivu medijev (bodisi razsvetljevalskemu ali poneumljajočemu), so se jim sodobnejši pristopi zoperstavili s poveličevanjem aktivnih prejemnikov – in pri tem ohranili predstavo o *pretežno enosmernem vplivu* medijev na prejemnike, predvsem pa niso nikoli preizprašali smiselnosti osrednje vloge kategorij *vpliva oz. učinka* v raziskovanju medijev.

Zgleden primer tovrstne kritike tradicionalnih (hegemoničnih, instrumentalnih, institucionalnih) pristopov k medijem, ki pušča nekatere elemente tradicionalne predstave o medijih nereflektirane, najdemo tudi v že omenjeni knjigi Ien Ang: »Občinstva ne morejo nikoli biti povsem svobodna, ker so temeljno podrejena toku podob, ki jih ponujajo institucije. A to ne pomeni, da so občinstva glede na moč televizijskih institucij povsem nemočna; daleč od tega. Toda »svoboda«, ki jo imajo (da izbirajo med programi, televizijo gledajo redko ali pogosto, sami ali v družbi, bolj ali manj pozorno – na kratko, da jo uporabljajo in porabljajo tako, kot jim ustreza), ostaja omejena s parametri sistema, ki so ga bili prisiljeni sprejeti,« (Ang 1991, 6). Avtorica kritizira tako pojmovanje, po katerem so občinstva v odnosu do medijev povsem nemočna, kakor tudi predstave, ki vidijo občinstva kot povsem neodvisna od intenc medijskih institucij. Taka vmesna pozicija je sicer teoretsko veliko bolj smiselna od obeh skrajnosti – a če je skrajni domet kritike tradicionalne koncepcije zgolj iskanje sredine med skrajnostma popolne indoktrinacije in popolne neodvisnosti, je ta kritika še vedno relativno daleč od razgraditve ključnih predpostavk tradicionalnega pristopa k medijem. Taka kritika namreč sploh ne doseže perspektive, s katere bi lahko opazili, da tudi po obratu k recepciji osrednji pogonski motor proučevanja medijev ostaja nespremenjen: prej ali slej namreč raziskovalci zadenejo ob vprašanje *vpliva* medijev

³ Ta predpostavka je implicirana v angleškem izrazu *mass media*; pomenljivo je, da se je v poimenovanju uveljavil izraz *mass* (sl. masa), ne pa *crowd* (sl. množica) – prvi izraz ima namreč negativnejšo konotacijo kot drugi, saj pomeni neoblikovano gmoto ljudi, ne pa množico (med seboj različnih) posameznikov. V slovenskem prevodu – ki je vsebinsko pravzaprav neustrezen; ustrezní prevod bi se glasil *masovni mediji* – negativna konotacija ni tako izrazita, vendar to ne izključuje negativnih konotacij, pridobljenih iz konteksta.

na prejemnike oz. ob vprašanje količine *aktivnosti* oz. *neodvisnosti* prejemnikov v odnosu do množičnih medijev. Prav tako izhajajoč iz take kritike – predvsem pa iz takega razumevanja neodvisnosti in nadzora (oz. aktivnosti in pasivnosti) – težko opazimo, da ista lahko medijska sporočila nastopijo kot elementi subverzivnih recepcij oz. rab, in vendar ostajajo v funkciji vzpostavljanja homogenosti, na primer kontinuitete v doživljanju časa in prostora, vezanega na določeno skupnost in/ali na posameznikovo osebno zgodovino. Naj zveni še tako paradokсно, a celo skrajno alternativne rabe medijev (ne zgolj različice dominantne rabe) in proizvodnje izrazito rezistenčnih branj medijskih sporočil lahko sodelujejo v procesu homogenizacije skupnosti oziroma integriranja posameznikov v skupnost (v tem primeru pač kot družbene margine) (Kellner 1995, 41).

Od neizogibne indoktrinacije k neodvisnosti recepcije – in nazaj?

Ob očitnih pomanjkljivostih obrata k recepciji v medijskih in kulturnih študijih pa ne gre spregledati, da je tudi poudarjanje aktivnosti občinstev in pomena raziskovanja recepcije vsaj v prvem koraku imelo določene družbenokritične intence in učinke. Bilo je namreč naperjeno proti predstavi, implicirani v samem poimenovanju televizije, radia in periodičnega tiska kot množičnih medijev – predstavi o uporabnikih teh medijev kot brezobličnih množicah (praviloma intelektualno inferiornih) posameznikov, ki ne prepoznavajo poneumljajočih učinkov množičnih medijev. Ker je bil obrat k recepciji praviloma združen s kritiko tradicionalnega pojmovanja kulture, v katerem ni bilo prostora za popularno kulturo, je deloval proti izključujočim predpostavkam, vgrajenim v koncept množičnih medijev, po katerem so bili nekateri segmenti populacij redno obravnavani kot inferiorni in potrebni dodatne zaščite: otroci, ženske, nižji sloji. Poudarek na občinstvih in recepciji je bil torej korekcija nekaterih pomembnih enostranskosti izključno tekstualne analize ali enostranskosti analize ideološkega učinkovanja medijev po zgledu frankfurtske šole. Prav podrobno raziskovanje procesov recepcije (z uporabo kvalitativnih oz. t. i. etnografskih metod) je namreč razkrilo subverzivni potencial občinstev, ki lahko celo v najbolj omalovaževane žanre investirajo kritičen pomen in medijska sporočila berejo povsem mimo intenc njihovih producentov. Zlasti porast zanimanja za fikcijske in zabavne žanre je bil tako praviloma povezan ne le z namenom rehabilitacije teh žanrov (ki so bili poslej izenačeni z elitno kulturo kot enakovredni objekti znanstvenega proučevanja), temveč še bolj z namenom rehabilitacije njihovih občinstev. Očiten primer takega družbenokritičnega učinkovanja obrata k recepciji predstavljajo npr. raziskave recepcije t. i. ženskih (oz. gospodinjskih) žanrov, v primeru televizije zlasti soap oper, še prej pa ženskih romanov. V skladu z maksimami obrata od paradigme kulturnega imperializma oz. v skladu s preusmeritvijo zanimanja od teksta k občinstvom in recepciji, so bila tudi tukaj v žarišču zanimanja različna branja soap oper – posebej taka, ki so kazala, da soap opere niso zgolj sredstvo poneumljanja, ampak da zaradi predelave, do katere pride v procesu recepcije, lahko

delujejo tudi kot sredstvo upora proti dominantnim modelom družbenega vedenja, zlasti proti patriarhalni razdelitvi vlog, ki je ženskam omejevala prostor delovanja na aktivnosti, ki služijo zadovoljevanju potreb drugih družinskih članov. Glavni doprinos nove konceptualizacije ženskega občinstva (pogosto imenovane tudi etnografska) je tedaj – če povzamemo besede Ksenije H. Vidmar iz uvodne študije k zborniku *Ženski žanri* – izpostavitve pola rezistenčnih branj, ki sovpadajo z delovanjem teksta in sprevrtajo njegovo ideološko skico (Vidmar 2001, 33–34).

