

РАБОТЕН МОДЕЛ НА ПРОЦЕСОТ НА РЕЦЕПЦИЈА НА ПОРАКИТЕ ВО ПЕЧАТЕНИТЕ МЕДИУМИ

Елеонора Серафимовска; Маријана Марковиќ
Универзитет "Св. Кирил и Методиј", Скопје, Македонија

Апстракт: Когнитивните процеси на членовите на медиумската публика кои се вклучени во примањето на пораки од медиумите се толку бескрајно сложени што понекогаш се чини дека тие не можат да бидат систематски анализирани. Како резултат на тоа, секој напор да се предложи општ (генерален) модел, кој успешно ќе се справува со дискурсите на публиката, се чини дека е осуден да биде „опседнат“ со многу потешкотии, а недостатоците ќе бидат рамноправни со илуминациите кои од тој модел можат да се појават.

Шредер го предложи својот мултидимензионален модел целосно свесен за неминовниот редукиционизам и термилошка неконзистентност вклучени во него. Моделот предлага концептуална рамка за справување со сложените процеси преку кои публиката ги прима, разбира, критикува и одговара на медиумите пораки.

Моделот на Шредер, како и моделот, а подоцна и критиката на Хол, истражувањата на Морли и останатите истражувачи во областа на рецепцијата беа поттик за едно вакво истражување на димензиите вклучени во тој можеби краткотраен, но бескрајно сложен процес на примање на медиумските пораки.

Резултатите ја нагласија важноста и комплексноста на многу аспекти, процеси, димензии, кои го детерминираат процесот на рецепција; тие ја истак-

наа нивната истовремена појавност и меѓузависност што пак ја отвори потребата од испитување на нивното заедничко дејствување. И двата, и социолошките и психолошките фактори се важни во процесот на рецепција, но никогаш одвоени од содржината на текстот и начинот на кој содржината е напишана. Се чини како одредени содржини да провоцираат одредени индивидуални карактеристики, и така „обеднети“ го детерминираат рецепцискиот процес.

Клучни зборови: процес на рецепција, медиумски пораки, мулти-димензионален модел на рецепција

I. ВОВЕД

Теориската конструкција на Стјуарт Хол за процесот на енкодирање/декодирање, која што резултираше со ексклузивен фокус на идеологијата во рецепциските студии, веќе почна да биде критикувана како еднодимензионална, а многугодишните емпириски истражувања на публиката веќе демонстрираа дека актуелните читања се многу покомплексни од тоа што го предлагаше Хол. Сепак, овие студии долго време не го направија чекорот на-

пред кон развивање на мултидимензионален модел на дискурсот на публиката. Во 2000 година Ким Кристијан Шредер (Kim Christian Schröder) се обиде да обмисли емпириски заснован модел на медиумска рецепција со шест димензии: мотивација, разбирање (сфаќање), дискриминација (разликување, разграничување), позиција, евалуација и имплементација. Всушност, овој модел се обиде да обрне внимание врз комплексноста на моментот на „читање“ на медиумските текстови, а истовремено и да ги поттикне и поддржи политички фокусираните истражувања на публиката, заинтересирани за улогата на медиумите во процесот на социјална репродукција, како и општествена промена. (Schröder, 2000) Шредер се обидел да ги критикува концептите на Хол и Морли и теориски да аргументира за релевантноста на еден мултидимензионален модел на рецепција.

II. ДОСТИГНУВАЊА, ПРОБЛЕМИ И ИДНИ НАСОКИ НА СТУДИИТЕ НА РЕЦЕПЦИЈА

Рецепциските студии на публиката денес се фокусираат на интерпретативната релација помеѓу публиката и медиумот, при што оваа релација се разбира (сфаќа) во еден поширок етнографски контекст. Гледано историски, би било несоодветно да се идентификува било какво унитарно потекло на рецепциските студии, дури и одредувањето на датум на стратната точка зависи од тоа како некој ги идентификува клучните претходни случувања. (Jensen and Rosengren, 1990) Според Ливингстон (Livingstone) за време на 80-тите рецепциските студии се појавија и понатаму се развиваа со конвергенција на неколку, досега спротивставени,

истражувачки традиции. (Livingstone, 2008). Ливингстон идентификува 6 траектории кои водат кон појава на студиите на рецепција и кои конвергираат за време на доцните 70-ти, како дел од едно пошироко движење кон интердисциплинарност во општествените науки. Секоја од овие развојни линии е препознатлива по својот основен концепт или главен аргумент, а сите тие, низ историјата, веќе беа споменати во делот за медиумските студии за публиката. Ова би значело само нивно сумирање и интегрирање.

Едната траекторија се фокусираше на процесите на продуцирање и репродуцирање на културата. Самиот Хол, воведувајќи го концептот на кодирање и декодирање и обидувајќи се да ги интегрира текстот и публиката, забележал дека тоа е всушност почеток на нова фаза во т.н. истражувања на публиката (audience research). Холовиот модел на кодирање/декодирање изникнал од двата екстерми на спектрумот кои Abercrombie (1996) ги нарекува *како доминантен текст* и наспроти него, *доминантна публика*. Истражувачите кои му дават приоритет на текстот сметаат дека текстот е монолитен, таму има добро означено преферирано значење и тешко дека некое друго значење ќе биде прочитано. Публиката се гледа како пасивна и целосно под влијание на текстот. Хол и неговите колеги ја „држат страната“ на *доминантната публика*, која ~~не~~ допушта постоењето на силно преферирано значење, но истовремено го гледа текстот како полисемичен: дека има повеќе можни значења, и дека зависи од тоа како публиката ќе го анализира и интерпретира текстот.

