

# Konstrukcionizam kao medijska paradigma<sup>1</sup>

Branko Marković<sup>2</sup>

Akademija za nacionalnu bezbednost, Beograd, Srbija

doi:10.5937/comman13-17741

**Sažetak:** Istraživanje masovnih komunikacija primenom najrazličitijih teorijskih pristupa prošlo je dug put od shvatanja kao transmisije simboličkih sadržaja čiji je cilj stvaranje određenog efekta do konstrukcije simboličke ili medijske stvarnosti kojom se potvrđuje ili osporava određeni socijalni poredak. Istovremeno, mediji kreiraju stvarnost simboličkom legitimizacijom, što znači da im se ne osporava mogućnost planiranog uticaja na publiku. Pristrasnost medija se u ovom slučaju javlja kao dugoročni proizvod njihove signifikacijske uloge sa potpuno neizvesnim ishodom. Naime, interpretativni okviri, čiji su nosioci društvene institucije, organizacije, interesne grupe, političke partije i pojedinci, stvaraju mnogobrojne definicije realnosti koje se reprodukuju simboličkim delovanjem medija u procesima legitimizacije i delegitimizaciji tih definicija. U tom smislu, mediji su, prema Holu, „secondary definers”, dok su vodeće društvene institucije i organizacije „primary definers” stvarnosti. Konfrontacija između različitih definicija realnosti uvek aktuelizuje pitanje moći, kao i medijskih uslova u kojima se ona realizuje. Masovni mediji se, dakle, javljaju kao infrastruktura za objektivizaciju različitih predstava realnosti kroz postupak simboličke konstrukcije. Osim što konstruišu realnost, mediji su i deo nje. Sagledavanje medijske predstave realnosti kao rezultata specifičnog oblika upravljanja i produkcije značenja predstavlja pomak u sagledavanju uloge medija u društvu. Praksa masovnih medija se u tom svetlu posmatra ne sa aspekta transfera poruka, već kao proces produkcije značenja u označavanju stvarnosti. Na taj način medijski sadržaji nude referentne i interpretativne okvire za tumačenje stvarnih događaja, a u nekim slučajevima ih i zamenjuju.

**Ključne reči:** konstrukcionizam, simbolička realnost, tekst, intertekstualnost, selekcija, mediji

<sup>1</sup> Rad je deo doktorske disertacije „Upravljanje značenjem u savremenoj srpskoj štampi” koja je prijavljena na Fakultetu političkih nauka, Univerzitet u Beogradu.

<sup>2</sup> Kontakt sa autorom: brankomarkovic010@gmail.com.

## 1. Uvod

Različite teorije komunikacije na različit način su definisale proces komunikacije. Od prve bilogističke S-R teorije, koja je čoveka posmatrala kao *animal symbolicum*, a komunikaciju kao predvidljiv proces stimulus–odgovor, razvila su se tumačenja o „magičnom metku” i socijalnoj strukturisanosti publike, koje su ublažile stavove o direktnoj povezanosti i efektima poruka masovnih medija na publiku. Drugi veliki pravac istraživanja procesa komuniciranja predstavlja njegovo sagledavanje sa aspekta uspostavljanja kontrole nad ljudima, poznat kao „dominantna paradigma”, potkrepljena tzv. administrativnim istraživanjima u SAD. Zasnovan na funkcionalističkoj sociologiji, ovaj pravac potencira značaj komunikacije u socijalnoj kontroli, dinamičkoj ravnoteži društvenog sistema i ojačavanju postojećeg društvenog poretka. Teorijom o uspostavljanju „dnevnog reda” ublaženi su postulati dominantne paradigme o nužnom postojanju efekata poruka na stavove dok se pažnja usmerava na uspostavljanje hijerarhije javnih pitanja i tema u medijima (Radojković & Đorđević, 2001: 223).

Kao alternativa shvatanju komunikacije kao sredstva za ostvarivanje socijalne kontrole, tridesetih godina prošlog veka pojavio se teorijski okvir poznat kao „kritička teorija društva”, koja akcenat stavlja na standardizovanu formu medijske produkcije prilagođenu prosečnom ukusu publike i kreiranje masovne kulture (Radojković & Đorđević, 2001: 221). Iz ovog pravca razvila se kulturološka škola koja na komunikaciju gleda ne kao na transmisiju, već kao na produkciju simboličkih formi i ideja o društvenom konstruisanju realnosti koja „razmatra šta se dešava u pragmatičkoj dimenziji semjoze u odnosu između nosilaca znakova i njihovih interpretatora” (Radojković & Đorđević, 2001: 231).

## 2. Teorija socijalne konstrukcije realnosti

Socijalni konstrukcionizam kao interdisciplinarni teorijski pravac vezuje se za preispitivanje realnosti i njene prirode. Po njemu, sve što smatramo stvarnim predstavlja društvenu konstrukciju, s obzirom na to da se negira mišljenje po kojem se naše znanje uglavnom zasniva na neposrednom opažanju stvarnosti (Ber, 2001: 37). Konstrukcija sveta, ideja, znanja, stvarnosti shvata se kao rezultat ljudskih aktivnosti (Gergen & Gergen, 2006: 8). Konstrukcionizam stavlja jezik u centar svog interesovanja, a mogućnost da se uz pomoć jezika različito konstruiše svet i događaji u svetu predstavlja temelj konstrukcionističkog shva-

tanja (Ber, 2001: 68). Shvatanje realnosti kao socijalnog konstrukta i jezika kao ključnog u procesu stvaranja tog konstrukta ovu teoriju čine veoma značajnom sa aspekta teorija komunikacije.