A že ta začetni družbenokritični zanos študij recepcije je spodbujal osiromašitev epistemološkega okvirja proučevanja medijev, ki so ga ponudili utemeljitelji britanskih kulturnih študij v Centru za sodobne kulturne študije (CCCS) v Birminghamu, zlasti Stuart Hall (o tem nekaj več v nadaljevanju): v središču zanimanja ni bila več celovitost proizvodnje pomena v medijih (upoštevajoč tako proizvodnjo kot distribucijo in recepcijo medijskih sporočil), temveč zgolj proces recepcije. In če je v tem kontekstu redukcija na recepcijo še lahko delovala družbenokritično, je kasneje vse pogosteje ostajala brez vsakršne kritične osti in je bila praviloma samo še izraz neangažiranosti in (navkljub praviloma deklariranemu odporu do »elitne kulture«) akademizma kulturnih študij. Spremenili so se sicer standardi izbora raziskovalnih objektov – sedaj so pač kot enakovredni, če ne celo relevantnejši, nastopali pojavi popularne in množične kulture – a načini obravnavanja teh objektov so pogosto ostali enaki. Poleg tega velja opozoriti, da tako poudarjanje neodvisnosti občinstev, njihovega upiranja predvidenim branjem, kakor tudi povzdigovanje njihovega užitka ob še tako »nizkotnih« in »plehkkih« kulturnih proizvodih spregleduje, da ne upor in ne užitek nista nedolžna ali naravna. Oba sta namreč priučena in s tem podvržena določeni razmestitvi moči, ki ju pogojuje tako, da nekatere užitke dojemamo kot družbeno sprejemljive, drugih pa ne; nekateri ljudje se tako naučijo smejati rasističnim in seksističnim dovtipom ali uživati v nasilju – užitek in upor torej nista *per se* progresivna elementa apropiacije kulturnih tekstov (Kellner 1995, 39).⁴

Da je obrat od proizvodnje (ali avtorja) k tekstu, zlasti pa obrat k recepciji, postopoma vodil v oddaljitev od družbeno relevantnih vprašanj in da so se kulturne študije kljub deklarativnemu zagovarjanju odprtosti in interdisciplinarnosti postopoma sprevrgle v ortodoksijo, ki je izključevala obravnavanje ekonomskopolitičnih in tehnoloških aspektov množičnih medijev oziroma na račun osredotočanja na procese recepcije zanemarjala procese proizvodnje in distribucije medijskih sporočil, ni nova ugotovitev. Posamične kritike takega prakticiranja medijskih in širše kulturnih študij so se pojavile že v drugi polovici osemdesetih let; tako je T. Modleski že leta 1986

⁴ Do podobnih ugotovitev so prišli tudi avtorji znotraj polja raziskovanja ženskih žanrov; Virginia Nightingale denimo opozarja na dejstvo, da t. i. rezistenčne prakse pravzaprav ne razrušijo oblastnih razmerij v družbi (Nightingale 1996, 34). Ksenija H. Vidmar tako v spremni študiji k omenjenemu zborniku sklepa: »To pomeni, da smo se na koncu faze konsolidiranja etnografske fascinacije z bralkami/gledalkami kot rezistenčne prakse spola spet znašli na začetku, pri vprašanju razmerja med stukturo in prakso, med tekstom in občinstvom,« (Vidmar 2001, 36–37).

opozarjala, da je poudarjanje dejavne vloge občinstva/potrošnika dobilo prevelike razsežnosti in da bi utegnilo preiti v nekakšno »kolaboriranje z industrijo« (množične kulture) (Modleski 1986, cit. v Morley, 1993 [1989], 43). V 90-ih so se kritike namnožile, bile pa so tako zunanje kot notranje, tj. prihajale so tako iz konkurenčnih disciplin (zlasti sociologije in politične ekonomije), kakor tudi iz samih kulturnih študij, avtorji pa so kulturnim študijam med drugim očitali narcisizem, apolitičnost, epistemološki idealizem ipd. (cf. Jensen, Rosengren, 1990; Morley 1993 [1989]; Fergusson, Golding 1997).

Ob vse pogostejših kritikah kulturnih študijev in zlasti obrata k recepciji pa ne bo odveč spomniti, da mnogim avtorjem, ki pripadajo tradiciji kulturnih študijev, ni mogoče pripisati take ozkoglednosti. Tako je denimo vsaj za začetne tekste in raziskovalne pristope britanskih kulturnih študijev v t. i. birminghamskem krogu značilna poliperspektivnost, ki vključuje tako analizo recepcije kot analizo proizvodnje. Teze Raymonda Williamsa, ki skupaj z E. P. Thompsonom in R. Hoggartom velja za začetnika kulturnih študij, so zagotovo daleč od idealizma velike večine kasnejših kulturnih študij. Williams je zavrnil rigidno marksistično shemo, po kateri je kultura reducirana na »vrhno stavbo«, ta pa je pojmovana zgolj kot odsev determinirajoče baze, in se pri tem oprl zlasti na Gramscijev koncept hegemonije. V skladu s tem je trdil, da kulture ni primerno obravnavati zunaj proizvodnje, torej specifičnih proizvodnih razmerij in sil, in zagovarjal pogled na umetnost kot prakso: »... trdim, da ne bi smeli iskati sestavin izdelka, temveč pogoje prakse,« (Williams 1998 [1973], 247). Podobno je kasneje Stuart Hall v tekstu »*Encoding/Decoding*« (1980) razvil celovit model komuniciranja, katerega namen ni bila enostranska zavrnitev pristopov, ki so se ukvarjali z množičnimi mediji s stališča njihovega vpliva na prejemnike, in popoln obrat k analizi recepcije in poudarjanju dejavnega gledalca. Ta obrat je namreč znotraj raziskovanja medijev opravila že omenjena šola o rabah in zadovoljitvah, katere raziskovalno vodilo je bilo opazovanje tega, kar počno ljudje z mediji, ne pa tega, kar počno mediji z ljudmi. Nasprotno pa je Hall, kot poudarja David Morley v preglednem prikazu spreminjanja paradigem v raziskavah televizijskega občinstva, želel spremeniti polje razpravljanja tako, da bi bil poudarek premaknjen k razmisleku, kako se pomen lahko proizvede; podobno kot Williams je torej želel razviti argumente za to, da bi ne iskali pomena teksta, pač pa pogoje prakse (Morley 1993 [1989], 31).