Втората развојна линија води потекло од сфаќањето, веќе широко познато како употреба и за-

доволство (uses and gratifications), но со обид за градење на мост помеѓу гратификациските студии и културолошките студии. Фокусот тука е на селективните одговори на публиката во однос на медиумската содржина, а клучниот концепт е активна публика. Истражувачите во оваа сфера се обиделе да отворат еден нов поширок концепт за тоа што публиката би можела да прави со текстот, а не само за тоа што текстот ѝ прави на публиката.

Третата развојна линија, според Ливингстон (2008), која води кон рецепциските студии се издигнува од движењата направени во рамки на (и како критика на) критичките мас-комуникациски истражувања, а направени со цел да се сврти вниманието од ексклузивниот фокус на идеолошките и институционалните детерминанти на медиумските текстови кон вклучување на улогата на активната публика. Доминантен концепт тука е поимот резистентна публика (resistant audience), публика која може да се спротивстави на тезите за доминантната идеологија и тезите за културен империјализам.¹

Четвртиот пат води од деконструкцијата на тогаш доминантниот структуралистички приод на текстуалната анализа (теоријата на екранот, *Screen Theory*), како дел од движењето кон постструктурализам. Ваквото движење, пак, се регрутирало и во рамки на Школата во Бирминген и низ влијанието на Германската рецепциска естетика (German reception-aesthetics) и во Американската теорија читател-одговор (American reader-response theory). Всушност, според Ливингстон, круцијален концепт кој довел до еден ваков интегриран пристап кон текстот и читателот е *теоријата за улогата на читателот* на Умберто Еко (Eco). Тој го

предложил поимот имплицитен читател (модел, тип на читател) како имплицитен сет на претпоставки кои можат да се детектираат во структурата на текстот, кој го насочува значењето на текстот, но сепак зависи од актуелните интрепретативни придонеси на *реалниот читател*.²

Феминистичките приоди на популарната култура чии истражувања биле насочени кон публиката на таквата култура, го конструираат петтиот приод кој, исто така, водел кон мултиплицирање на рецепциските студии. Овие приоди резултирале со преиспитување на дотогашното мапирање на *добри и лоши, машки и женски* жанрови (вести наспроти сапуници), когнитивни и емотивни одговори во рамки на високата или ниската култура и, наместо тоа понудиле алтернативен сет на вреднувања кои примарно се препознаваат како активна и пасивна публика, критички и нормативни читања, и, отворен и затворен текст (Ang, 1985) Ставањето на акцентот на маргинализираните групи всушност овозможило реевалуација и *давање глас* на оние кои досега биле невидливи во нормативната теорија.

Иако до сега изнесените пет развојни линии кои го дале главниот инпут на рецепциските студии за време на 80-тите, современото бележи и еден т.н *етнографски пресврт*, кој Ливингстон го вбројува како шеста развојна линија на рецепциските анализи. Овој пресврт значел поместување на фокусот од моментот на интерпретација на текстот кон контекстуализација на моментот на рецепција. Овој пресврт вклучувал детална анализа на *културата на секојдневието* и ја истакнал анализата на ритуалните аспекти на културата (Casey, 1975 според Livingstone, 2008) и комуникацијата

како и практиките преку кои значењата се репродуцираат во секојдневниот живот (de Certeau, 1984 според Livingstone, 2008).

Рецепциските студии денес сочинуваат голем дел од медиумските и воопшто комуникациските истражувања, и тие се веќе докажано влијателни и стимулативни. Истражувањата на рецепцијата на публиката со сигурност обезбедија и реобмислувања на долготрајните прашања за релацијата помеѓу хуманистичките и општествено научни приоди, помеѓу макро и микро теориите, помеѓу административните и критичките пристапи (Jensen and Rosengren, 1990)

Обидите да се сумираат најважните достигнувања на рецепциските студии започнува со фактот дека ваквите студии - публиката, досега најчесто девалвирана, маргинализирана и само нејасно претпоставена, ја направиле *видлива*. Livingstone (2008) Имено, рецепциските студии неповратно ја преобразиле медиумската теорија, па од претпоставките дека медиумскиот текст има фиксирано и дадено значење кое треба да биде идентификувано од публиката, публика која е хомогена, некритичка маса, или дека високата култура квалитативно се разликува од популарната на еден јасен и предизвикувачки начин, денес веќе е дојдено до тоа дека публиката е етаблирана како плурална во своите декодирања и дека нејзиниот културен контекст е навистина важен. Ваквото проширување на истражувачкото поле значело генерирање на многубројни студии во кои активната улога на публиката е базично втемелена во истражувачкиот процес. Сепак, (Silverstone, 1994), се чини дрка ова ново истражувачко поле денес нуди само малку вистински идеи за тоа како и каде да се оди понатаму во истражувањата на публиката, а тоа да не

значи генерирање на веќе познати информации. За волја на вистината, истражувањата на публиката повеќе се развиле со цел да го реориентираат проблематично поле каде публиката е занемарена, значи повеќе како критичари на веќе постоечкото, а помалку со јасни амбиции што сакаат да постигнат во иднина. Оттаму, се отвора ново поле за истражување, но без јасна, кохерентна аналитичка рамка која ќе даде објаснување, а впрочем и оправдување на истражувачките податоци.

