

STUDIJE I ISTRAŽIVANJA: KULTURALNI STUDIJI I TELEVIZIJA

Stuart Hall

Kodiranje i dekodiranje u televizijskom diskursu*

UDK: 621.39:124

U istraživanju sredstava masovnih komunikacija uvriježilo se proces komunikacije predstavljati putem kružnoga toka ili petlje. Taj je model doživio kritike zbog svoje pravocrtnosti - pošiljatelj / poruka / primatelj - zbog usmjerenosti na razinu razmjene poruke te zbog nepostojanja promišljene ideje o različitim trenucima kao složeno strukturiranim odnosima. Isto tako je, međutim, moguće, a i korisno, razmišljati o tom procesu putem pojmova strukture proizvedene i održavane artikulacijom povezanih, ali odijeljenih trenutaka - proizvodnje, cirkulacije, distribucije / potrošnje, reprodukcije. To bi značilo shvatiti proces kao 'složenu dominantnu strukturu', održavanu putem artikulacije povezanih praksi, od kojih svaka, međutim, zadržava zasebnost i ima posebni modalitet, vlastite oblike i uvjete opstojnosti. Dodatna je prednost ovoga drugoga pristupa, istovjetna onomu što čini kostur proizvodnje robe kako ga je ponudio Mare u *Osnovama kritike* i u *Kapitalu*, ta što naglašenije ističe kako se neprekinuti krug - proizvodnja-distribucija-proizvodnja - može održavati putem 'prijelaznih oblika'. Također ističe posebnost oblika u kojima se proizvod procesa 'pojavljuje' u svakom trenutku te time i ono što razlikuje diskurzivnu 'proizvodnju' od ostalih tipova proizvodnje u našem društvu i u modernim medijskim sustavima.

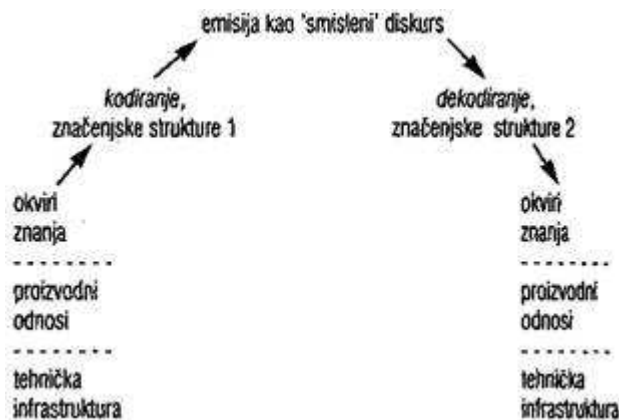
'Predmet' tih praksi jesu značenja i poruke u obliku znakova-posrednika posebne vrste, organiziranih, poput svakoga drugog oblika komunikacije ili jezika, putem djelovanja kodova unutar sintagmatskog lanca diskursa. Aparati, odnosi i prakse proizvodnje tako se pokazuju, u određenom trenutku (trenutku 'proizvodnje / cirkuliranja') u obliku simboličkih sredstava uspostavljenih unutar pravila 'jezika'. Upravo u takvu jezičnom obliku zbiva se kruženje 'proizvoda'. Proces tako zahtijeva, na kraju proizvodnje, svoje materijalne instrumente - svoja 'sredstva' - kao i svoj niz društvenih (proizvodnih) odnosa - organizaciju i kombinaciju praksi unutar medijskih aparata. Kruženje proizvoda odvija se upravo u *diskurzivnom* obliku, a isto tako i njegova distribucija za različitu publiku. Jednom zaokružen, diskurs mora biti preveden - ponovno preuobličien - u društvene prakse ako želimo da krug bude i dovršen i učinkovit. Ako 'značenje' ostane nerazumljivo, ne može doći do 'potrošnje'.

Ako značenje nije izraženo u praksi, nema učinka. Vrijednost takva pristupa nalazi se u tome što, iako je pri artikulaciji svaki trenutak potreban za cjelinu kruga, ni jedan zasebno ne može u potpunosti zajamčiti sljedeći trenutak u kojem će biti artikuliran. Budući da svaki ima svoj posebni modalitet i uvjete opstojnosti, svaki može sadržavati svoj prekid ili poremećaj 'prijelaznih oblika', o čijoj neprekinutosti ovisi tijek učinkovite proizvodnje (naime, 'reprodukcija').