Lahko bi torej rekli, da sedanje prevladujoče stanje na področju kulturnih študijev pomeni velik korak nazaj; čeprav Williams in Hall v splošno sprejeti mitologiji začetkov kulturnih študijev figurirata kot njihova »očeta«, je kasnejši razvoj kulturnih študijev v precejšnjem nasprotju z njunimi izhodišči: proizvodnja je večinoma izginila iz polja zanimanja, kulturne dejavnosti pa so obravnavane pretežno kot teksti (zunaj njihovih specifičnih pogojev proizvodnje), ne pa kot elementi praks, vpeti v institucije. Tak pristop k medijem je značilen že za Johna Fiskeja, glavnega popularizatorja kulturnih študijev v ZDA, ki je spregledal izhodiščno poliperspektivnost kulturnih študijev birminghamskega kroga in poudarjal zlasti potrebo po analizi recepcije. Ključne

pridobitve britanskih kulturnih študijev ni videl v vzpostavitvi teoretskega modela, ki teži k integraciji analize različnih aspektov medijev od proizvodnje in distribucije do recepcije in ki šele znotraj te veččlene sheme omogoča tudi opazovanje t.i. rezistenčnih branj, temveč je v konceptualnem razlikovanju prednostnega in rezistenčnega branja (ter vmesnih različic), kakor ga je vpeljal Hall, videl teoretsko utemeljitev premika pozornosti od teksta k bralcu (Fiske 1987). V podoben odmik od Hallove sheme je vodila tudi že omenjena eksplozija analiz ženskih žanrov sredi osemdesetih let in tudi izjemno odmevna Morleyjeva analiza gledanja televizije s stališča družinskega konteksta (*Family Television*, 1986), v ta trend pa je seveda mogoče umestiti tudi že omenjeno študijo Ien Ang.

Podobno kot očitkov o apolitičnosti, idealizmu in privilegiranju recepcije ni mogoče uniformno aplicirati na celotno tradicijo britanskih kulturnih študij, jih tudi ni mogoče uperiti proti tradicijama kulturnih študijev, ki sta se razvili v Avstraliji in Latinski Ameriki. Tony Bennett, osrednje ime avstralskih kulturnih študijev, je večkrat poudaril pomen raziskovanja kulturnih praks s stališča njihove prepletenosti z odnosi moči (Bennett 1992, 23, cit. v Golding, Fergusson 1997, xvii). Raziskovalni pristop, ki ga zagovarja že omenjeni Jesús Martín-Barbero (poleg njega sta v latinskoameriški tradiciji kulturnih študijev pomembna zlasti še Manuel Castells in García Cancellini), je v marsičem podoben pristopu, ki so ga razvili raziskovalci birminghamske šole.⁵

Ob upoštevanju notranje razvejenosti kulturnih študijev, njihove teoretske in metodološke poliperspektivnosti, včasih že kar eklektičnosti, se vsakršna kritika, ki želi v enem zamahu odpraviti celotne kulturne študije kot nerelevantne, takoj izkaže za neutemeljeno ali vsaj zelo ozkogledno. Poleg tega lahko rokohitske kritike kulturnih študijev nasploh vse prehitro vodijo v nerefektirano »vrnitev« k potencialno ravno tako enostranskim sociološkim ali političnoekonomskim pristopom tradicionalnega tipa, ki se osredotočajo izključno na makrostrukture ter izključno na sferi ekonomije

⁵ Tako denimo zagovarja prehod "od medijev k mediacijam", s čimer meri na konceptualizacijo komunikacije s stališča kulture oz. oziroma premik žarišča zanimanja od medijev kot takih k mestom, kjer se dogaja njihova poraba in kjer nastaja pomen – to pa so družbena gibanja in še posebej kontekst ljudskih sosesk (*neighborhoods of popular classes*) (Martín-Barbero 1993, 196). V grobem gre torej (ponovno) za odmik od behaviorističnega modela komunikacije, ki so ga raziskovalci medijev prevzeli od informatike in kibernetike, in še posebej od instrumentalnega razumevanja medijev, k umeščenosti komunikacije v kontekst politike in kulture, k razumevanju komunikacije kot procesa proizvodnje pomena in vzpostavljanja političnih subjektov, ne pa le cirkulacije informacij (Martín-Barbero 1993, 211; Martín-Barbero 1997, 102). Iz teh nastavkov Martín-Barbero podobno kot raziskovalci okoli CCSS v Birminghamu izpelje metodološke smernice, ki napotujejo v raziskovanje televizije v kontekstu vsakdanjega družinskega življenja, z upoštevanjem časovne usklajenosti televizijskih programov in dnevnega življenja ter z vidika kulturnih kompetenc, ki posamezna občinstva povezujejo s posameznimi žanri (Martín-Barbero 1993, 216–221). Vendar pa obrat od instrumentalističnega pojmovanja medijev znotraj latinskoameriških kulturnih študijev ni vodil v povečevanje analize recepcije na račun zanemarjanja analize procesov proizvodnje in distribucije ter širšega družbenega in ekonomsko-političnega konteksta.