Začetnicima socijalnog konstrukcionizma mogu se smatrati Piter Berger i Tomas Lakman, koji su u studiji *The social construction of reality* ukazali na tri ključna procesa: eksternalizacija, objektivizacija i institucionalizacija. Navedeni procesi pokazuju na koji način se „svet može socijalno konstruisati društvenom praksom ljudi, a da oni istovremeno prirodu tog sveta doživljavaju kao prethodno datu i utvrđenu” (Ber, 2001: 42). „Čak i dok ga shvata u postvarenim odrednicama, čovek nastavlja proizvoditi svet. To jest, čovek je paradoksalno sposoban da proizvodi zbilju koja ga poriče” (Berger & Luckmann, 1992: 122).

Iako im mediji i komunikacija nisu bili prioritetni predmet sagledavanja, Lakman i Berger su značajnu pažnju u svom radu posvetili pitanjima jezika i simboličke legitimacije u konstrukciji realnosti. Po njima, „stvarnost je proces objektivizacije realnog sveta kroz jezik i kognitivni aparat baziran na jeziku” (Berger & Luckmann, 1992: 33). Razumevanje jezika bitno je za razumevanje stvarnosti jer on ima kapacitete da „transendira celokupnu stvarnost” i na taj način konstruiše „građevine simboličke reprezentacije” nedostupne svakodnevnom iskustvu kao „prisutnosti iz nekog drugog sveta” (Berger & Luckmann, 1992: 59). Berger i Lakman definišu legitimizaciju kao proces objašnjavanja i opravdavanja, „zaštitni pokrov” institucionalnog poretka sazdan od kognitivnih i normativnih interpretacija (Berger & Luckmann, 1992: 83). Kao primer navode politički poredak koji se legitimizuje upućivanjem na „kosmički” poredak moći i pravde, a političke uloge „kao reprezentacije tih kosmičkih načela” (Berger & Luckmann, 1992: 126).

Čovek je konstruktor sveta u društvu koji sopstvena značenja projektuje u stvarnost čiji smisao obezbeđuje simbolički svemir kao najdalji domet te projekcije (Berger & Luckmann, 1992: 127). U tom smislu, simbolički univerzum uspostavlja hijerarhiju, kroz koju se prihvata i socijalni poredak. Stvarnost je, dakle, društveno definisana i kroz simbolički sistem legitimisana. U tim koordinatama, autori definišu moć u društvu kao moć konstrukcije stvarnosti, a ideologiju kao povezivanje tih stvarnosti sa interesima (Berger & Luckmann, 1992: 143,147). Konfrontacija alternativnih simboličkih univerzuma podrazumeva i pitanja odnosa moći njihovih kreatora. „Pretnja (dominantnim) društvenim definicijama zbilje se neutralizuje time što se svim definicijama

koje se nalaze izvan simboličkog univerzuma pripisuje inferioran ontologijski status, a time i kognitivni status nečega što ne treba uzeti ozbiljno” (Berger & Luckmann, 1992: 138).

Značaj doprinosa teorije o socijalnoj konstrukciji stvarnosti savremenim teorijama komunikacija i medija jeste velik. Naime, ideja da je stvarnost socijalno konstruisana, te da je sveobuhvatna legitimizacija te konstrukcije simbolička, ukazuje na značaj i specifičnu poziciju medija u društvu. Osim toga, shvatanje ideologije kao interesa povezanog sa definicijom realnosti i moći koja može da obezbedi konstrukcije te definicije takođe baca svetlo na funkcionisanje savremenih medija i njihov odnos sa vlašću i ideologijom. Na ovim premisama građena je teorija kulturnih studija medija.

### 3. Kulturološka paradigma medijskog konstrukcionizma

Kulturološka paradigma komunikacije nastala je na strukturalističkom i poststrukturalističkom shvatanju relacione prirode značenja i diskursa kao interpretativnog i konceptualnog okvira komunikacije. Stvaranje medijskih sadržaja kao simboličke realnosti u funkciji stvaranja i upravljanja značenjem podrazumeva postojanje interpretativnih okvira na osnovu kojih se oni strukturišu – diskursa. Objašnjavajući Fukoovu tvrdnju da ništa ne postoji izvan diskursa, Hol konstatuje da navedeni koncept diskursa nije prioritarno vezan za pitanja da li stvari postoje, već za pitanje odakle dolaze smisao i značenje (Hall, 1997: 17). On tvrdi da Fuko ne poriče da stvari mogu da imaju stvarnu materijalnu egzistenciju, već da nemaju značenje izvan diskursa. Fuko ne negira da realnost postoji, ali podseća da samo kroz označavanje ona dobija takav oblik da se može uzeti u obzir kao takva. U tom smislu, zaključuje Hol, sve prakse imaju diskurzivni aspekt (Hall, 1997: 45).

Diskurs se može definisati kao „interpretacioni sistem”, „kontinuirani proces stvaranja značenja i njegovog javnog cirkulisanja”, „skup značenja, metafora, predstava, slika, priča, iskaza koji zajedno proizvode određenu verziju događaja” (Ber, 2001: 83). Stoga događaje tumačimo unutar diskurzivnih struktura, ali nesvesni načina na koji diskurs oblikuje to razumevanje (Laclau & Mouffe, 1985: 108). Definišući diskurs kao nasilje nad stvarima, Fuko kaže:

„Ne smemo zamišljati da nam svet okreće čitljivo lice koje moramo samo da dešifrujemo. Svet nije saučesnik našeg saznanja, ne postoji nikakvo pre-

diskurzivno providenje koje nam svet daje na raspolaganje u našu korist. Moramo poimati diskurs kao nasilje koje činimo nad stvarima, u svakom slučaju kao praksu koju im namećemo.” (Fuko, 2007: 40)