Tako, unatoč našem nastojanju da nimalo ne ograničimo istraživanje 'slijedom samo onih indicija izniklih iz analize sadržaja' (Halloran, 1975), moramo prihvatiti da diskurzivni oblik poruke ima povlašteni položaj u odnosu na komunikacijsku razmjenu (sa stajališta kruženja) te da su trenuci 'kodiranja' i 'dekodiranja', premda tek 'razmjerno samostalni' u odnosu na komunikacijske procese u cijelosti, ipak *utvrđeni* trenuci. 'Puki' povijesni događaj ne može, *u takvu obliku*, biti prenesen primjerice u televizijskim vijestima. Događaji se tek mogu označavati unutar auralno-vizualnih oblika televizijskoga diskursa. U trenutku kada povijesni događaj ulazi pod znak diskursa, postaje podložnim svim složenim formalnim 'pravilima' pomoću kojih jezik označava. Paradoksalno, događaj mora postati 'priča' prije no što može postati *komunikacijski događaj*. U tom trenutku formalna potpravila diskursa 'vladaju', naravno, bez

isključivanja povijesnoga događaja tako označena, društvenih odnosa u kojima pravila vrijede ili društvenih i političkih posljedica događaja označena na takav način. 'Oblik poruke' nužan je 'pojavnii oblik' događaja prilikom njegova prijelaza od izvora do primatelja. Tako pretvorba u 'oblik poruke' (ili način simboličke razmjene) i iz njega nije slučajni 'trenutak', koji se može prihvatiti ili odbaciti kako nam drago. 'Oblik poruke' točno je utvrđen trenutak; premda se sastoji, na jednoj drugoj razini, od površinskih kretanja isključivo komunikacijskih sustava te zahtijeva, na drugoj razini, uključivanje u društvene odnose komunikacijskih procesa u cjelini, kojih je on tek dio.

Iz te općenite perspektive možemo grubo okarakterizirati televizijske komunikacijske procese na sljedeći način. Od institucionalnih struktura emitiranja, s njihovim praksama i proizvodnim mrežama, njihovim organiziranim odnosima i tehničkim infastrukturama, zahtijeva se proizvodnja emisija.



Koristeći se analogijom iz *Kapitala*, to je 'proces rada' na diskurzivan način. Proizvodnja, ovdje, uspostavlja poruku. U određenom smislu, dakle, krug započinje ovdje. Dakako, proizvodni proces nije bez svojeg, diskurzivnog' vida: on je također neprekidno uokviren značenjima i idejama: uporabljeno znanje koje se tiče proizvodnih rutina, povijesno određene tehničke vještine, profesionalne ideologije, institucionalno znanje, određenja i pretpostavke, pretpostavke o publici i tako dalje, sve to uokviruje ustanovljenje emisije putem te proizvodne strukture. Nadalje, iako televizijske proizvodne strukture rađaju televizijski diskurs, one ne čine zatvoreni sustav. One privlače teme, načine obrade, programe, događaje, osoblje, predodžbe o publici, 'određenja situacije' iz drugih izvora i drugih diskurzivnih formacija unutar šire društveno-kulturne i političke strukture koje su zasebni dio. Philip Elliott jezgrovitio je izrazio tu misao, unutar nešto tradicionalnijega okvira, u svojem razmatranju kako publika može biti istodobno i 'izvor' i 'primatelj' televizijske poruke. Tako - da posudimo Marxove pojmove - kruženje i recepcija doista su 'trenuci' televizijskoga proizvodnog procesa te su ponovno uključeni, putem niza iskrivljenih i strukturiranih 'povratnih infromacija' u sam proces proizvodnje. Potrošnja ili recepcija televizijske poruke tako su i same 'trenutak' proizvodnoga procesa u širem smislu, premda onaj drugi 'prevladava' jer je 'ključna točka za ostvarenje' poruke. Proizvodnja i recepcija televizijske poruke stoga nisu istovjetne, ali su povezane: one su odvojeni trenuci unutar cjeline uobličene društvenim odnosima komunikacijskoga procesa kao takva.

U određenom trenutku, međutim, strukture emitiranja moraju iznjedruti kodirane poruke u obliku smislenoga diskursa. Institucionalno-društveni odnosi proizvodnje moraju proći kroz diskurzivna pravila jezika ne bi li se njihov proizvod 'ostvario'. To začinje dalji zasebni trenutak, u kojemu prevladavaju oblikovna pravila jezika i diskursa. Prije no što ta poruka može polučiti neki 'učinak' (ma kako ga odredili), zadovoljiti 'potrebu' ili biti stavljena u neku 'službu', mora se ponajprije usvojiti kao smisleni diskurs te se smisleno dekodirati. Upravo taj niz dekodiranih značenja 'ima neki učinak', utjecaj, on zabavlja, poučava ili uvjerava, svojim iznimno složenim perceptivnim, kognitivnim, emocionalnim, ideološkim ili behavioralnim posljedicama. U 'odredljivu' trenutku stuktura upošljava kod i daje 'poruku': u nekom drugom odredljivom trenutku >poruka<, budući da je dekodirana, dolazi u strukture društvenih praksi. Posve smo svjesni da se ovaj ponovni ulazak u prakse gledateljske recepcije i 'uporabe' ne može

shvatiti u pukim behaviorističkim terminima. Tipični procesi uočeni u pozitivističkim istraživanjima na pojedinačnim elementima - učinci, uporabe, 'zadovoljenja' - i sami su uokvireni strukturama razumijevanja, a osim toga, rezultat su društvenih i ekonomskih odnosa koji uobličavaju njihovu 'realizaciju' na recepcijskom kraju lanca i koji dopuštaju da se značenja označena u diskursu prenesu u praksu ili svijest (ne bi li se dobila društvena uporabna vrijednost ili politička učinkovitost).