in politike, izpuščajo pa sfero kulture in procese na mikroravni, tj. na ravni vsakdanjih praks. »Vrnitev« k sociologiji v kontekstu proučevanja medijev ne more pomeniti preprosto dviga iz analize recepcije in mikroprocesov dekodiranja k makroprocesom proizvodnje in distribucije, vpetih v ekonomske in politične trende. Da je ponovna integracija nekaterih aspektov sociološke, politične in ekonomske analize množičnih medijev v kulturne študije nujna, je očitno. Vendar pa je pred to reintegracijo smiselno kritično pretresti dosedanje postopke, pri čemer ne bi ostali le pri njihovem zavračanju, temveč skušali uvideti, zakaj so raznoliki raziskovalni pristopi k medijem kljub medsebojnim razlikam in tudi deklarativni zoperstavljenosti ohranjali nekatere predpostavke o množičnih medijih kot samoumevne oziroma niso uvideli njihove strukturne pogojenosti in sinhroniziranosti s prevladujočimi ekonomskimi, političnimi in družbenimi strukturami. Med temi samoumevnimi predpostavkami bom v nadaljevanju posvetila posebno pozornost predpostavki o vplivu medijev na prejemnike oz. nizu predstav, ki poudarjajo bodisi aktivnost bodisi pasivnost (bodisi neodvisnost bodisi nadzor) posameznikov in družbenih skupin v odnosu do medijev.

Vztrajnost predpostavk o nasprotju med pasivnostjo in aktivnostjo, nadzorom in neodvisnostjo

Katere so tiste miselne predpostavke, ki podpirajo strahove in upe, vezane na večjo ali manjšo aktivnost ljudi v odnosu do množičnih medijev, ter vzdržujejo teoretske in zdravorazumske spopade okoli vprašanja *vpliva* medijev in *neodvisnosti* (*svobode*) interpretacije? Pomemben del teh predpostavk se zagotovo veže na specifično koncepcijo subjekta – ta naj bi bil, če naj bo sploh vreden imena subjekt, aktiven: »Da bi si človek lahko pridobil digniteto subjekta (»modernega« subjekta, »zahodnega« subjekta), je najmanj, kar ga za to kvalificira, da se postavi po robu pasivnosti,« (Dolar 1997, 11).

V skladu s takim razumevanjem subjekta so največje naklonjenosti deležni mediji (oziroma posamezne oddaje, programi ipd.), ki skušajo prejemnika spodbuditi k aktivnosti (oziroma, če se držimo popularnih oznak, *interaktivnosti*) in ki torej prejemnika ne obravnavajo zgolj kot pasivnega prejemnika, ampak tudi kot potencialnega oddajnika, ki lahko vstopa v komunikacijo z medijem. Zlasti veliko je hvalnic na račun interaktivnosti deležen internet oz. cela paleta različnih komunikacijskih možnosti, ki jih omogoča (spletne klepetalnice, elektronska pošta ipd.). Nasprotno se televizije notorično drži slab sloves, saj je večinoma predstavljena kot medij, ki »pasivizira« prejemnike oz. jih neusmiljeno »bombardira« s sporočili, ne da bi spodbujala kritično distanco, torej aktivno sprejemanje in predelovanje sporočil, kaj šele, da bi omogočala dvosmerno komunikacijo⁶ (razen izjemoma v nekaterih

⁶ V ozadju višjega vrednotenja medijev, ki omogočajo dvosmerno komunikacijo, je poleg ideala aktivnosti tudi ideal dialoške komunikacije kot tiste oblike komunikacije, ki naj bi obema govorcema omogočala enakopravno vključevanje v komunikacijo, tj. tako oddajanje kot

pogovornih oddajah, v katerih lahko gledalci po telefonu poklepetajo z voditeljem/ico, sodelujejo v nagradni igri ali si izberejo videospot, in v tematskih oddajah, v katerih lahko gledalci postavljajo vprašanja gostom v studiu). In vendar nič ne kaže, da bi internet kot tak izpodrival televizijo – razen kolikor omogoča integracijo televizijske komunikacije v svoj kontekst, vendar ta raba (še) ni razširjena. Omejena popularnost interneta in bolj ali manj konstantna priljubljenost televizije kažeta, da med prevladujočimi javnimi diskurzi o medijih (s tem imam v mislih npr. prevladujoče oznake medijev v množičnih medijih samih in prevladujoče oznake medijev v pedagoških diskurzih) in vsakdanjimi rabami medijev obstaja pomemben razkorak: medtem ko so na deklarativni ravni pozitivno vrednoteni zaradi svoje interaktivnosti, to očitno ne velja na ravni vsakdanjih rab.

Eden izmed možnih razlogov za ta razkorak in s tem za visoko gledanost televizije, ki vztraja navkljub vzponu interneta, je prav odpor do (inter)aktivnosti oz. privlačnost pasivne drže, ki jo omogoča gledanje televizije. Očitno je torej, da gledanje televizije oz. širše spremljanje medija, ki omogoča prejemniku ohraniti pasivno vlogo, nudi določene užitke – a to so užitki, ki jih ne gre obešati na veliki zvon, torej »umazani«, prepovedani užitki. Ali, kot v članku o interpasivnosti (kot nasprotju interaktivnosti) zapiše Mladen Dolar: »Ni se težko predstaviti kot junak interaktivnosti – kot nekdo, ki jemlje stvari v svoje roke, jih soustvarja s svojo kreativnostjo, obstoječim idejam dodaja nove, si ne pusti narekovati, temveč takorekoč udari nazaj – skratka kot nekdo, ki je subjekt (četudi v nekoliko dvomljivem pomenu kmeta v globalni vasi). Toda interpasivnost? Ta drža bi se težko potegovala za »glamour«. Videti je, da je v pasivnosti nekaj sramotnega in poniževalnega,« (Dolar 1997, 10).