Fuko je među prvima uočio da se u svakom društvu „produkcija diskursa u isti mah kontroliše, selektuje organizuje i raspodeljuje” (Fuko, 2007: 8) kako bi se ovladalo njegovom nepredvidljivom materijalnom prirodom. Po njemu, priroda diskursa je nepredvidljiva jer, kao što proizvodi i prenosi moć, istovremeno on može biti i izvor koji tu moć čini ranjivom (Fuko, 2006: 114–115). Međutim, on istovremeno tvrdi da:

„ne postoji društvo bez svojih velikih priča koje se ispredaju, ponavljaju i variraju; formule, tekstovi i ritualizovni nizovi diskursa koji se govore u dobro definisanim okolnostima; stvari koje se jednom kazuju i čuvaju jer se u njima sluti nekakva tajna ili bogatstvo.” (Fuko, 2007:17)

Ipak, diskurs nije ekvivalent jeziku, niti postoji prosta veza između diskursa i realnosti. On, kao jezik u upotrebi, predstavlja sveobuhvatni dinamički sistem koji utiče na načine na koje se percipira realnost (Mills, 2003: 52–66). Stvarnost je, dakle, ugrađena u diskurs, ali i kroz njega konstruisana. Njegova forma i sadržina predstavljaju ključ za odgovor na pitanja namera i motiva u jezičkoj praksi i društvenih posledica jezičkih poruka. Ta moć simboličkog sveta da uspostavlja novu realnost na osnovi simboličke rekonstrukcije i konstrukcije stvarnosti jeste po prirodi manipulativna.

Cilj diskursa je da u realnost uvede „efekat označitelja” da se kao signifikacijska mreža nastala u „traumatičnom sudaru” realnog i simboličkog i kao rezultat brojnih ograničenja, nametne kao jedina realnost (Lacan, 1965: 296). Međutim, po Lakanu, funkcija označitelja nije predstavljanje stvari, već je metaforička funkcija. „Kazivanje je fantazmatско – fantazam uspostavlja realnost. Sam taj fantazam nije nešto što iskrivljeno izražava realnost kao što to važi za klasičnu definiciju ideologije već kroz skrivanje realnog konstituiše realnost“ (Balažič, 2006:139).

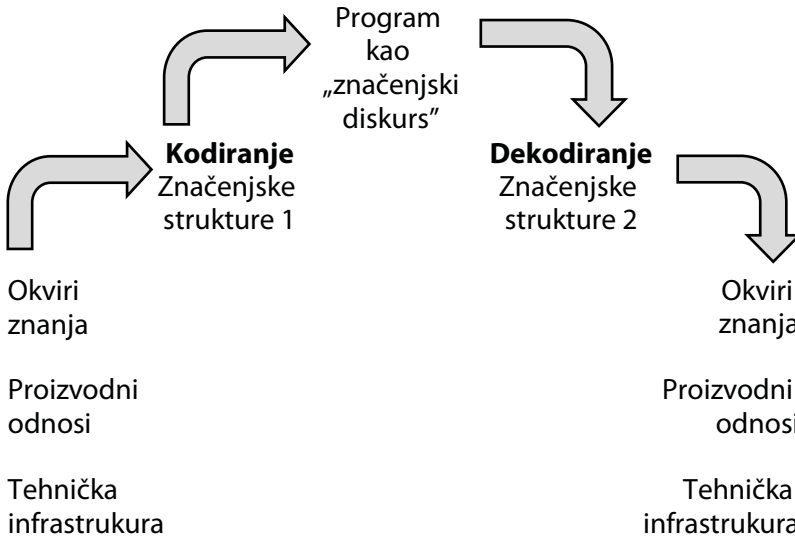
Jedan od rodonačelnika kulturoloških studija medija Stjuart Hol definiše nekoliko osnovnih postavki navedenog pravca. Mediji se sagledavaju kao kulturna i ideološka snaga koja stoji u dominantnom položaju u odnosu na način na koji su struktuirani društveni odnosi. Kao drugu karakteristiku kulturološkog pristupa masovnim medijima, Hol navodi analizu sadržaja medija sa

aspekta jezičke i ideološke strukture kao nosilaca značenja, za razliku od drugih pristupa za koje je sadržaj transparentni nosilac značenja. Kao treću karakteristiku kulturološkog pristupa medijima, Hol navodi raskid sa tradicionalnim shvatanjem publike kao pasivne i uvodi koncept aktivnog primaoca od kojeg zavisi proces tumačenja. Kao četvrtu karakteristiku kulturološkog pristupa, Hol navodi istraživanje uloge medija u reprezentaciji dominantnih ideoloških definicija stvarnosti (Hall, 2005: 104). Ideologija je, prema ovom pristupu, sistem kodiranja realnosti, a ne determinisani skup kodiranih poruka u sistemu ideja, zbog čega se značajna pažnja poklanja strukturi, a ne pojavnj formi sadržaja medija (Heck, 2005: 104). U tom smislu, proučavanje mehanizma organizacije sadržaja medija, njihovih pravila selekcije i kombinacije u kulturološkim studijama medija nameću se kao osnovni način na koji se otkriva pravo značenje medijskih sadržaja (Heck, 2005: 111).