Имено, во моментот кога ќе почне да се проценува истражувачката практика во однос на медиумската публика, изникнуваат голем број прашања, а едно секако е *дали од досега направеното во рецепциските студии може да се генерира некаква базична теорија за публиката која ќе има свој придонес во медиумските и комуникациските истражувања во насока на квалитативно интегрирање на досегашните разновидни традиции кои учествувале во нејзиното настанување?* Прашањето, всушност, се однесува на можноста и, воопшто, на потребата за конструкција на емпириски втемелена теорија (еден вид истражувачки канон³), која во себе би содржела низа на веќе повеќепати повторувани (и докажани во практиката) примери од истражувањата на публиката, кои понатаму би значеле пример за следните истражувачи, почетна, но и насочувачка точка на нивните размислувања и на крај, но не и најмалку важно, би значеле оправдување на новите потфати во ова поле. Истражувачите во ова поле секако се наоѓаат во една независна позиција знаејќи го богатството од развојните линии на рецепциските студии, но и нивните критики, па еклектизмот се чини неминовен, а постулатите и објаснувањата бројни.

Современието ја фаворизира стартната точка (или истражувачкиот канон) која се лоцира во веќе споменатите студии на Морли, Радвеј и Анг. И додека овие студии навистина одиграле витална улога во идентификувањето на новото истражувачко поле, сепак тие истовремено и ја потцениле вредноста на актуелната различност на современите рецепциски студии. Литературниот тип на анализа е сè поредок во медиумските истражувања, а отпишано е и феминистичкото потекло на истражувањата на публиката, со опасност студиите нза публиката да станат повеќе гетоизирани отколку што би биле целосно интегрирани во другите пристапи (Drotner, 1992)

Всушност, како расте потребата и обидите за втемелена, установена и унитарна теорија, потребата за конструирање на некаква закономерност, канонизација на рецепцијата, потребата од обединување на разновидните позиции, така се намалува и богатството на идеи и истражувачки потфати, па некои автори сугерираат дека нам веќе сериозно ни е потребна критичка рекапитулација на теоријата за публиката. (Cobley, 1994 според Livingstone, 2008)

Сепак, балансот помеѓу текстот и публиката останува централна тема во теоријата за публиката, а прашањето за слободата на публиката (или повеќе општествената отколку текстуална детерминираност) може да биде разгледувано само преку поголема разновидност и крос-референтност на истражувачките наоди - со цел доаѓање до повразноста текст-читател на еден систематско варијабилан начин. Само што, разновидност не треба да значи специфичност⁴, зошто специфичноста за рецеписките студии би значела тие да се доведат во

ситуација да „не ја видат шумата од дрвата“. Имено, витална стратегија за рецепциските студии не би требало да биде акумулација на различни детали туку компаративна анализа; само компаративно истражување би можело да ги надмине временските и просторните ограничувања на можноста за генерализирање на нашите теории, претпоставки и предлози. (Blumer et al, 1992) Компаративните студии на различни подгрупи од публиката, медиумски жанрови, историски периоди би ги замолчеле шпекулациите и строго фокусираните истражувања. Прашањата за тоа во што се разликуваат истражувачките наоди констатирано од различните студии, што би можело да се очекува во други времиња, простори, жанрови или општествени групи - никако не би смееле да останат имплицитни, зошто тогаш не би можеле да се преиспитаат ниту на нив да се даде одговор. На пример, зарем е соодветно да се претпостави дека анализата на Радвеј за американските чителки на новели ќе важи за сите жени насекаде низ светот или дека Морлиевата анализа на одговорите за тогаш современите случувања (на пример пертиципација во Синдикатите) е релевантна и во пост-Тачеровскиот период како и пред Тачеровскиот? (Livingstone, 2008) Барањата за генерализација можеби не биле поставени од вистинските автори, но тоа не значи дека не би требало да се повторуваат од други автори, во други средини и историски периоди. Ваквата споредба се чини дека е неопходна како што е неопходно следењето на текстуалните паралели со психо-социјални фактори. Интерпретациите на публиката се структурирани како од текстуалните фактори (било да се тоа во термини на текстуална отвореност или затвореност, преферирани читања,

генерички конвенции, натуралистички дискурси), така и од психо-социјалните фактори (било тие да се однесуваат на социодемографските позиции, културниот капитал, контекстуалните дискурси, социокогнитивните ресурси, националниот идентитет или психодинамички сили). И, качувајќи се уште повисоко на скалата на општост, би кажале дека освен што е важно да се разбере овој баланс текст-читател, важно е тој баланс да се контекстуализира во (пошироки) рамки на теоријата за општествена акција, политичка партиципација и политичкиот идентитет. На тој начин (Murdock во Hagen and Wasko, 1999) истражувањата на публиката се поврзуваат со другите подрачја на општествената теорија, доведувајќи ја во фокусот интеграцијата на теориите од микро и од макро ниво. Впрочем, зошто би се испитувала публиката ако тоа не би имало никакво значење во пошироките рамки; покажувањето како процесите на микро нивото на рецепција се важни за општествените и културни процеси на макро ниво, всушност би значело и оправдување за испитување на публиката воопшто. Овој аргумент за ефектите на микро- нивото врз макро- нивото особено бил заспапуван од социјалните психолози (како дел од позицијата на социјалниот конструктивизам) и од културолошките студии (преку концептот на отпор и субверзивно реусвување)