Jasno je da ono što smo u dijagramu označili kao 'značenjske strukture 1' i 'značenjske strukture 2' ne moraju biti iste. One ne sačinjavaju 'neposrednu istovjetnost'. Kodovi kodiranja i dekodiranja ne moraju biti u savršenoj simetriji. Stupnjevi simetrije - to jest, stupnjevi 'razumijevanja' i 'nesporazuma' u komunikacijskoj razmjeni - ovise o stupnjevima simetrije / asimetrije (odnosima istovrijednosti) utvrđenima između položaja 'personifikacija' onoga koji kodira- pošiljatelja i onoga koji dekodira- primatelja. To sa svoje strane ovisi o stupnjevima istovjetnosti / neistovjetnosti između kodova koji savršeno ili nesavršeno prenose, ometaju ili sustavno iskrivljuju ono što se prenosi. Manjak podudarnosti između kodova u velikoj mjeri ovisi o strukturnim razlikama odnosa i položaja između emitenata i publike, ali u vezi je i s asimetrijom između kodova 'izvora' i 'primatelja' u trenutku pretvorbe u diskurzivni oblik ili iz njega. Ono što se naziva 'iskrivljavanjima' ili 'nesporazumima' nastaje upravo zbog *manjka istovrijednosti* između dvije strane u komunikacijskoj razmjeni. Još jednom, to ne određuje 'relativnu autonomiju', nego 'determiniranost', ulaza i izlaza poruke u njezinim diskurzivnim trenucima.

Primjena te temeljne paradigme već je počela mijenjati naše razumijevanje starijega termina, televizijski 'sadržaj'. Tek počinjamo uviđati kako bi to moglo preoblikovati i naše razumijevanje recepcije, 'čitanja' i odgovora publike. Počeci i završeci već su prije bili oglašeni u komunikacijskim istraživanjima, tako da trebamo biti oprezni. Ipak se čini da postoje temelji za razmišljanje da se možda otvara nova i uzbudljiva faza u takozvanom proučavanju publike, posve nove vrste. Na oba kraja komunikacijskoga lanca uporaba semiotičke paradigme naviješta rastjerivanje zaostataka bihevizma, koji je toliko dugo progonio proučavanje masovnih medija, posebno u pristupu sadržaju. Premda znamo da televizijski program nije stimulacija, poput kuckanja po koljenskoj čašici, čini se da je tradicionalnim znanstvenicima gotovo nemoguće zamisliti komunikacijski proces, a da ne upadnu u neku od inačica ograničenoga bihevizma. Znamo, kako je zapazio Gerbner (1970), da predstavljanje nasilja na televizijskom ekranu *>nije nasilje, nego poruke o nasilju<*: nastavljamo, međutim, proučavati pitanje nasilja, na primjer, kao da smo nesposobni shvatiti tu epistemološku razliku.

Televizijski je znak složeni znak. Sam je sastavljen kombinacijom dvaju tipova diskursa, vizualnoga i slušnoga. Nadalje, to je ikonički znak, prema Peirceovoj terminologiji, budući da *>posjeduje neke od svojstava stvari koju predstavlja<*. Na toj je točki došlo do velike pomutnje te je postala mjestom žestoke rasprave u proučavanju vizualnoga jezika. Budući da vizualni diskurs pretvara trodimenzionalni svijet u dvodimenzionalne ravnine, naravno da ne može biti referentom ili pojmom koji označava. Pas na filmu može lajati, ali ne može gristi! Zbilja postoji izvan jezika, ali je neprekidno posredovana jezikom i kroz jezik: ono što možemo znati ili reći mora se proizvesti u diskursu i putem njega. Diskursivno 'znanje' nije proizvod transparentnoga predstavljanja 'stvarnoga' u jeziku, nego je jezična artikulacija stvarnih odnosa i uvjeta. Tako ne postoji razumljivi diskurs bez djelovanja koda. Ikonički znakovi su, prema tome, isto tako kodirani znakovi - čak i ako kodovi u tom slučaju djeluju različito od onih kad su posrijedi drugi znakovi. U jeziku ne postoji nulti stupanj. Naturalizam i 'realizam' - navodna vjernost predstavljanja stvari ili pojma koji se predstavlja - rezultat je, učinak, određenih posebnih jezičnih artikulacija 'stvarnoga'. To je rezultat diskurzivne prakse.