Navedeno shvatanje biće jasnije nakon što objasnimo kako zastupnici kulturološke škole definišu komunikaciju, komunikativno delovanje i efekte komunikacije. Naime, prema kulturološkom shvatanju, mediji ne proizvode značenje, niti reflektuju stvarnost. Manipulativni potencijali medija sastoje se u mogućnosti da recipijenta stave u pozicije neproblematične identifikacije – značenja (Hall, 2005: 149). Ključni termin kulturološke paradigme medija je reprezentacija. Ona se definiše kao proizvodnja ili, tačnije, davanje značenja. Ipak, reprezentacija prema Holu nije izvan objekta ili događaja koji reprezentuje, već je njegov sastavni deo. Objašnjavajući svoj metodološki postupak, Hol je naveo da je Maršal Makluan tvrdio da nije bio siguran ko je otkrio vodu, ali da je bio prilično siguran da to nije bila riba. Poredeći savremenog čoveka sa ribom koji je uronjen u svet masovnih komunikacija, Hol je stremljenje kulturnih studija definisao kao pokušaj da se napravi korak „izvan vode” masovnih komunikacija kako bi se sagledao način na koji oni funkcionišu (Hall, 1997a).

U tom smislu, Hol zastupa tezu da, što se prirode komunikacija tiče, simboličke strukture imaju prednost u odnosu na razmenu i transfer poruka te da su enkodiranje i dekodiranje relativno samostalni u odnosu na proces komuniciranja ali da postoje kao „utvrđeni trenuci” (Hall, 2005: 118). Po Holu, paradoksalno je da događaj, da bi postao komunikacioni, mora prvo da postane „priča”. „Oblik poruke nužan je pojavni oblik događaja prilikom njegovog putovanja od izvora do recipijenta” (Hall, 2005). On šematski definiše model televizijskog komunikacionog procesa kako je predstavljeno u Grafikonu 1.

*Grafikon 1: Model televizijskog komunikacionog procesa Stjuarta Hola  
(adaptirano prema Hall, 2005: 120)*



Navedeni proces nije bez svog diskurzivnog vida i on je uokviren značenjima i idejama, koje definiše formulaciju sadržaja posredstvom kreirane strukture (Hall, 2005:118). Proizvodnja i recepcija, odnosno kodiranje i dekodiranje, po Holu su deo jednog istog proizvodnog komunikativnog procesa shvaćenog u širem smislu, u kojem drugi (dekodirajući) preovladava jer od njega zavisi značenje i ishod poruke. Oni su povezani i kao deo komunikacionog procesa odvijaju se u odvojenim trenucima. U određenom trenutku, kaže Hol, emisioni centri moraju proizvesti kodirane poruke u okviru smislenog diskursa, kako bi, institucionalno, društveni odnosi njihove proizvodnje prošli kroz diskurzivna pravila jezika. Međutim, da bi imale efekta, poruke se moraju usvojiti kao smislen diskurs i na taj način dekodirati. Diskurzivno nije, po Holu, proizvod predstavljanja realnosti u jeziku, nego jezički proizvod. Realizam i navodna refleksija realnog u simboličkom samo je rezultat simboličke artikulacije stvarnog u okviru diskurzivne prakse proizvodnje značenja (Hall, 2005: 119).

Svako društvo ima svoje klasifikacije društvene političke i kulturne realnosti i teži uspostavljanju dominantnog društvenog poretka koji opet, sa semantičkog aspekta, teži uspostavljanju dominantnog diskursa u kome su hijerarhijski ucrtani svi aspekti života sa pozicija preferiranog ili dominantnog značenja

(Hall, 2005: 123). Stoga su dominantne diskursne strukture konstruisane na takav način da u sebi sadrže čitav društveni poredak organizovan kroz sisteme značenja kao i poredak moći, interesa i „struktura legitimacija ograničenja i sankcija” (Hall, 2005: 124). „Govoreći o *dominantnim značenjima*, dakle, ne govorimo o jednostranom procesu koji kontroliše na koji način će svi događaji biti označeni. On podrazumeva rad neophodan da nametne i osigura verodostojnost i legitimnost dekodiranja događaja u okviru granica dominantnih definicija u kojima je konotativno označen” (Hall, 2005: 124). U tom smislu, on naglašava značaj „interpretativnog rada” primaoca. Ta praksa, po Holu, sastoji se od primene performativnih pravila (pravila kompetencije, upotrebe i logike), koju u jednom slučaju nastoje da aktivno primene ili preferiraju jedan u odnosu na drugi niz diskursne strukture dominantnog diskursa. Dominantna značenja ne uspostavljaju se striktnim i uslovljenim tumačenjima, već u procesu izbora jednog od njih u granicama prihvatljivog (Hall, 2005).

Hol u okviru modela komuniciranja definiše tri hipotetičke pozicije iz kojih je moguće dekodiranje televizijskog diskursa<sup>3</sup> i to dominantno-hegemonijsku, pregovaračku i opozicionu (Hall, 2005: 125). Naglašavajući da ne postoji nužna podudarnost između kodiranja i dekodiranja, Hol tvrdi da dekodiranje ima svoje vlastite zakonitosti opstanka. Dominantno hegemonijsku poziciju definiše kao poziciju recipijenta koji deluje u okviru dominantnog koda. Druga pozicija je pregovaračka, i sastoji se od konformističkih ali i opozicionih elemenata. Ona priznaje legitimnost dominantnih diskursnih struktura, ali u određenim situacijama definiše i sopstvena pravila. I konačno, pozicija opozicijskog koda negira dominantne diskursne strukture u definicijama društvene realnosti (Hall, 2005: 127).