Toda: ali je posameznik v odnosu do (kateregakoli) medija sploh lahko resnično aktiven oz. ali se lahko popolnoma izogne pasivnosti? Ali je lahko v kateremkoli trenutku konzumiranja kulture neodvisen od predvidene recepcije – recepcije, ki jo sugerira ne le sam medij oz. določeno medijsko sporočilo (recimo neke oddaje, teksta ipd.), temveč tudi publiciteta, napovedi v drugih medijih (npr. napovedi televizijskih in radijskih programov v dnevnem tisku), kritike, sodbe prijateljev in znancev? Ali, če se še enkrat vrnemo k dikciji M. Dolarja: se posameznik pri konzumiranju kulture lahko izogne vplivu *la clique*, tj. vplivu (v dobesebnem, primarnem smislu te francoske besede) skupine najetih ploskačev med občinstvom v gledališču, ki za plačilo ploskajo po vnaprejšnjem dogovoru, ali širše (v metaforičnem smislu), vplivu raznolikih oblik

sprejemanje sporočil. Vendar pa tak pogled na dialoško komunikacijo spregleduje, da tudi v dialogu govorca skoraj nikoli nista popolnoma enakopravna. Komunikacija, tudi dialoška, namreč ne lebdi v etru, temveč je vedno vpletena v neko družbeno (s tem pa tudi medosebno) razmestitev moči, ta pa med drugim določa tudi koordinate vsakega dialoga. Učenec bo praviloma prepuščal besedo učitelju, podrejeni nadrejenemu oz. (da ne ostanemo zgolj pri tradicionalnih družbenih vlogah) oseba z manj znanja osebi z več znanja, in tudi če se bo kateri izmed govorcev taki razmestitvi moči v komunikaciji uprl, bo njegov upor prav posledica izhodiščne neenakosti položajev.

pričakovane recepcije? Ali lahko sploh še potegnemo jasno razmejitveno črto med la claque in občinstvom, ali sploh lahko izluščimo avtentični aplavz iz ponarejenega (induciranega), pristno reakcijo od ponarejene (Dolar 1997, 15)? In, po analogiji: ali obstaja resnično aktivno gledanje televizije, poslušanje radia, branje dnevnega tiska – gledanje, poslušanje, branje, ki bi v celoti izhajalo iz prejemnika samega in bi ne bilo določeno z medijem, s tekstom, z intencami producentov? In pojdimo še dlje: ali sploh obstaja *kultura*, ki bi bila neodvisna od la claque, in, po analogiji, ali obstaja *komunikacija*, ki bi ne bila vezana na la claque? Odgovor je nedvoumen: ne. Še več: zavoljo jasnosti je potrebno odgovor formulirati takole: kultura in komunikacija ravno sta la claque – in vendar to še ne pomeni, da sta popolnoma predeterminirani in da je vsakršna neodvisnost onemogočena.

Za razumevanje kulture in komunikacije, ki prevladuje v sodobnih študijah recepcije, pa je značilno prav to, da sta tako prva kot druga predstavljeni kot nekaj, kar – vsaj v najboljših, najbolj bistvenih in vzvišenih plasteh – obstaja *zunaj* la claque in kar je najbolj avtentično in pristno ravno, kolikor se *izogne* la claque. In, kar je najpomembnejše: pogosto je vsaka recepcija, ki se ne zdi v skladu s predvideno ali prevladujočo, že navdušeno interpretirana kot dejansko neodvisna od la claque – predpostavka česar je, da obstaja zgolj eno predvideno branje, zgolj ena predvidena recepcija in zgolj ena la claque, vsa odstopanja od tega pa so že dokaz neodvisnosti. A realnost procesov recepcije je bistveno bolj kompleksna in je ni mogoče reducirati na nasprotje med predvidenimi in nepredvidenimi branji, sploh pa ne na nasprotje med enim predvidenim in množico nepredvidenih.

Alternative konceptualizacije

Ali je torej napotek Ien Ang, da je potrebno analizirati »dejanska občinstva«, tj. njihov zapleteni družbeni svet zunaj občinstev kot diskurzivnih konstruktov, sploh uporaben in kam pravzaprav vodijo raziskave, ki temu napotku sledijo (kaj torej odkrijejo z osredotočanjem na »dejanska občinstva« zunaj diskurzivnih konstruktov)? Pozivanje k večjemu osredotočanju na proces recepcije je zagotovo uporabno, raziskovalno nedvomno plodno, in povsem neprimerno bi ga bilo zavrniti kot nesmiselnega. A pomembno se zdi premisliti, kakšen je vsakokratni status rezultatov raziskav, ki temu napotku sledijo – tj. etnografskih študij recepcije, ki kažejo, kako posamezniki manipulirajo z mediji in posameznimi sporočili na načine, ki so včasih izrazito v nasprotju s pričakovanimi rabami in recepcijami – in se pri tem izogniti zdrsu v zarisano mrežo predpostavk o neodvisnosti in nadzoru oz. aktivnosti in pasivnosti. Predvsem ti rezultati niso dokaz nepopolnega učinkovanja medijev oz. sposobnosti občinstev, da temu učinkovanju ubežijo – tj. dokaz, da so občinstva (vsaj delno) neodvisna od medijev. Res je, da dokazujejo njihovo angažiranje, njihovo aktivno vlogo v rabi medijev, v odločanju za to ali ono interpretacijo sporočila – neredko tudi interpretacijo ali rabo, ki je z določenega vidika nepričakovana oz. kritična. Vendar pa

se je potrebno zavedati vsakokratnega specifičnega dometa te kritičnosti in dejstva, da je tudi ta aktivnost in kritičnost vsaj do neke mere vpisana v samo sporočilo oz. v sam medij. Pri tem je smiselno uvesti tudi distinkcijo med *rabo* in *interpretacijo* ter pri tem dopuščati, da so na obeh ravneh možne različne stopnje aktivnosti, neodvisnosti in kritičnosti, ki so lahko do neke mere tudi predvidene.

Če denimo za primer ponovno vzamem gledalke soap oper, je seveda res, da je njihov užitek v gledanju soap oper (v tem primeru gre za kritičnost, ki se primarno pojavlja na ravni rabe, ne pa interpretacije) na neki način subverziven in vsebuje kritično noto, če je čas za gledanje soap oper (podobno kot čas za branje »lahkih« romanov) pač čas, ki si ga ženske – gospodinje vzamejo zgolj zase in za svoj užitek (Radway 2001 [1986]). A to je kritičnost, ki ne uide delovanju medijev in s tem delovanju la claque. Nasprotno: užitek v gledanju soap oper (kot vsak užitek) nujno potrebuje svojo la claque, in ta je očitno nasprotna neki drugi la claque, ki proizvaja drugačne užitke, na soap opero, njene gledalke in njihove užitke pa gleda zviška (in je praviloma tudi seksistična, saj se hkrati ne zmrduje nad prenosi nogometnih tekem in njihovimi, pretežno moškimi, občinstvi). Ključno je torej sprevideti, da je taka aktivnost in kritičnost nujno že predvidena v soap operi sami, da je vključena v predvideno recepcijo.