Postoje neki kodovi koji, naravno, mogu biti tako široko rasprostranjeni u pojedinom jeziku, zajednici ili kulturi, mogu biti naučeni u tako ranoj dobi, da se pričinjavaju kao da nisu konstruirani - što je učinak artikulacije između znaka i referenta - nego kao da su 'prirodno' dati. Jednostavni vizualni znakovi pričinjavaju se kao da su u tom smislu dosegli gotovo 'univerzalnost': premda dokazi govore da su čak i prividno 'prirodni' vizualni kodovi kulturno specifični. Ipak, to ne znači da nema intervencije kodova; nego, radije, da su kodovi na dubinskoj razini *naturalizirani*. Operacija naturalizacije kodova ne otkriva transparentnost i 'prirodnost' jezika, nego dubinu i gotovo univerzalnost uporabnih kodova te priviknutost na njih. Oni proizvode prividno 'prirodna' prepoznavanja. To ima (ideološki) učinak sakrivanja praksi

kodiranja koje su prisutne. Ne smijemo se, međutim, dati zavarati prividima. Naturalizirani kodovi, zapravo, pokazuju stupanj priviknutosti dosegnut kada postoji temeljno poravnanje i recipročnost - postignuta istovrijednost - između polova kodiranja i dekodiranja u razmjeni značenja. Funkcioniranje kodova na dekodirajućoj strani često će poprimiti status naturaliziranih opažaja. To nas navodi na pomisao da vizualni znak za 'kravu' zapravo *jest* životinja, krava (a ne da je tek *predstavlja*). Ali ako razmišljamo o vizualnom predstavljanju krave u priručniku o stočarstvu - ili još bolje, o lingvističkom znaku 'krava' - vidjet ćemo da su oba, u različitom stupnju, *proizvoljna* u odnosu na pojam životinje koju predstavljaju. Artikulacija proizvoljnoga znaka - bilo vizualnoga ili verbalnoga - zajedno s pojmom referenta nije proizvod prirode, nego konvencije, te konvencionalizam diskursa zahtijeva intervenciju, potporu, kodova. Tako Eco (1970) smatra da ikonički znakovi 'izgledaju poput objekata u stvarnom svijetu zato što reproduciraju uvjete (to jest, kodove) percepcije kod gledatelja'. Ti 'uvjeti percepcije' su, međutim, rezultat visoko kodiranoga, premda gotovo nesvjesnoga, niza operacija - dekodiranja. To vrijedi podjednako za fotografsku ili televizijsku sliku, kao i za bilo koji drugi znak. Ikonički su znakovi, međutim, posebno podložni da ih se 'čita' kao prirodne jer su vizualni kodovi percepcije jako rasprostranjeni i zato što je ovaj tip znaka manje proizvoljan od lingvističkoga: lingvistički znak, 'krava', ne posjeduje *nijedno* od svojstava predstavljene stvari, dok se za vizualni znak čini da posjeduje *neka* od tih svojstava.

To nam može pomoći pri pojašnjavanju zbrke u tekućoj lingvističkoj teoriji i prilikom preciznog određivanja uporabe nekih ključnih termina u ovome članku. Lingvistička teorija često koristi razlikovanje između 'denotacije' i 'konotacije'. Naziv 'denotacija' naveliko je izjednačen s doslovnim značenjem znaka: budući da je to doslovno značenje gotovo univerzalno prepoznato, posebno kada se koristi vizualnim diskursom, 'denotacija' se često miješa s doslovnom transkripcijom 'stvarnosti' u jeziku - te tako i s 'prirodnim znakom', takvim koji je proizveden bez intervencije koda. 'Konotacija' se, s druge strane, rabi tek da bi se referiralo na manje učvršćena i stoga konvencionalnija i promjenljivija, asocijativna značenja, koja se očito mijenjaju od slučaja do slučaja te stoga moraju ovisiti o intervenciji kodova.

Ne rabimo ovu razliku - denotacija / konotacija - na takav način. Naše je stajalište da je to razlikovanje tek *analitičko*. Korisno je, u analizi, moći primijeniti okvirno temeljno pravilo za razlikovanje onih vidova znaka koji se čine shvaćeni, u pojedinoj jezičnoj zajednici u nekom razdoblju, kao njegovo 'doslovno' značenje (denotacija) od asocijativnih značenja znaka koje je moguće proizvesti (konotacija). Analitičko razlikovanje ne smije se zamijeniti s razlikovanjem u stvarnome svijetu. Bit će vrlo malo slučajeva u kojima znakovi organizirani u diskurs označavaju samo svoje 'doslovno' (to jest, gotovo univerzalno konsenzualno) značenje. U stvarnom diskursu većina znakova spojiti će i denotativne i konotativne *vidove* (kako su određeni prije). Možemo se, dakle, zapitati zašto uopće zadržati razlikovanje. To je uvelike pitanje analitičke vrijednosti. Upravo zato što znakovi naizgled zadobivaju svoju punu ideološku vrijednost - čine se otvorenima artikulaciji u širem ideološkom diskursu i značenjima - na razini svojih 'asocijativnih' značenja (to jest, na konotativnoj razini) - jer ovdje 'značenja' nisu naizgled učvršćena u prirodnoj percepciji (to jest, nisu posve naturalizirana), a njihova se fluidnost značenja i asocijacije može bolje iskoristiti i transformirati. Tako je konotativna razina znaka ona na kojoj se situacijske ideologije mijenjaju i transformiraju značenje. Na toj razini jasnije vidimo aktivnu intervenciju ideologija u diskursu i na diskurs: ovdje, znak je otvoren novim naglascima te, prema Vološinovu (1973) potpuno ulazi u nadmetanje oko značenja - klasnu borbu u jeziku. To ne znači da je denotativno ili 'doslovno' značenje izvan ideologije. Zapravo bismo mogli reći da je njegova ideološka vrijednost čvrsto određena - budući da je postao tako potpuno univerzalan i 'prirodan'. Ti termini, 'denotacija' i 'konotacija', dakle, tek su korisni analitički alati za razlikovanje, u pojedinim kontekstima, ne između prisutnosti / odsutnosti ideologije u jeziku, nego između različitih razina na kojima se presijecaju ideologije i diskursi.