Hol je dao nemerljiv doprinos u definisanju pojma reprezentacije. Po njemu, postoje dva sistema reprezentacije: konceptulni okvir i jezik. Konceptulni okvir predstavlja pojmovni kapacitet da se na mentalno-psihološkom nivou reprezentuju i struktuiraju stvari i događaji. Kroz konceptualne okvire se, prema Holu, klasifikuje i organizuje svet u značenjske kategorije. Ako posedujemo koncept nečega, možemo reći da znamo njegovo „značenje”. Ali značenje ne možemo komunicirati bez drugog sistema reprezentacije, jezika (Hall, 1997: 17–28). Jezik omogućava prevođenje mentalno-psiholoških predstava kao zajedničkih

---

<sup>3</sup> Iako Hol ovde govori o televizijskom diskursu, očigledno je da se on može primeniti na komunikaciju i diskurs uopšte.



u sistem znakova i simbola. On se sastoji od znakova organizovanih u različite odnose. Znaci mogu preneti značenja samo ako posedujemo kodove koji nam dozvoljavaju da naše koncepte prevedemo u jezik i obrnuto. Kodovi ne postoje u prirodi, već su rezultat društvenih konvencija, suštinski su deo naše kulture, oni su naše zajedničke „mape značenja”, koje učimo i nesvesno internalizujemo kako postajemo članovi sopstvene kulture (Hall, 1997: 29).

Odnos između stvari, konceptata i znakova u središtu je proizvodnje značenja u jeziku, a proces koji povezuje ova tri elementa Hol naziva reprezentacijom (Hall, 1997: 20). Odnos između konceptualnih mapa i jezika kao sistema reprezentacije regulisan je kodovima koji ga fiksiraju (Hall, 1997: 21). Suština je da značenje nije bitno svojstvo stvari u svetu, te da se radi o rezultatu prakse signifikacije, koja proizvodi značenje i čini da stvari znače (Hall, 1997: 24).

Hol razlikuje tri pristupa ili shvatanja koja različito objašnjavaju na koji način reprezentacija deluje kroz jezik i to: refleksivni, intencionalni i konstruktivistički. U refleksivnom pristupu značenje je svojstvo objekta, a jezik funkcioniše kao ogledalo koje samo reflektuje to značenje. Intencionalni pristup je suprotan i smatra da je značenje rezultat namere autora u procesu označavanja. Konstruktivistički pristup odbacuje prethodna shvatanja tvrdnjom da stvari po sebi ili pojedinačni korisnici jezika ne mogu fiksirati značenje. On priznaje javni karakter jezika i definiše značenje kao zajednički proizvod ljudi konstruisan kroz upotrebu konceptualnog okvira i jezika (Hall, 1997: 25). Znaci ne mogu fiksirati značenja po Holu, te umesto toga značenje zavisi od odnosa između znaka i konceptualnog – pojmovnog okvira koji je fiksiran kodom. Konstruktivistički pristup, dakle, reprezentaciju shvata ne kao reflektovanje materijalnog sveta u mentalno simboličke otiske, već kao produkciju značenja kroz relacione odnose reprezentacionih sistema kojima se konstruiše i reprodukuje novi simbolički svet (Hall, 1997). Na taj način, uspostavlja se realnost koja je po Holu proizvod premrežavanja materijalnog sveta konceptualnim okvirima i jezikom kao reprezentacionim sistemima. U središtu kulturnih studija je izučavanje nje-ne strukture, a ne izučavanje pojavnih oblika. Naime, po Holu, promena reprezentacionih sistema, odnosno konceptualnih okvira i dominantnih značenja, usloveli su da realni svet nema fiksno značenje, te da su njegove reprezentacije stvarna realnost u određenom istorijskom trenutku (Hall, 1997).

#### 4. Postavljanje dnevnog reda i koncept uokvirivanja

Pitanje efekata medija na publiku je aktuelizovano teorijom dnevnog reda (engl. *agenda setting theory*). Ona ukazuje na značaj koji medijski sadržaji imaju na primaoca koji nemaju neposredan pristup događajima. O ovakvoj ulozi medija među prvima je govorio Volter Lipman (Lippmann, 1922) koji ih je pozicionirao između događaja i predstava i slika u glavama primalaca. On je tvrdio da se ono što znamo o svetu u velikoj meri zasniva na medijskim sadržajima koji su rezultat eksplikacije prema medijskim prioritetima. Oni ne mogu nametati ljudima šta da misle, ali mogu veoma uspešno da nametnu o čemu da misle (Cohen, 1936: 13). Navedeno predstavlja i osnov za teoriju dnevnog reda, koja polazi od pretpostavke da masovni mediji putem selekcionisanja, učestalosti, oblikovanja i drugih postupaka konstrukcije medijskih sadržaja određuju relevantnost tema u javnosti čime utvrđuju „dnevni red” koji je prihvatljiv primaocima. Ovim se ne negira autonomija primaoca prilikom tumačenja poruka, ali se naglašava značaj konstrukcije medijskih sadržaja za pitanje njihovih efekata. Selekcija, izostavljanje, zanemarivanje, isticanje i prenaglašavanje određenih tema predstavljaju glavne postulate. *Agenda setting* je u manipulativnom smislu igra medija sa pažnjom i poverenjem recipijenata u medije.