III. МЕТОДОЛОГИЈА

A) Проблем на истражувањето

Прашањето кое се поставува е како различните политички /пропагандни/ пораки пренесени преку различните печатени медиуми се примени

од различни субјекти: субјекти со различни социјални (различен пол, возраст, националност), психолошки карактеристики (со различни ставови, црти и потреби) и субјекти со различно предзнаење или сензитивност за политичко-пропагандни, и/или комуникациски теми. Или, поинаку: Од што зависи процесот на рецепција на пораките со политичка содржина, пренесени од различни печатени медиуми? Со оглед дека се работи за еден мултидимензионален и повеќестран истражувачки проблем, неговата конкретизацијата би одела во насока на дефинирање на следните прашања:

- Како субјектите од различен пол ги примаат различните политички пораки?
- Како субјектите на различна возраст ги примаат различните политички пораки?
- Како субјектите од различна националност ги примаат различните политички пораки?
- Како субјектите со различна авторитарност (различен степен на авторитарни ставови) ги примаат различните политички пораки?
- Како субјектите со различен конформизам (различен степен на конформистички ставови) ги примаат различните политички пораки?
- Како субјектите со различна потреба за евалуација (различен степен на потребата за евалуација) ги примаат различните политички пораки?
- Како субјектите со различна политичка идеологија (политички ставови) ги примаат различните политички пораки?
- Како субјектите со различно предзнаење, сензитивност за политичко-пропагандни и комуникациски теми ги примаат различните политички пораки?

- Дали процесот на рецепција е во реалција со содржината на текстот што се чита и каква е таа релација?

- Дали процесот на рецепција е во релација со тоа за кој медиум станува збор (или неговата политичката позиционираност) и каква е таа релација?

Б) Предмет на истражувањето

Предмет на истражувањето е влијанието што го имаат различните фактори (детерминанти од различна природа) во процесот на рецепција на различните политички пораки пренесени преку печатени медиуми.

Со оглед на сложеноста и мултидимензионалноста на факторите кои би можеле да бидат во релација и да влијаат врз процесот на рецепција на политичките пораки, при дефинирањето на предметот на истражување тие се групирани во три поголеми групи:

Прва група: Фактори поврзани со медиумот кој ги пренесува;

Втора група: Фактори поврзани со самиот текст што се чита;

Трета група: Фактори поврзани со реципиентите- примачите на пораките = публиката;

Овие три поголеми групи на фактори понатаму се разложени на неколку поединечни и тоа:

Од првата група на фактори се претпоставува дека

- знањето на медиумот (од страна на субјектите) и

- неговата политичка позиционираност (проценета од страна на субјектите)

ќе бидат во релација и ќе влијаат при процесот на рецепција на пораките со политичка содржина кои протекуваат низ него.

Од втората група на фактори се претпоставува влијанието на некои аспекти на самиот текст како што се:

- содржината на текстот;
- видот на информација што се пренесува;
- јасноста на пораката во насловот;
- бројот на пораки што ги пренесува текстот;
- ставот на испитаниците за самата содржина

(убедлива содржина, релевантна, позната, јасна, содржина во согласност со ставовите на испитаниците, содржина која побудува чувства и содржина за која испитаниците сметаат дека има пропагандно дејство).

Од третата група на фактори (детерминанти) се претпоставува можното влијание на некои социјални и психолошки фактори како:

- пол;
- возраст;
- националност;
- авторитарност;
- конформизам;
- потреба за евалуација;

Политичка идеологија (политичка идеологија заснована на моралност и политичка определеност);

- сензитивност за политичко-пропагандни и/или комуникациски теми;

Со вака прецизирани фактори (детерминанти) се олеснува препознавањето на предметот на истражувањето, па така кога се вели дека предмет на истражувачки интерес се различните детерминанти, всушност се мисли на сите претходно споменати одредници (сè уште само претпоставени), детерминанти на, или фактори кои се во релација со рецепцискиот процес.

В) Инструменти и техники на истражувањето

За целите на ова истражување беа користени 5 инструменти: 3 скали на ставови, 1 тест и еден прашалник.

Инструментите кои беа применети и во ова истражување се *скалата за авторитараност* (оригинално RWA /Right-Wing Authoritarianism scale/ на (Altemeyer), *конформизам* (оригинално Conformity Scale, Feldman, 2000) и *политичкиот тест базиран на моралност* (Morality-Based Political Test), а инструментот со кој се испитуваше *потребата за евалуација* прво го помина првичното тестирање (пилот истражување). Прашалникот со кој се анализираше рецепцискиот процес беше конструиран откако беа анализирани одредени медиуми и откако се направи селекција на прилози врз основа на кои понатаму се заклучуваше за рецепцискиот процес. Прашалникот беше условно поделен во 3 дела.

Во првиот дел беа сместени прилозите на следниот начин: Од испитаниците се бараше внимателно да го прочитаат секој прилог, а потоа да размислат каква порака носи текстот. При тоа можеа да бираат една од понудените пораки или да дадат своја, или, пак да го сторат и едното и другото. Овој дел беше насловен *читање на прилозите*.