Razina konotacije vizualnoga znaka, njegove kontekstualne referencije i pozicioniranja u različitim diskursivnim poljima značenja i asocijacije, točka je u kojoj se već kodirani znakovi susreću s dubokim semantičkim kodovima kulture i poprimaju dodatne, aktivnije idološke dimenzije. Možemo za primjer uzeti oglašivački diskurs. Ovdje, također, ne postoji 'čisto denotativno', a zasigurno ne 'prirodno' predstavljanje. Svaki vizualni znak pri oglašavanju konotira kvalitetu, situaciju, vrijednost ili

pretpostavku, što je prisutno kao implikacija ili implicirano značenje, ovisno o konotacijskom pozicioniranju. U Barthesovu primjeru, džemper uvijek označava 'topli odjevni predmet' (denotacija) i tako aktivnost / vrijednost 'održavanja toplim'. Isto je tako moguće, na konotativnijim razinama, označiti 'dolazak zime' ili 'hladan dan'. U specijaliziranim potkodovima mode džemper može također konotirati pomodni stil ili *haute couture* /visoku modu/ ili, s druge strane, neformalni stil odijevanja. Postavljen naspram ispravne vizualne podloge te pozicioniran uz romantički potkod, može konotirati 'dugačke jesenske šetnje šumom'(Barthes, 1971). Kodovi tog poretka jasno utvrđuju odnose znaka sa širim svijetom društvenih ideologija. Ti su kodovi sredstva pomoću kojih moć i ideologija mogu označavati u određenim diskursima. Oni usmjeravaju znakove na 'karte značenja' kojima se klasificira svaka kultura; a te 'karte društvene stvarnosti' nose čitav raspon društvenih značenja, praksi i navada, moći i interesa 'upisanih' u njih. Konotativne razine označavanja, napominje Barthes u *Elementima semiologije*, >ostvaruju blisku komunikaciju s kulturom, znanjem, poviješću te kroz njih, takoreći, okolni svijet vrši zauzeće lingvističkoga i semantičkoga sustava. Oni su, ako hoćete, fragmenti ideologije<.

Takozvana denotativna razina televizijskoga znaka učvršćena je određenim, vrlo složenim (ali ograničenim ili 'zatvorenim') kodovima. Ali njezina konotativna razina, premda također ograničena, otvorenija je, podvrgnuta aktivnijim transformacijama, koje iskorištavaju njezine polisemičke vrijednosti. Svaki već uspostavljeni znak potencijalno je pretvorljiv u više od jedne konotativne konfiguracije. Polisemija se ne smije, međutim, zamijeniti s pluralizmom. Konotativni kodovi nisu međusobno jednaki. Svako društvo / kultura teži, u raznim stupnjevima dovršenosti, nametnuti svoje klasifikacije društvenoga, kulturnoga i političkoga svijeta. Te sačinjavaju dominantni društveni poredak, premda nijedna nije jednoznačna ni neprijeporna. To pitanje >strukture diskursa dominantnog< ključna je točka. Različita područja društvenoga života čine se ucrtanima na diskursivne domene, hijerarhijski organizirane u dominantna ili preferirana. Novi, problematični ili uznemirujući događaji koji narušavaju naša očekivanja i idu usprkos našim 'zdravorazumskim konstrukcijama', sve do našega 'zdravo za gotovo' uzeta poznavanja društvenih struktura, moraju se pripisati tim diskurzivnim domenama prije no što se može reći kako 'imaju smisla'. Najuoobičajeniji je način njihova 'kartografiranja' da se novo pripiše nekom od područja postojećih 'karata problematične društvene zbilje'. Kažemo dominantni, a ne 'determinirajući', jer je uvijek moguće poredati, klasificirati, pripisivati i dekodirati neki događaj unutar više od jednoga 'kartografiranja'. Kažemo 'prevladavajući' zato što postoje određeni uzorci 'preferiranih čitanja'; oba ta imaju na sebi otisnut institucionalni / politički / ideološki poredak, te su i sami postali institucionalizirani. Domene 'povlaštenih značenja' imaju u sebi usađen čitav društveni poredak kao niz značenja, praksi i vjerovanja: svakidašnje poznavanje društvenih struktura, 'kako stvari zapravo funkcioniraju u ovoj kulturi', poredak moći i interesa kao i struktura legitimacija, ograničenja i sankcija. Tako, da bi se razjasnio 'nesporazum' na konotativnoj razini, moramo se referirati, pomoću kodova, na poretke društvenoga života, ekonomske i političke moći i ideologije. Nadalje, budući da su ta kartografiranja 'strukturirana u dominaciji', ali ne i zatvorena, komunikacijski proces ne sačinjava samo neproblematično pripisivanje svake vizualne stavke njezinoj datoj poziciji unutar niza predodređenih kodova, nego i performativna pravila - pravila kompetencija i uporabe, uporabne logike - koja nastoje aktivno primijeniti ili preferiraju jednu semantičku domenu naspram druge te isključuju stavke iz prikladnih značenjskih nizova ili ih u njih uključuju. Formalna semiologija također je prečesto zanemarivala tu praksu interpretativnoga rada, premda ona, zapravo, sačinjava stvarne odnose televizijskih praksi emitiranja.