Prevedimo zapisano še v konceptualno mrežo teorije recepcije, kakor se je razvila v teoriji literature. Vsak tekst – pa naj bo literarni tekst, televizijska nadaljevanka ali radijska poročila – za svoj obstoj nujno potrebuje prejemnika, ki je vsaj do neke mere aktiven, ki aktivno zapolni njegove bele lise (če si sposodimo koncept, ki ga je kot del svoje fenomenološke teorije literarnega dela razvil Roman Ingarden, 1990 [1965]). Ali, kot bi rekel Umberto Eco: »tekst je len (ali ekonomičen) mehanizem, ki živi od presežne vrednosti pomena, ki ga vpelje naslovnik [...] Tekst želi, da bi mu kdo pomagal delovati,« (Eco 1983 [1979], 54). Vendar pa ta aktivnost nikakor ne izključuje možnosti dobesednega branja teksta – nasprotno; tudi dobesedno branje zahteva aktivnost prejemnika – pa čeprav se zdi, da je ta aktivnost (zgolj zato, ker sestoji iz sledenja teksta) pravzaprav pasivna in »neustvarjalna«. Trije tipi intence, ki jih lahko, v slogu hermenevitične tradicije, povežemo z vsakim sporočilom – *intentio auctoris*, *intentio operis* in *intentio lectoris* – lahko stopajo v zelo različna razmerja, in zgolj privilegiranje *intentio lectoris* še ne zagotavlja neskončnosti interpretacij. Ali, kot opozarja Eco: »Če privilegiramo intenco bralca, moramo predvideti tudi bralca, ki se bo odločil brati tekst povsem enoznačno in ki bo, morda celo v neskončnost, iskal to enoznačnost.« (Eco 1999 [1990], 24). »Tudi če rečemo, da lahko tekst izzove neskončne interpretacije in da *il n'y a pas de vrai sans d'un texte* (Valéry), še ni odločeno, ali je neskončnost interpretacije odvisna od *intentio auctoris*, od *intentio operis* ali od *intentio lectoris*.« (Eco 1999 [1990], 23). In če tako razumevanje procesa recepcije, prenesemo v kontekst množičnih medijev in razgrnjene debate o razmerju med mediji in občinstvi, kaj hitro ugotovimo, da je omenjeno vztrajanje pri kategorijah vpliva oz. učinkov medijev na eni strani in neodvisnosti občinstev na drugi strani huda poenostavitev.

Ugotovitev, da sta kultura in komunikacija »v svojem bistvu« tesno povezani z la claque (ne pa, da »v svojem bistvu« izstopata iz nje) oz. da je v razumevanju kulture in komunikacije kot procesa nujno upoštevati različne možne interakcije med *intentio auctoris*, *intentio operis* in *intentio lectoris*, pa ima še eno pomembno implikacijo za razumevanje delovanja množičnih medijev. Ta implikacija zadeva tisti pol komunikacijskega procesa, ki je izpadel iz žarišča sodobnih medijskih študijev – namreč proizvodnjo. Preplet treh intenc namreč ni prisoten le v procesu recepcije, temveč tudi v procesu proizvodnje – in torej zadeva ne le prejemnike, ampak tudi producente medijskih sporočil in programov; ne le, da ni mogoče proizvesti povsem nepričakovane interpretacije medijskega sporočila (ali, po analogiji, povsem nepričakovane rabe določenega medija), temveč je enako nemogoče proizvesti povsem nepričakovano sporočilo ali rabo.

»Dejansko občinstvo« kot diskurzivni konstrukt?

Navedene konceptualne rešitve, ki se izognejo predpostavki o nepremostljivem nasprotju med aktivnostjo in pasivnostjo, dominacijo in nadzorom, še zdaleč niso edine, prav tako bi jih bilo zgrešeno prikazovati kot nekaj, kar je raziskovalcem medijev neznano – vendar pa zagotovo niso del »mainstreama«, predvsem pa ne konstituirajo osrednje problemske osi v raziskovanju medijev, tj. ne tvorijo mreže predpostavk, na podlagi katerih je nekaj prepoznano kot raziskovalni problem. Problemska os namreč tudi po obratu k recepciji ostaja nespremenjena: raziskave se tako ali drugače sučejo okoli vprašanja *vpliva* medijev na prejemnike ali okoli vprašanja količine *aktivnosti* oziroma *neodvisnosti* prejemnikov v odnosu do množičnih medijev. Deloma lahko to zagotovo pripišemo obstoječim razmejitvam in nekomunikaciji med znanstvenimi disciplinami, ne gre pa spregledati, da sta tako prepričanje o vsemogočnosti medijev in njihovem vplivu kot tudi odpor do takih (institucionalnih ali hegemonističnih) pogledov na medije in kulturo pogosto podprta tudi z zunajznanstvenimi diskusijami.

Vztrajanje pri neizogibni moči medijev denimo ponuja družbi dežurnega krivca, vedno pripravnega grešnega kozla – karkoli že je slabega v danem okolju, je pač proizvod medijev – če že ne njihovih konkretnih producentov, pa vsaj nekakšnega Velikega brata, ki skoznje zastruplja možgane nedolžnih prejemnikov. Potencialni rezultat takega razumevanja medijev, s tem pa tudi verjetni vzrok njegove priljubljenosti, je to, da so »navadni ljudje« odrešeni vsakršne odgovornosti za svoje mišljenje in delovanje – so pač zgolj in samo žrtve medijske manipulacije (cenzure ipd.). A tudi poudarjanje neodvisnosti občinstev oz. recepcije, ki se praviloma ponuja kot teoretska alternativa zarisnemu hegemonističnemu razumevanju medijev, ni ostalo brez zunajznanstvenih motivacij in spodbud. Navdušenje nad študijami recepcije, ki razkrivajo subverzivni potencial občinstev, in odpor do analiz tehnoloških, ekonomskih in političnih aspektov delovanja medijev sta bila namreč očitno tako močna, da premeščanje žarišča zanimanja od avtorja k tekstu in bralcu oz. od proizvodnje k

receptiji ni vodilo le h kompleksnejšemu pojmovanju komunikacijskih procesov, ki bi upoštevalo takó določujočo vlogo medijev kot tudi nujno aktivnost prejemnikov v proizvodnji pomena in rabi medijev, temveč prej v nereflektirano povzdigovanje aktivnega prejemnika in njegovih subverzivnih potencialov. Hkrati je prišlo do postopne opustitve raziskovanja procesov proizvodnje, s tem pa tudi do odmika od kritičnosti in navezovanja na politično prakso v populizmu in apolitičnost ali kar antipolitičnost. Tovrstne posledice pa so zagotovo zadosten razlog za podrobnejše preizpraševanje motivacij, ki so podpirale razmah kulturnih študijev (zlasti analiz recepcije) v preteklem desetletju in pol.