Во вториот дел испитаниците одговараа на сет на прашања (12 вкупно- исти за секој прилог), кои се однесуваа на *интерпретација на прилозите*. Тука беа прашањата за тоа како тие ја гледаат содржината на текстовите кои ги читаат од различни аспекти (јасност, убедливост, непознатост, намерите на текстот).

Во третиот дел (*опит дел*) испитаниците одговараа на серија прашања за нивниот интерес за по-

литика, политичка определеност, за нивните навики за читање весници, проценка на политичката позиционираност на весниците, како и идентификација на социолошките варијабли (пол, возраст).

IV. РЕЗУЛТАТИ

Резултатите ќе бидат прикажани само накратко со оглед на нивната обемност:

- Знаењето на испитаниците за тоа за кој медиум станува збор не е во релација со читањето и интерпретирањето на прилозите. Имено, и оние на кој им е означено од кој медиум се земени прилозите и оние на кои тоа не им е означено (значи, без разлика дали знаат или незнаат за тоа за кој медиум станува збор) – испитаниците подеднакво ги читаат и интерпретираат пораките во текстовите.

- Видот на медиумот не е во релација со процесот на рецепција на медиумските пораки, пратени преку печатените медиуми. Во овој сегмент беа споредувани читањата на прилозите кои беа земен од дневните весници и прилогот земен од неделен весник и тоа само меѓу оние кои знаат за кој медиум станува збор. Резултатите од анализата покажа дека пораката од неделниот весник се чита слично со некои други пораки од дневни весници, а истовремено, пак, пораките од дневните весници се читаат различно меѓу себе.

- Политичката позиционираност на медиумот (проценета од страна на испитаниците) не е во релација со читањето на прилозите.

- Прилозите со различна содржина различно се читаат (некои повеќе опозициски, некои преговарачки, а некои повеќе доминантно); постои разлика помеѓу процентите на испитаници кои ги чита-

ат пораките на различни прилози *со* или *без евалуација* и постои разлика помеѓу процентите на испитаници кои ги интерпретираат пораките на различни прилози во контекст (во насока) на *про* или *контра* влада – со што може да се заклучи дека самата содржина на прилогот е во релација со читањето и интерпретирањето на прилозите.

- Прилозите кои пренесуваат нечии ставови и мислења (било тоа да се ставови на некои познати јавни личности и институции, или пак се пренесуваат ставовите на самите новинари) се читаат (приближно) идентично, а прилозите кои пренесуваат некои реални случувања се читаат различно (споредени еден со друг) - па оттука можеме да кажеме дека: видот на информацијата што се пренесува во прилозите е во релација со читањето на прилозите.

- Од резултатите кои покажаа дека прилозите во кои главната порака е јасно изразена во насловот се читаат различно од прилозите во кои таа не е јасно изразена, можеме да кажеме дека изразеноста на пораката во насловот на прилозите е во релација со читањето на прилозите.

- Прилозите кои содржат една главна порака се читаат различно од прилозите кои содржат и носат повеќе пораки, па оттука: бројот на пораките кои прилозите ги содржат (или носат) е во релација со читањето на прилозите.

- Што се однесува до полот, резултатите покажуваат дека и машките и женските испитаници речиси подеднакво ги читаат сите понудени пораки. Оттука, варијаблата пол не е во релација со читањето и интерпретацијата на пораките, или станува збор за инцидентна и неконстантна релација.

- Варијаблата возраст, како и варијаблата националност, е во релација повеќе со читањето, а помалку со интерпретацијата на пораките, но таа релација не е константна и не се забележува при читањето и интерпретирањето на сите прилози подеднакво.

- Авторитарноста е во релација со *читањето* на прилозите. Имено, цртата на личност како што е *авторитарноста* е во релација со тоа дали еден прилог ќе се чита доминантно, опозициски или преговарачки. Но, ова сепак не важи за сите прилози, а важи само со опозициското читање на прилозите, при што високата авторитарност е во релација со позачестеното опозициско читање (на прилозите 2, 4 и 7).

- Психолошката димензија како што е придржување кон општествениот ред, правила, прописи наспроти автономијата и индивидуализмот очекувано е во релација со различни читања (помалку со интерпретации) на прилозите со различна содржина.

- Што се однесува до потребата за евалуација, анализата на нејзиниот однос со димензиите важни за читање и интерпретација на прилозите покажа дека: како ќе се прочита, и понатаму- интерпретира некој текст, нема да зависи од субјективната потреба на индивидуите за проценка на позитивните и/или негативните квалитети на некој објект.

V. Заклучоци

Ова истражување повеќе покрена неколку прашања отколку што даде одговори, повеќе констатираше отколку што даде соодветни објаснувања, што во суштина и не е неочекувано секогаш кога

некои појави се испитуваат прв пат на еден одреден начин. Спојот на квалитативни и квантитавни анализи не е редок, но секогаш е тешка задача. Восприемањето и читањето пораки од медиумите е еден сложен процес кој во себе вклучува многу процеси, појави, па зависно од нивото на анализа може да се зборува за – рецепција (или перцепција), когниција (анализирање, заклучување, споредување), на друго ниво постои социјализација, едукација, продукција..., а на некое најопшто ниво постои креирање политики, осовременување... Сите овие процеси се вклучени во процесот на рецепција, само се истражуваат во зависност од нивота на анализа.