Govoreći o dominantnim značenjima, dakle, ne govorimo o jednostranu procesu koji kontrolira kako će svi događaji biti označeni. Sastoji se od 'rada' nužna da nametne, osigura vjerodostojnost i iziskuje legitimnost jednoga dekodiranja događaja unutar granica dominantnih definicija u kojima je konotativno označen. Terni u Memorandumu na kolokviju Vijeća Europe o razumijevanju televizije napominje:

Pod riječju čitanje ne podrazumijevamo samo sposobnost da se identificira i dekodira određeni broj znakova, nego i subjektivnu sposobnost da ih se postavi u stvaralačke odnose, međusobno i s drugim znakovima: sposobnost koja je sama po sebi uvjet za potpunu svijest o nečijem posvemašnjem okruženju (Terni, 1973).

Ovdje stavljamo prigovor na pojam 'subjektivne sposobnosti', kao da je referent televizijskoga diskursa

neka objektivna činjenica, dok je interpretativna razina neka individualna i privatna stvar. Čini se da je upravo suprotno na stvari. Televizijska praksa preuzima 'objektivnu' (to jest, sistemsku) odgovornost upravo za odnose koje različiti znaci ostvaruju jedni s drugima u bilo kojoj diskurzivnoj instanci, te tako neprestano preraspoređuje, ograničuje i propisuje u koju se 'svijest o nečijem posvemašnjem okruženju' te stavke raspoređuju.

To nas dovodi do pitanja nesporazuma. Televizijski producenti koji nalaze da njihova poruka 'nije bila shvaćena' često se trse da izravnavaju čvorove u komunikacijskome lancu te time olakšavaju 'učinkovitost' svoje komunikacije. Većina istraživanja koje prisvaja objektivnost 'analize poslovne politike' reproducira taj administrativni cilj pokušavajući otkriti kolikog se dijela poruke publika sjeća te poboljšati raspon razumijevanja. Nema dvojbe da postoje nesporazumi na doslovnoj razini. Gledatelj ne zna upotrijebljene termine, ne može slijediti složenu logiku argumenta ili izvoda, nije upoznat s jezikom, nalazi da su pojmovi strani ili teški ili je zavarano uvodnom pripovijesću. Češća je briga emitenata to da je publika propustila usvojiti značenje koje su oni - emitenata - namjeravali. Što žele reći jest da gledatelji ne djeluju unutar 'dominantnog' ili 'preferiranog' koda. Njihov je ideal 'savršeno transparentna komunikacija'. Umjesto toga, moraju se suočiti sa 'sistematski iskrivljenom komunikacijom'.

Posljednjih su godina mimoilaženja toga tipa bila objašnjavana kao 'selektivna percepcija'. To su vrata kroz koja rezidualni pluralizam izbjegava prisile visoko strukturirana, asimetričnog i neistovjetnog procesa. Naravno, uvijek će biti privatnih, individualnih i različitih čitanja. Ali 'selektivna percepcija' gotovo nikada nije toliko selektivna, nasumična ili privatizirana kao što to sugerira termin. Uzorci pokazuju, na presjeku pojedinačnih inačica, važna grupiranja. Svaki novi pristup proučavanju publike morat će stoga započeti kritikom teorije 'selektivne percepcije'.