Uticao masovnih medija posredstvom tematizacije zasniva se i na pretpostavci da se pojedinac „predaje pogrešnom uverenju da znati za dnevni problem znači učiniti nešto u vezi sa njim” (Lazarsfeld & Merton, 1960: 498). Uzimajući u obzir da je poruka strukturisana polisemično, Hol je razmišljao o mogućnostima medijskih uticaja na publiku (Morley, 1980: 10). On smatra da je tačka poželjnog tumačenja ili čitanja teksta mesto gde se ukrštaju diskurs i vlast. Ne radi se o tome, tvrdi Hol, da moć proizilazi iz kontrole medija, već iz napora da se njihovim korisnicima sugeriše određeni način tumačenja (Hall, 1994: 262). Mediji koriste jezik publike, a zatim joj ga vraćaju izmenjenog dominantnim i pratećim konotativnim značenjima. Postavljanje dnevnog reda se definiše kao sposobnost medija da „naglašavanjem tema u svojim izveštajima, ali i njihovom učestalošću, mestom i načinom objavljivanja, utiču na to koje od njih će u društvu, kao i kod pojedinačnih medijskih konzumenata, biti doživljene kao posebno značajne” (Brettschneider, 1998: 635–636). Osnovna pretpostavka većine istraživanja o *agenda setting* je da štampa i mediji ne odražavaju realnost, već je filtriraju i oblikuju, te da medijsko naglašavanje pojedinih tema dovodi javnost u poziciju da sagledava te teme kao važnije od drugih. Ukazujući na

funkciju dnevnog reda u masovnim komunikacijama, Mekombs i Šo tvrde da se ona realizuje kroz mogućnost da sprovede kognitivne promene primalaca tokom njihovog razmišljanja. U tome oni vide možda i najvažniji efekat masovnih komunikacija, tj. njihovu sposobnost da mentalno organizuju naš svet za nas (McCombs & Shaw, 1977: 5). U tom smislu, teorija dnevnog reda pomera fokus pažnje sa neposrednih na dugoročne efekte medija (Protess & McCombs, 1991).

Mekombs govori o tri modela uticaja: 1. Model *Awareness* – tematizacija nekog sadržaja u medijima izaziva pažnju recipijenta o toj temi; 2. Model *Salience* – zbog različitog isticanja recipijenti neke teme smatraju manje ili više važnim; 3. Model *Priorities* – različito isticanje tema u medijskoj produkciji ne deluje samo na procenu važnosti, nego se i u određenoj meri javlja kao ogledalo važnosti tema kako ih vidi stanovništvo (Kunzig & Ziepfel, 2006: 198). Po Trenamanu i Mekvejlju, ljudi razmišljaju o onome što im se kaže, makar na podsvesnom nivou, ali ni na jednom nivou ne misle isključivo ono što im se kaže da misle (Trenaman & McQuail, 1961: 196–197). *Agenda-building* predstavlja nastojanje političkih aktera „da u javnu diskusiju, pre svega u medijsko izveštavanje, plasiraju za njih najpovoljnije ili po njima najvažnije teme” (Brettschneider, 1998: 635–636).

Rodžers i Dering identifikuju tri tipa dnevnog reda koji definišu prioritete postavljanja agende u različitim društvenim i medijskim institucijama:

- agenda javnosti u kojoj je javnost zavisna varijabla (tradicionalna hipoteza teorije);
- agenda medija, u kojoj se mediji tretiraju kao zavisna varijabla (*agenda building*);
- agenda politike, u kojoj se politički činioци tretiraju kao zavisna varijabla (*political agenda setting*) (Rogers & Dearing, 1988: 555–594).

Empirijska istraživanja koja su sprovedena primenom ovog teorijskog okvira rezultirala su brojnim zaključcima o formiranju dnevnog reda činilaca društvenog života i medijske prakse. Između ostalog, ona su pokazala da kod recipijenata koji više prate medije, koji su zainteresovani za pojedine teme, koji imaju izraženu potrebu za orijentacijom, pojačavaju efekte postavljene agende u medijima. Takođe je utvrđeno da se sociodemografske varijable nisu pokazale kao značajne za objašnjenje postavljene agende. Osim toga, većina studija je

pokazala da su efekti postavljanja agende novinama jači nego televizijom, te da verodostojnost medija utiče na njene efekte (Kunzig & Ziepfel, 2006: 200).

U formulisanju medijskih sadržaja upotrebom okvira *agenda setting* može se kreirati pristrasnost kroz izbor ili propuštanje određenih tema, zatim kroz poziciju izabrane teme, formulisanjem naslova, upotrebom grafičkih elemenata – fotografije, karikatura, izborom reči i drugim kriterijumima.

Kao što smo videli, teorijski pristup postavljanja agende prvobitno se bavio tematizacijom. Drugi nivo ovog koncepta podrazumeva istraživanje medijskog potencijala za postavljanje agende sa aspekta atributa i karakteristika tema. Na taj način je u istraživanje postavljanja agende integrisan koncept uokvirivanja (engl. *framing*). U odnosu na taj nivo, uokvirivanje treba razumeti kao selekciju aspekata pojedinih delova tema koje idu u prvi plan.

Okvir ili frejm se definiše kao interpretacijski okvir, kao kognitivne strukture u svesti novinara i primalaca koje olakšavaju selekciju i obradu informacija pri enkodiranju i pri dekodiranju poruka. Tankard i drugi definišu frejm kao medijski okvir i centralnu organizacijsku ideju sadržaja vesti koja obezbeđuje kontekst i predlaže glavne teme korišćenjem selekcije, naglašavanja, isključivanja i obrade (Tankard et al., 1991: 3). Entman pod frejmingom podrazumeva selekciju i isticanje u prvi plan (Entman, 1993: 51–58). On, dakle, ne pokreće samo pitanje interpretacijskog okvira, već i pitanje relevantnosti. Za njega je frejming izbor određenih aspekata percepcije stvarnosti, njihovo isticanje u komunikaciji na takav način da promovise određenu definiciju problema, njihovih uzroka, da sugerise moralno vrednovanje i preporuke (Entman, 1993: 52). Istaknutost Entman definiše kao smislen, uočljiviji deo informacije koji kod publike izaziva efekat i ostaje u sećanju. Okviri skreću pažnju na neke aspekte stvarnosti i skrivaju druge koji bi mogli da dovedu do različite reakcije publike (Entman, 1993: 55). U tom svetlu, nastavlja on, uramljivanje igra ulogu u ispoljavanju političke moći, na taj način što okvir u novinskom tekstu predstavlja otisak moći koji registruje aktere i interese koji su se takmičili za dominaciju u tekstu. Uokviravanje može da ima značajan pozitivan uticaj kada je kodirano kao afirmativno (Entman, 1993).