Како што е познато за секој што се занимава со емпириска работа на процесот на рецепција, создајните процеси на членовите на публиката, вклучени во тој процес, се толку бескрајно комплексни што понекогаш се чини дека не можат воопшто систематски да се анализираат. Последователно, секој напор да се предложи општ (генерален) модел, кој успешно ќе се справува со дискурсите на публиката, се чини дека е осуден да биде „опседнат“ со многу потешкотии, а недостатоците ќе бидат рамноправни со илуминациите кои од тој модел можат да се појават.

Шредер го предложи својот мултидимензионален модел целосно свесен за неминовниот редукционизам и термилошката неконзистентност вклучени во него, надевајќи се дека на истражувачите на рецепцијата барем ќе им обезбеди концептуални алатки за анализа на димензиите вклучени во секојдневните субјективни допири со медиумите.

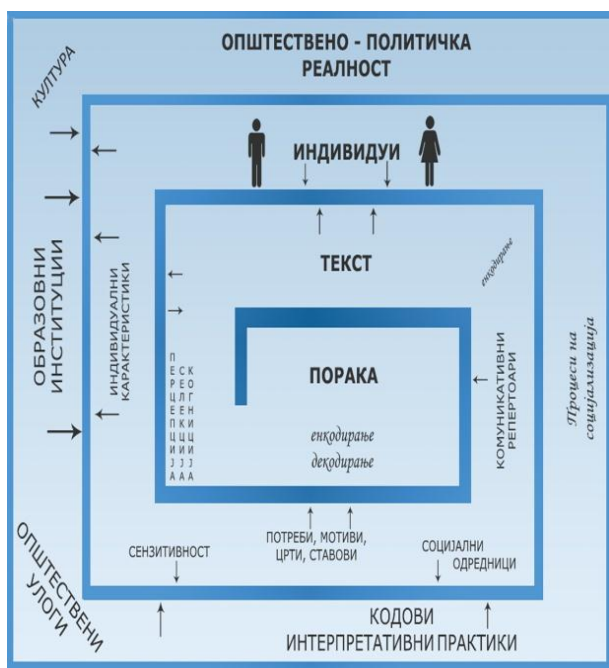
Моделот предложи концептуална рамка за да се справи со комплексните процеси преку кои, пуб-

ликата ги прима, разбира, критикува и одговара на мас-медиумските пораки, и се однесува пред сè на квалитативни податоци.

Моделот на Шредер, како и моделот, а подоцна и критиката, на Хол, истражувањата на Морли и останатите истражувачи во областа на рецепцијата, беа поттик за истражување на димензиите вклучени во тој можеби краткотраен, но бескрајно сложен процес на примање на медиумските пораки.

Истражувањето беше ограничено на пораки со политичка содржина, во весници, а неговото проширување на друг вид содржини пренесени и преку друг вид медиуми во иднина е неминовност.

Одреден број променливи (варијабли) од страна на медиумот, текстот, а и самиот испитаник беа претпоставени како важни во процесот на рецепција. Во истражувањето се останува на анализа на индивидуалните појави и процеси, со целосна свесност дека индивидуата е општествено битие кое не живее изолирано и надвор од другите и случувањата во реалноста. Таа е производ на една општествено-политичка и економска реалност, но истовремено и нејзин креатор. Како една индивидуа ќе ги прими медиумските пораки- ќе биде производ од живеењето во една конкретна реалност, од долгогодишното восприемање на специфичните услови, општествени улоги, интерпретативни кодови, а ќе зависи и од нејзините индивидуални карактеристики. Медиумот и текстот се од другата, но не помалку важна страна на процесот на рецепција. Моќта на текстот, сама по себе, беше долго време нагласувана како единствена сила во процесот на рецепција. Овој пат, таа беше ставена наспроти индивидуалните карактеристики, производ на општествените услови.



Слика бр.1 Работен модел на процесот на рецепција на пораки во печатени медиуми

Резултатите ја истакнаа важноста и комплексноста на многубројните аспекти, процеси, димензии, сето она што го определува процесот на рецепција; ја истакнаа нивната симултана појавност и меѓусебна зависност - ниедна поединечна релација не е конзистентна, што ја отвора потребата од истражување на нивното здружено дејствување. И социолошките и психолошките фактори се важни во процесот на рецепција, но никогаш одвоени од содржината на текстот и начинот на кој е напишана

содржината. Се чини дека одредени содржини провоцираат одредени индивидуални карактеристики, па така „здружени“ го детерминираат процесот на рецепција.

Следи сликовит приказ на работниот модел на процесот на рецепција на медиумски пораки, но во оваа фаза сè уште ограничен на печатени медиуми, политичките пораки, на само одредени содржини и, се разбира, на резултати добиени од ова истражувањето.

БЕЛЕШКИ

- [1] И овој концепт на активна, односно резистентна публика бил критикуван во современите истражувања. Имено, иако студиите за активна публика во традицијата на културолошките студии ја истакнале моќта на публиката да остане резистентна на хегемоничните значења понудени во мас-медиумите, сепак тие не објаснуваат што значи поимот да се биде *отпорен* и кои се последиците на тој отпор. Дали отпорната публика е политички ефикасна, колку партиципира во политичките случувања и колку е инволвирана во она што значи општествена промена. Студиите за активна публика не треба да се занимаваат само со активната публика според термините на Фиск за опозициско читање на mainstream медиумските текстови, туку и со мобилизирање на публиката како политички активисти. (Min InCheol http://www.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/0/1/3/9/9/pages13999/p13999-3.php) Овие совемени концепти всушност заземаат еден поширок општествен приод кој зборува за тоа како членовите стануваат вистински активни во смисла на оние кои ги прават промените, оние кои можат да донесат разумни одлуки во едно демократско општество (Masterman, 1997)
- [2] Една од задолженијата на моделот-читател е да му обезбеди на реалниот читател правила по кои, тој би требало да го чита текстот, правила смислени со цел да произведат кохерентно разбирање на текстот. Како што истакнал Еко, *секој акт на читање е сложена трансакција помеѓу компетентноста на читателот* (светот на