Već smo ustvrdili kako, budući da nema nužne podudarnosti između kodiranja i dekodiranja, ono prvo može >preferirati<, ali ne može propisati ili jamčiti drugo, koje ima vlastite uvjete opstanka. Osim ako nisu posve iskrivljeni, kodiranje će uspostavljati neke od granica i parametara unutar kojih će djelovati dekodiranje. Ako ne bi bilo granica, publika bi jednostavno mogla učitati u neku poruku bilo što. Nema dvojbe da neki potpuni nesporazumi te vrste postoje. Ali veliki raspon mora sadržavati neki stupanj usklađenosti između trenutaka kodiranja i dekodiranja, inače ne bismo uopće mogli govoriti o učinkovitoj komunikacijskoj razmjeni. To nije 'prirodno', nego je proizvod artikulacije između dvaju izdvojenih trenutaka. Prvi ne može odrediti ni jamčiti, u jednostavnu smislu, koji će dekodirajući kodovi biti korišteni. Inače bi komunikacija bila savršeni istovrijedni krug, a svaka bi poruka bila primjer 'savršeno transparentne komunikacije'. Moramo razmisliti, dakle, o različitim artikulacijama u kojima se mogu kombinirati kodiranje / dekodiranje. Ne bismo li to razradili, nudimo hipotetsku analizu nekih mogućih pozicija dekodiranja, da bismo osnažili zaključak o 'nenužnom podudaranju'.

Možemo prepoznati *tri* hipotetske pozicije iz kojih je moguće konstruirati dekodiranje televizijskoga diskursa. One se moraju empirijski iskušati i razraditi. Ali argument da dekodiranja ne slijede neizbježno iz kodiranja, da nisu istovjetna, osnažuje argument o 'nenužnom podudaranju'. Također pomaže dekonstrukciji zdravorazumskoga značenja 'nesporazuma' u smislu teorije 'sustavno iskrivljene komunikacije'.

Prva je hipotetska pozicija *dominantno-hegemonijska pozicija*. Kada gledatelj, na primjer, iz televizijskih vijesti ili emisije o tekućim zbivanjima uzima konotativno značenje izravno te dekodira poruku u smislu referentnoga koda u kojem je bila kodirana, možemo reći kako gledatelj *djeluje unutar dominantnoga koda*. To je idealno-tipični slučaj 'savršeno transparentne komunikacije' - ili najbliže što joj se 'zapravo' može doći. Unutar toga možemo razlikovati pozicije proiznikle iz *profesionalnoga koda*. To je pozicija (proizvedena onime što bismo možda trebali odrediti kao djelovanje 'metakoda'), koju zauzimaju profesionalni voditelji kada kodiraju poruku koja je već bila označena u hegemonijskom načinu. Profesionalni je kod 'razmjerno neovisan' o dominantnom kodu, po tome što primjenjuje vlastite kriterije i transformacijske operacije, posebno one tehničko-praktične naravi. Profesionalni kod, međutim, djeluje *unutar* 'hegemonije' dominantnoga koda. Doista, njegova je zadaća da reproducira dominantne definicije upravo stavljajući u zgrade njihovu hegemonijsku kvalitetu te operiraju umjesto toga s izmještenim

profesionalnim kodiranjima koji ističu u prvi plan takva naizgled neutralno-tehnička pitanja kao što su vizualna kvaliteta, novosti, vrijednosti prezentacije, televizijska kvaliteta, 'profesionalizam' i tako dalje. Hegemonijske interpretacije, recimo, sjevernoirске politike, čileanskoga državnog udara ili Zakona o industrijskim odnosima, uglavnom stvaraju političke i vojne elite: osobit izbor prezentacijskih prigoda i formata, izbor osoblja, izbor slika, postavljanje rasprava, izabiru se i spajaju putem djelovanja profesionalnoga koda. Kako su televizijski profesionalci u stanju raditi s vlastitim 'razmjerno autonomnim' kodovima, kao i djelovati na takav način da reproduciraju (ne bez protuslovlja), hegemonijsko označavanje događaja složeno je pitanje koje se ne može ovdje opširnije razrađivati. Morat ćemo se zadovoljiti zaključkom da su profesionalci povezani s elitama koje definiraju, ne samo putem institucionalne pozicije samoga emitiranja kao 'ideološkoga aparata', nego također putem strukture *pristupa* (to jest, sustavnoga 'viška pristupa' biranoga elitnoga osoblja i njihove 'definicije situacije' na televiziji). Može se čak reći da profesionalni kodovi služe da bi se reproducirale hegemonijske definicije upravo time što *ne djeluju otvoreno* pristrano u dominantnome smjeru: ideološka reprodukcija stoga se događa nenamjerno, nesvjesno, 'iza leđa'. Naravno, sukobi, protuslovlja, pa čak i nesporazumi redovito nastaju između dominantnih i profesionalnih označavanja, kao i njihovih označavajućih čimbenika.