Na pitanje šta je efekat uokvirivanja, Druckman konstatuje da se frejm-efekat javlja kada se dve „logično ekvivalentne (ali ne i formalno-transparentno ekvivalentne) izjave o problemu dovedu u vezu tako da donosioci odluka izaberu različite opcije” (Druckman, 2001). Po njemu, frejming-efekti funkcionišu

tako što menjaju pristupačnost različitim temama, objašnjavajući da modeli pristupačnosti prikazuju pojedinca kao prilično dezorijentisanog (Druckman, 2001: 1041–1066).

Po Gitlinu, okviri su principi selekcije, stavljanje naglaska i prezentacija koja se sastoji od malih prećutnih teorija o tome šta postoji, šta se dešava i šta je bitno. Okviri su uporni obrasci spoznaje, tumačenja, prezentacije, selekcije, naglasak i isključivanje, pomoću kojih se organizuje diskurs verbalno ili vizuelno (Gitlin, 1980: 6–7). Goffman tvrdi da svi mi klasifikujemo, organizujemo i interpretiramo svoja životna iskustva kako bismo u njima našli smisao. Interpretacijske šeme, dakle frejm, omogućuju pojedincima da lociraju, opažaju, identifikuju i označavaju naizgled beskrajn niz konkretnih pojava definisanim u svojim temama (Goffman, 1986: 21). Selekcija i konstrukcija su temeljne procedure u kadriranju komunikacije (Gorp, 2007: 60–78).

Kao adekvatna razrada dostignuća kulturnih studija komunikacije, odnosno, sistema reprezentacije (konceptualnog okvira i jezika), frejming koncept se odnosi i na kodiranje, odnosno, značenjsko struktuiranje medijskih sadržaja, ali i na dekodiranje i tumačenje tih sadržaja na strani recipijenta. On se ne tiče samo načina na koji novinari vrše selekciju događaja o kojima će izveštavati ili selekciju aspekata tih događaja, već i na koji način će tako strukturisan medijski sadržaj uticati na tumačenje i da li će imati efekta kod recipijenata koji stalno menjaju interpretacijske okvire.

Pojam frejm može se primeniti i na određeni događaj. Po Brosiusu i Epsu, događaj ima interpretacijski okvir u meri u kojoj njegova svojstva određuju neke interpretacije i oni razlikuju četiri etape u procesu izbora vesti u kojima okviru imaju značajnu ulogu:

- koja će zbivanja novinar shvatiti kao događaj;
- koje će aspekte nekog događaja odabrati za izveštavanje;
- u koji će tematski kontekst taj događaj smestiti i
- kako će odrediti vrednost vesti o događaju (Brosius & Eps, 1995: 169–183).

Entman (1993) smatra da zajednički koncept okvira nameće ponovno preispitivanje komunikacionog procesa. Pre svega, on smatra da se navedeni koncept negativno odražava na samostalnost recipijenata i u vezi s tim iznosi mišljenje da se povećava kapacitet komunikatora za manipulativnim delovanjem. Takođe skreće pažnju da analiza sadržaja kao metod mora više povesti računa o

konstrukciji medijskih sadržaja odnosno o analizi selekcije i istaknutosti, te da *framing* koncept može imati negativne posledice po javno mnjenje i savremenu demokratiju (Entman, 1993: 56).

## 5. Simulacija i simbolička konstrukcija

Označavanje stvarnosti omogućilo je prepoznavanje njenih svojstava, ali ju je istovremeno ukinulo kao prioritarnu. Mreža simbola i znakova, a ne stvarni svet, postala je mesto verifikacije i legitimacije realnosti i istinitosti te nove simboličke realnosti (Vuksanović, 2007).

Apsorbovanjem i zamenom realnog sveta znacima i simbolima, uspostavila se nova realnost čija semantocentrična priroda zamagljuje mogućnost njegove neposredne spoznaje (Bodrijar, 1991: 6). Za razliku od principa ekvivalentnosti između znaka i označenog (teorije odraza), u postupku reprezentacije i u novoj realnosti, znak nema nikakvu vrednost jer nema referencije (Bodrijar, 1991: 10). Živimo u svetu u kojem je najveća funkcija znaka s jedne strane brisanje referenta, a sa druge, prikrivanje pojave da ga nema (Bodrijar, 1998: 16). „Blaženo nerazlikovanje istinitog i lažnog, realnog i nerealnog, prepušta znak simulakrumu, koji pak blagosilja zlosrećno razlikovanje istinitog i lažnog, realnog i njegovih znakova, tu zlosrećnu, nužno zlosrećnu sudbinu značenja u našoj kulturi” (Bodrijar, 1991: 27). Logika simulacije, prema Bodrijaru, nema nikakve veze sa logikom činjenica, jer se činjenice rađaju na „raskrscima modela” (Bodrijar, 1991: 21). Izvrtanje smisla javlja se kao jedna od osnovnih posledica ovog procesa (Bodrijar, 1991: 22). Nestanak referenta je u sudaru simboličkog i realnog doveo do obesmišljavanja događaja, ne zbog toga što su beznačajni, već zbog toga što uvek postoji njihova simbolička replika koja preuzima taj značaj (Bodrijar, 1991: 56). Sadržaj nam se, po Bodrijaru, predstavlja kao poruka, a zapravo je stvarna poruka strukturalna promena društva i društvenog ustrojstva izazvana medijima. Vlast u takvoj situaciji igra na kartu izazivanja kriza i širenja straha i napetosti, jer nije sigurna u svoju premoć u toj igri znakova. Umesto ideologije vlasti, uspostavlja se scenario vlasti, a umesto manipulacije stvarnosti putem znakova, ta se stvarnost dekonstruiše i ponovo konstruiše u semantičkoj sferi (Bodrijar, 1991: 31). Društvo oslobođeno od smisla, po Bodrijaru funkcioniše kao obmana jer se dokazi istinitosti informacija koje se nalaze u komunikacionom sistemu traže u njemu samom. Društveno postaje scenario u kojem smo mi zanesena publika, kaže Bodrijar (Bodrijar, 1991: 92). Elimi-