- знаење на читателот) и компетентноста што ја постулира текстот со цел да биде прочитан на економичен начин.
- [3] Според Ливингстон конструирањето на унитарна теорија која би била во основата на рецепциските студии е еден вид канонизација на ова поле. Канонот им дозволува на истражувачите да репродуцираат успешна истражувачка стратегија, без задолжително да се вложуваат било во интелектуалното потекло на канонот, било во алтернативите и критицизмот на канонот. Па како и секогаш кога станува збор за канон, се зацврстува униформноста, а се потценува, па дури елиминира, различноста на приодите.
- [4] Машки гледачи на сапуници
- ЛИТЕРАТУРА
- [1] A.Brigs, and P.Kobli, *Uvod u studije medija*, Beograd: Clio, 2005.
- [2] A.Fetveit, "Anti-essentialism and reception studies: In defense of the text", *International Journal of Cultural Studies*, 4;2, 173-199, 2001.
- [3] B. Altemeyer, *Right-wing authoritarianism*, Winnipeg: University of Manitoba Press, 1981.
- [4] B.Benwell, "Lucky this is anonymous. Ethnographies of reception in men's magazines: a "textual culture" approach", *Discourse & society*, 16; 147.
- [5] Ch.Brunsdon, "Croassroads: Notes on Soap Opera", *Screen*, 22 (4): 32-7
- [6] D.Kelner, *Medijska kultura. Studije culture, identitet i politika izmedju modernizma i postmodernizma*, Beograd:Clio, 2004.
- [7] D.McQuail, *Mass communication theory*, London: Sage, 1983.
- [8] D.Mek Kvejl, *Stari continent – novi mediji*, Beograd: Nova, 1994.
- [9] D.Morley, *The "Nationwide" Audience*, London: British Film Institute, 1980.
- [10] E.R.Petty, nad T.J.Cacioppo, *Attitudes and persuasion: Classic and contemporary approaches*, Boulder, Colo: Westview Press, 1996.
- [11] G.Craig, *The media politics and public life*, Allen & Unwin, 2004.
- [12] G.Jarvis, and R.E.Petty, "The need to evaluate", *Journal of personality and social psychology*, 70; 1, 172-194, 1996.
- [13] I.Ang, *Desparately Seeking the Audience*, London: Ruotledg, 1991.
- [14] I.Ang, *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, London: Routledge, 1985.
- [15] I.Hagen, and J. Wasko (Eds.), *Consuming Audiences? Production and Reception in Media Research*, Hampton Press, 2000.
- [16] J.Corner, "Codes and Cultural Analysis", *Media, Culture and Society*, 2, 1980.
- [17] J.Fiske, "Moments of Television: Neither the Text nor the Audience", in E.Seiter, et al (eds) *Remote Control Television, Audiences and Cultural Power*. London: Routledge, 1989.
- [18] J.Fiske, *Introduction to communication studies*, Routledge London and New York, 1990.
- [19] J.G. Blumler, J.McLeod, and K.E.Rosengren, *An introduction to comparative communication research*. In J. G. Blumler, J. M. McLeod, & K. E. Rosengren (Eds.), *Comparatively speaking: communication and culture across space and time* Newbury Park: Sage, 1992.
- [20] J.Habermas, *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*, Thomas Burger, Cambridge Massachusetts: The MIT Press, 1989.

БЕЛЕШКИ

- ¹ И овој концепт на активна, односно резистента публика бил критикуван во современите истражувања. Имено, иако студиите за активна публика во традицијата на културолошките студии ја истакнале моќта на публиката да остане резистентна на хегемоничните значења понудени во мас-медиумите, сепак тие не објаснуваат што значи поимот да се биде *отпорен* и кои се последиците на тој отпор. Дали отпорната публика е политички ефикасна, колку партиципира во политичките случувања и колку е инволвирана во она што значи општествена промена. Студиите за активна публика не треба да се занимаваат

само со активната публика според термините на Фиск за опозициско читање на mainstream медиумските текстови, туку и со мобилизирање на публиката како политички активисти.

- (Min InCheol
http://www.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/0/1/3/9/9/pages13999/p13999-3.php) Овие совемени концепти всушност заемаат еден поширок општествен приод кој зборува за тоа како членовите стануваат вистински активни во смисла на оние кои ги прават промените, оние кои можат да донесат разумни одлуки во едно демократско општество (Masterman, 1997)
- [2] Една од задолженијата на моделот-читател е да му обезбеди на реалниот читател правила по кои, тој би требало да го чита текстот, правила смислени со цел да произведат кохерентно разбирање на текстот. Како што истакнал Еко, *секој акт на читање е сложена трансакција помеѓу компетентноста на читателот* (светот на знаење на читателот) и компетентноста што ја постулира текстот со цел да биде прочитан на економичен начин.
- [3] Според Ливингстон конструирањето на унитарна теорија која би била во основата на рецепциските студии е еден вид канонизација на ова поле. Канонот им дозволува на истражувачите да репродуцираат успешна истражувачка стратегија, без задолжително да се вложуваат било во интелектуалното потекло на канонот, било во алтернативите и критицизмот на канонот. Па како и секогаш кога станува збор за канон, се зацврстува униформноста, а се потценува, па дури елиминира, различноста на приодите.
- [4] Машки гледачи на сапуници