Tako preizpraševanje je morda še posebej potrebno v kontekstu raziskovanja medijev v državah nekdanjega vzhodnega bloka oz. Vzhodne Evrope. Po padcu berlinskega zidu so se tudi v tem delu sveta začeli širiti univerzitetni oddelki, ki si prizadevajo uveljaviti tradicijo kulturnih študijev in v skladu s prevladujočimi trendi prisegajo na analizo recepcije in aktivne prejemnike ter zavračajo enostranskost tez o kulturnem imperializmu in homogenizacijskih učinkih medijev. Taka stališča seveda predstavljajo privlačno alternativo doslej prevladujočim analizam, ki so se osredotočale na neizogibno ideološko učinkovanje medijev in njihovo umeščenost v ideološki aparat države ter v ekonomske in politične procese, pri čemer so pogosto drsele v vulgarni materializem – vendar pa bi obrat v ravno tako vulgarni idealizem vodil v popolno izgubo kritične osti, in to ravno v trenutku, ko bi bila ta najbolj potrebna. Razpad komunističnih in socialističnih režimov namreč ni imel za posledico nedvoumne demokratizacije držav Vzhodne Evrope (kakor tudi ne njihovih medijev), temveč je praviloma aktiviral tudi različne oblike komunitarističnih ideologij, za katere se je zdelo, da jih je predhodna politična ureditev zadušila. Zlasti nacionalizem (in z njim povezani seksizem) – pogosto skrit pod gesli multikulturalizma in ohranjanja kulturne identitete – postaja v teh državah vse bolj nujna in vse manj reflektirana predpostavka in legitimacija vsakršnega kulturnega in političnega delovanja, in mediji, tako javni kot komercialni, igrajo v utrjevanju in reproduciranju nacionalne homogenosti in drugih sovpadajočih relacij moči ključno vlogo. Do neke mere podobni pomisleki veljajo tudi za države t. i. tretjega sveta, saj so argumenti, ki se pojavljajo kot sestavni del študij recepcije v kontekstu medijskih in kulturnih študij, usklajeni s popularnimi (in primerno poenostavljajočimi) različicami kulturnega relativizma ter s prevladujočimi diskurzi političnih in kulturnih elit nekdanjih kolonij in z njimi povezanimi identitetnimi »politikami«. In nenazadnje sorodni argumenti prenikajo tudi v eklektično retoriko antiglobalizacijskih gibanj, kjer se pojavlja v duetu s pesimističnimi tezami o vseprisotnem kulturnem imperializmu, mcdonaldizaciji ipd. Poenostavljena kritika starejših pristopov k medijem kot *en bloc* hegemonističnih in imperialističnih ter posledična (spet *en bloc*) redukcija raziskovanja medijev na procese recepcije bi v takem kontekstu lahko pomagala prikrivati, ne pa analizirati, obstoječe družbene procese in strukture, v katere so vpeti mediji.

Rekli bi torej lahko, da je vztrajnost ločnice med aktivnim in pasivnim kot ene izmed osrednjih osi, okoli katere se strukturira debata o medijih, element specifičnega diskurza, ki znanstvene discipline, osredotočene na medije, navezuje na zunajznanstvene institucije in interese – podobno kot je denimo orientalizem kot *diskurz* navezoval orientalizem kot *znanstveno disciplino* na politični in ekonomski projekt kolonializma z vsemi pripadajočimi institucijami (Said, 1997 [1978]). Ali drugače: tudi koncept »dejanskih občinstev« (skupaj z ostalimi ključnimi koncepti obrata k recepciji v raziskovanju medijev), enako kot pred njim koncept občinstva, je postal diskurzivni konstrukt: konstruiran je kot objektivna kategorija, ki je podvržena nadzoru institucij.⁷ Mogoče je trditi, da je ta preobrat nastopil zato, ker so raziskovalci premalo upoštevali vodilo, ki ga Ien Ang podčrtuje kot »osnovno podmeno razumevanja, ki želi zajeti dinamično kompleksnost družbenega sveta »dejanskih občinstev««, to pa je zavedanje njegove temeljne ireduktibilnosti na kakršenkoli objektivirani konstrukt televizijskega občinstva. Ponudimo pa lahko tudi povsem nasproten argument: da je prav pretirano vztrajanje pri »temeljni ireduktibilnosti« služilo kot voda na mlin šibki teoretizaciji in konceptualizaciji, ta pa je puščala odprto pot zdravorazumskim koncepcijam in domačim reprezentacijam. Seveda posamezniki obstajajo tudi zunaj objektiviranih konstruktov občinstva, tj. zunaj projekcije prejemnika oz. (u)porabnika, ki jo proizvaja in predpostavlja bodisi pošiljatelj bodisi sam tekst (in analogno za proces proizvodnje: zunaj pozicije oddajnika, kot jo konstruirata in predpostavljata tekst in prejemnik oz. uporabnik), vendar pa ti posamezniki znotraj prevladujočega načina raziskovanja množične komunikacije sploh niso relevanten objekt proučevanja – ali natančneje: niso relevanten objekt proučevanja kot občinstvo, pa najsibo