Drugu poziciju mogli bismo odrediti kao *pregovarački kod* ili poziciju. Većina gledateljstva vjerojatno razumije posve zadovoljavajuće ono što je dominantno određeno i profesionalno označeno. Dominantna određenja, međutim, hegemonijska su upravo zato što predstavljaju određena situacija i događaja koji 'dominiraju' (*globalno*). Dominantna određenja povezuju događaje, neizravno ili izravno, s velikim poopćavanjima, s velikim sintagmatskim svjetonazorima: ona na probleme gledaju 'u globalu': vežu događaje s 'nacionalnim interesom' ili s geopolitičkom razinom, čak i ako se te veze ostvaruju na isprekidane, izokrenute ili začudne načine. Određenje je hegemonijskoga gledišta (a) da unutar svojih termina određuje mentalni obzor, svijet, mogućih značenja, čitavoga područja odnosa u društvu ili kulturi; i (b) da sa sobom nosi pečat legitimnosti - javlja se istodobno s onim što je 'normalno', 'neizbježno', uzeto 'zdravo za gotovo', u vezi s društvenim poretom. Dekodiranje unutar *pregovaračke verzije* sadrži mješavinu prilagodbenih i oporbenjačkih elemenata: priznaje legitimnost hegemonijskih određenja da ostvaruju velika označavanja (apstraktna), dok na ograničenijoj, situacijskoj (situiranoj) razini, donosi samo svoja osnovna pravila - radi s iznimkama od pravila. Dodjeljuje povlaštenu poziciju dominantnim određenjima događaja istovremeno rezervirajući pravo da ostvari nešto prilagođeniju primjenu na 'lokalne uvjete', svojim *korporativnim* pozicijama. Ta pregovaračka verzija dominantne ideologije tako je prošarana protuslovljima, premda su ona potpuno vidljiva tek u određenim prilikama. Pregovarački kodovi djeluju putem onoga što bismo mogli nazvati posebnom ili situacijskom logikom: a ta je logika poduprta svojim diferencijskim i nejednakim odnosom prema diskursima i logikama moći. Najjednostavniji je primjer pregovaračkoga koda onaj koji upravlja odgovorom radnika na pojam Zakona o industrijskim odnosima koji ograničava pravo na štrajk ili na argumente za zamrzavanje plaća. Na razini 'nacionalnih interesa' ekonomske debate, dekođer može usvojiti hegemonijsku definiciju, slažući se *da >svi moramo sebi plaćati manje ne bismo li se borili protiv inflacije<*. To, međutim, može imati malu ili nikakvu vezu s njegovom / njezinom spremnošću da ide u štrajk za bolju plaću i uvjete, ili da se usprotivi Zakonu o industrijskim odnosima na razini pogona ili sindikata. Mislimo da velika većina takozvanih 'nesporazuma' nastaje iz protuslovlja i prekida između hegemonijski-dominantnih kodiranja i pregovaračko-korporativnih dekodiranja. Upravo je to nepoklapanje između razina ono što najčešće izaziva elite koje definiraju i profesionalce da odrede 'komunikacijske neuspjehe'.

Naposljetku, moguće je da gledatelj bude savršeno svjestan i doslovnih i konotativnih mijena ponuđenih diskursom, ali da dekodira poruku na *globalno* protivan način. On/a detotalizira poruku u preferiranom kodu ne bi li je iznova totalizirao unutar nekog alternativnog referentnoga okvira. To je slučaj s gledateljem koji sluša raspravu o potrebi ograničenja plaća, ali 'čita' svako spominjanje 'nacionalnoga interesa' kao 'klasni interes'. On/a operira onim što moramo nazvati *opozicijskim kodom*. Jedan je od najvažnijih političkih trenutaka (oni se također podudaraju s kriznim točkama unutar institucija emitiranja, iz očitih razloga) točka na kojoj događaji koji su normalno označeni i dekodirani na pregovarački način počinju zadobivati opozicijsko čitanje. Ovdje je združena 'politika označavanja' - borba u diskursu.

*Ovaj je članak izvadak iz teksta koji je kao radni materijal objavljen 1973. u birminghamskom Centru za suvremene kulturalne studije (*CCCS Stenciled Paper*).

Prevela: Jelena Šesnić

Bibliografija

Althusser, Louis, 1971, *Ideological stage apparatuses*, u *Lenin and philosophy, and other essays*, New Left Books.

Barthes, Roland, 1967, *Elements of Semiology*, Cape.

Barthes, Roland, 1971, *Rhetoric of the image*, u *Working Papers in cultural studies 1*, BCCCS, University of Birmingham

Burgelin, O., 1968, *Structural analysis and mass Communications*, u *Studies in broadcasting* no. 6, Nippon Hoso H y okai.

Eco, Umberto, 1970, >Articulations of the cinematic code< in *Cinemantics*, no. 1.

Gerbner, 1970, *Violence in TV drama: a study of trends and symbolic functions*, Annenberg School, University of Pennsylvania.

Habermas, >Systematically distorted Communications< in P. Dretzel (ur) *Recent Sociology 2*, 1970, Collier-Macmillan.

Hall, Stuart, 1972, *External/Internal dialectic in broadcasting*, in *Fourth Symposium on Broadcasting*, Department of extramural studies, University of Manchester.

Halloran, 1975, *Understanding television*, u *Screen Education*, no 14 (Spring).

Terni, P., 1973, >Memorandum<, Council of Europe Colloquy on Understanding Television, University of Leicester.

Vološinov, 1973, *Marxism and The Philosophy of Language*, The Seminar Press