Литература

- [1] A.Brigs, and P.Kobli, *Uvod u studije medija*, Beograd: Clio, 2005.
- [2] A.Fetveit, "Anti-essentialism and reception studies: In defense of the text", *International Journal of Cultural Studies*, 4;2, 173-199, 2001.
- [3] B. Altemeyer, *Right-wing authoritarianism*, Winnipeg: University of Manitoba Press, 1981.
- [4] B.Benwell, "Lucky this is anonymous. Ethnographies of reception in men's magazines: a "textual culture" approach", *Discourse & society*, 16; 147.
- [5] Ch.Brunsdon, "Croassroads: Notes on Soap Opera", *Screen*, 22 (4): 32-7
- [6] D.Kelner, *Medijska kultura. Studije culture, identitet i politika izmedju modernizma i postmodernizma*, Beograd:Clio, 2004.
- [7] D.McQuail, *Mass communication theory*, London: Sage, 1983.
- [8] D.Mek Kvejl, *Stari continent – novi mediji*, Beograd: Nova, 1994.
- [9] D.Morley, *The "Nationwide" Audience*, London: British Film Institute, 1980.
- [10] E.R.Petty, nad T.J.Cacioppo, *Attitudes and persuasion: Classic and contemporary approaches*, Boulder, Colo: Westview Press, 1996.
- [11] G.Craig, *The media politics and public life*, Allen & Unwin, 2004.
- [12] G.Jarvis, and R.E.Petty, "The need to evaluate", *Journal of personality and social psychology*, 70; 1, 172-194, 1996.
- [13] I.Ang, *Desparately Seeking the Audience*, London: Rutledge, 1991.
- [14] I.Ang, *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, London: Routledge, 1985.
- [15] I.Hagen, and J. Wasko (Eds.), *Consuming Audiences? Production and Reception in Media Research*, Hampton Press, 2000.
- [16] J.Corner, "Codes and Cultural Analysis", *Media, Culture and Society*, 2, 1980.
- [17] J.Fiske, "Moments of Television: Neither the Text nor the Audience", in E.Seiter, et al (eds) *Remote Control Television, Audiences and Cultural Power*. London: Routledge, 1989.
- [18] J.Fiske, *Introduction to communication studies*, Routledge London and New York, 1990.
- [19] J.G. Blumler, J.McLeod, and K.E.Rosengren, *An introduction to comparative communication research*. In J. G. Blumler, J. M. McLeod, & K. E. Rosengren (Eds.), Comparatively speaking: communication and culture across space and time Newbury Park: Sage, 1992.
- [20] J.Habermas, *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*, Thomas Burger, Cambridge Massachusetts: The MIT Press, 1989.
- [21] J.Merril, *The Imperatives of Freedom*, New York, Hastings House, 1971.

-
- [22] J.Wren-Levis, "The Encoding/Decoding Model: Criticisms and Redevelopments for Research on Decoding", *Media, Culture and Society*, 5, 1983.
- [23] K.J.Jensen, and K.E.Rosengren, "Five traditions in search of the audience", *European Journal of Communication*, 5(2-3), 207-238, 1990.
- [24] K.Schröder, "Making sense of audience discourses: toward a multidimensional model of mass media reception". *European Journal of Cultural Studies*, 3; 233-258, 2000.
- [25] L.Grossberg, C.Nelso, and P. Treichler, *Cultural Studies*, New York: Routledge, 1992.
- [26] M.G.Durham, and D.M.Kellner, *Media and cultural studies*, Blackwell Publishing, USA and UK, 2001.
- [27] N. Abercrombie, *Television and Society*, Cambridge: Polity Press, 1996.
- [28] N.Fairclough, *Media Discourse*, London: Edward Arnold, 1995.
- [29] R. Anderson, and V. Ross, *QUESTIONS of communication. A practical introduction to theory*, Bedford & St.Martin`s Boston, 2002.
- [30] R.Lorimer, *Masovne komunikacije: komoarativni uvod*, Beograd: Clio, 1998.
- [31] S.Feldman, "Enforcing Social Conformity: A Theory of authoritarianism", *Political Psychology*, 24, 41-74, 2003.
- [32] S. Fish, *Is there a Text in this Class? The Authority of Interpretive Communities*, Cambridge, MA: Harvard University Press, 1980.
- [33] S.Hall, "Encoding and Decoding in the Television Discourse", *Culture, Media, Language*, London: Hutchinson, 1980.
- [34] S.Livingstone, "Relationships between media and audiences: Prospects for future audience reception studies". In T.Liebes, and J.Curran, (Eds.), *Media, Ritual and Identity: Essays in Honor of Elihu Katz*, London: Routledge, 1998.
- [35] S.Milivojević, „Javna sfera, mediji i javnost”, *Javnost i ideolški efekti medija*, Reč 10-64, 179- 207, 2001.
- [36] U.Eco, *Interpretation and overinterpretation*, Cambridge, England: Cambridge University Press, 1992.