⁷ A ko že vlečemo vzporednico z orientalizmom, ne bo odveč opozoriti, da obstoj takega diskurza še ni zadosten razlog za diskreditacijo neke znanstvene discipline ali specifične teoretične tradicije kot celote. Še manj pa je to zadosten razlog za diskreditacijo širše »kulture« ali »civilizacije«, ki je (dómnevno) proizvedla določeno znanstveno teorijo ali disciplino; v primeru orientalizma to vlogo igra »Zahod« oz. »zahodna kultura«, v primeru znanosti, ki se ukvarjajo z mediji, pa je ta vloga pogosto pripisana »modernemu subjektu« (ki je praviloma, čeprav ne tako eksplicitno kot v primeru orientalizma, razumljen kot »zahodni« subjekt). Na to posebej opozarjam tudi zato, ker je Saidova študija o orientalizmu kot diskurzu med drugim spodbudila tudi poskuse popolne diskreditacije znanstvene discipline orientalizma oz. prenovljenih *area studies*, ki se ukvarjajo s posameznimi predeli Orienta, čeprav so kritike, sorodne Saidovim, prihajale tudi od samih orientalistov, in to celo preden je izšla Saidova knjiga. Prav tako Saidova študija zlasti zaradi neprecizne rabe kategorije »Zahod« za označitev subjekta diskurza orientalizma (čeprav so izsledki vezani le na francosko in angleško literaturo, pa še to le zelo omejen izbor tekstov) na mnogih mestih podlega diskurzu okcidentalizma – avtor to sicer v sklepnih odstavkih eksplicitno zanika, vendar recepcija njegovega dela kaže, da je implicitna prisotnost tega diskurza daleč močnejša od deklarativnega zanikanja. Zato tudi pričujočega prikaza teoretskih implikacij obrata k recepciji v raziskovanju medijev ne gre razumeti kot obsodbo in zavrnitev bodisi raziskovanja učinkov medijev bodisi raziskovanja recepcije *per se*, temveč zgolj kot nastavek analize možnih sovpadanj znotrajznanstvenih debat o razmerju med masovnimi mediji in občinstvi z zunajznanstvenimi razmejevanji in približevanji.

»konstruirano« ali »dejansko«. Če se (v skladu z že izpeljanimi tezami) strinjamo, da posamezniki ne ostajajo zunaj pozicije prejemnikov (kot jih predvideva določena komunikacijska situacija) takrat, kadar se upirajo najbolj manifestnim sporočilom, berejo sporočila onstran dobesednih pomenov ipd., potem od »dejanskih občinstev« ne ostane nič: posamezniki so lahko povsem zunaj diskurzivnih konstruktov občinstva zgolj takrat, kadar niso občinstva. Ali drugače: seveda obstajajo realni gledalci zunaj idealnih gledalcev – vendar pa takrat preprosto niso več gledalci. Če jih torej želimo vključiti v raziskovanje medijev, jih ne moremo skozi koncept občinstva – pa čeprav »dejanskega«.

Sabina Mihelj

ISH – Fakulteta za podiplomski humanistični študij
Breg 12, 1000 Ljubljana

E-mail: sabina.mihelj@guest.arnes.si

BIBLIOGRAFIJA

- Ang, Ien (1991): *Desperately Seeking the Audience*, London, New York: Routledge.
- Dolar, Mladen (1997): »Interpasivnost«. *Filozofski vestnik*, Vol. XVIII, št. 3, str. 9–30.
- Eco, Umberto (1983 [1979]): *Lector in fabula. La cooperazione interpretativa nei testi narrativi*, Milano: Studi Bompiani.
- Eco, Umberto (1999 [1990]): *I limiti dell'interpretazione*, Milano: Studi Bompiani.
- Fiske, John (1987): *Television Culture*, London, New York: Routledge.
- Golding, Peter, Fergusson, Marjorie, ur. (1997): *Cultural Studies in Question*, London, Thousand Oakes, New Delhi: Sage.
- Hall, Stuart (1992 [1980]): »Encoding/Decoding«. V: *Culture, Media, Language*, ur. S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, P. Willis, London, New York: Routledge.
- Ingarden, Roman (1990 [1965]): *Literarna umetnina*, prevedel Frane Jerman, Ljubljana: ŠKUC in Znanstveni inštitut Filozofske fakultete (Studia Humanitatis).
- Jensen, Klaus Bruhn, Rosengren, Karl Erik (1990): »Five traditions in search of the audience«. *European Journal of Communication*, Vol. V, str. 207–238.
- Kellner, Douglas (1995): *Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics Between the Modern and the Postmodern*, London, New York: Routledge.

- Martin-Barbero, Jesús (1988): »Communication from culture: the crisis of the national and the emergence of the popular«. *Media, Culture and Society*, Vol. X, str. 447–465.
- Martín-Barbero (1997): »Mass Media as a Site of Resacralization of Contemporary Cultures«. V: *Rethinking Media, Religion, and Culture*, ur. Stewart M. Hoover, Knut Lundby, Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage, str. 102–116.
- Nightingale, Virginia (1996): *Studying Audiences. The Shock of the Real*, London: Routledge.
- Morley, David (1988 [1986]): *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*, London, New York: Routledge.
- Morley, David (1993 [1989]): »Spreminjanje paradigem v raziskavah televizijskega občinstva«, prevedla Lenca Bogovič. *Časopis za kritiko znanosti*, letnik XXI (1993), št. 154–155, str. 29–56.
- Radway, Janice A. (2001 [1986]): »Branje romanc kot dejanje. Pobeg in pouk«, prevedla Helena Marko. V: *Ženski žanri. Spol in množično občinstvo v sodobni kulturi*, ur. Ksenija H. Vidmar, Ljubljana: ISH – Fakulteta za podiplomski humanistični študij (Documenta), str. 427–473.
- Said, Edward (1996 [1978]): *Orientalizem*, prevedli Bogdan Lešnik, Lenca Bogovič, Igor Zabel, Ljubljana: ISH – Fakulteta za podiplomski humanistični študij (Studia Humanitatis).
- Vidmar, Ksenija H. (2001): »Ponavljjanje pogleda. Ženski žanri v preseku množične kulture«. V: *Ženski žanri. Spol in množično občinstvo v sodobni kulturi*, ur. Ksenija H. Vidmar, Ljubljana: ISH – Fakulteta za podiplomski humanistični študij (Documenta), str. 11–40.
- Williams, Raymond (1998 [1973]): »Baza in vrhnja stavba v marksistični teoriji kulture«, prevedel Borut Cajnko. V: *Navadna kultura. Izbrani spisi*, ur. Jože Vogrinc, Ljubljana: ISH – Fakulteta za podiplomski humanistični študij (Studia Humanitatis).