nacija događajnog karaktera sveta i izgradnja na njegovom mestu stvarnosti medija, osnovna je funkcija medijskog delovanja. Mediji postaju glavni činioци konstrukcije i dekonstrukcije stvarnosti, spoljni generatori i agensi semantičke manipulacije, zasnovane i na proizvoljnom izboru izvora koje nude (Bodrijar, 1991: 36). Kao nosioci i smisla i antismisla, oni istovremeno kreiraju sadržaje kojima manipulišu u svim pravcima. Kritikujući terorizam, istovremeno šire „sirovu fascinaciju” terorističkim činom (Bodrijar, 1991: 88). Bodrijar je u zavisnosti od modela na kojem su zasnovani definisao tri vrste simulakruma i to: prirodni zasnovani na slici, imitaciji i falsifikatu, produktivistički, zasnovani na materijalizaciji i simulakrum simulacije, zasnovan na „težnji za totalnom kontrolom” (Bodrijar, 1991: 122).

„Politika umire uslijed odveć dobro upravljane igre svojih različitih suprotnosti. Polje politike se prazni. Na djelu je na neki način naplata za ispunjenu želju političke klase: želju za savršenom manipulacijom društvenim predstavljanjem. Ispotiha i polako, taj je stroj potrošio cijelu društvenu supstanciju u samom trenutku njezine savršene reprodukcije.” (Bodrijar 2001: 92)

## 6. Konstrukcija narativnog

Ne mali broj istraživača povezuju frejming i prajming koncept sa narativom. U Websterovom rečniku, *narativ* se određuje kao diskurs ili primer diskursa osmišljen da poveže niz događaja (Babcock & Staff, 1961: 1503). Konstrukcija narativnog se definiše kao priča kojom se prenose značenja o događajima značajnim za učesnike u komunikacionom procesu. Kao struktura, za razliku od diskursa, narativ podrazumeva postojanje osoba, događaja i zapleta i ima svoj početak i kraj (Denzin, 1989: 37).

„Ljudi osmišljaju inače nepovezane događaje tako što ih objedinjuju nekom narativnom strukturom. Tako, na primer, kada im se prikažu dve ili tri odvojene slike, oni teže da ispričaju priču koja te slike na izvestan način povezuje, i koja omogućava da se predvidi odvijanje daljeg toka stvari. Shodno tome, narativni zaplet izjednačava znanje sa anticipativnim konstruisanjem narativnog zapleta.” (Stojnov, 2005: 97)

Konceptualni pristup shvata značenje kao izraz konceptualizacije u umu interpretatora. Međutim, narativ u strukturu tumačenja značenja uvodi vreme kao bitan faktor razumevanja, jer se ono (značenje) ne uspostavlja samo na relaciji simboličko–stvarno, već je rezultat povezanih iskustava iz prošlosti, istorijski i kulturološki uklopljen u „mentalne modele”, u imaginativno strukturisan događaj (Bruner 1991: 6). Ljudi stoga razumeju svet kroz „narativni režim” mišljenja koji se bavi ljudskim željama, potrebama i ciljevima (Bruner, 1990). Motivi su, u situacijama kada se simboličko odvaja od realnog, jedino vezivno tkivo koje ih drži u kakvoj takvoj vezi i oni pored dinamika ljudskih namera i aktivnosti predstavljaju elemente narativnosti. Konceptualizacija iskustava kroz njegovu simbolizaciju stvara splet značenja kroz koji se dodatno sagledava svet, orijentiše i uči u realnom i virtuelno-simboličnom prostoru, ali i organizuju različiti pogledi na svet. Narativno se, dakle, ne može isključivo posmatrati kao proizvod književnosti, već se mora posmatrati u širem kontestu formulisanja semantičkih modela, kontrole i usmeravanja diskursa i u kranjem obliku kontrole ljudskog ponašanja. „Ljudski se nervni sistem neizbežno oslanja na dostupnost javnih simboličkih struktura u izgradnji vlastitog autonomnog modela delovanja” (Geertz, 1973: 83). Propagandno je stoga sve više narativno jer nudi konceptualizaciju, organizaciju iskustava u persuazivne celine kojima se realizuje mogućnost da se u procesu signifikacije isključi stvarnost. Priča kao fikcija omogućava istovremeno poželjno razumevanje stvarnosti koju poništava pričom, ograničavajući granice njenog tumačenja.

Mogućnost da se naracija koristi u procesu ubeđivanja i usmeravanja vezana je za njenu prirodu, koja se kao i „literarni um”, nalazi u neprekidnoj produkciji i tumačenju metafora koje dominiraju i u konstrukciji i u tumačenju pristranosti narativnih simboličkih struktura. Međutim, naracija se, za razliku od diskursa, odnosi na konkretan deo realnosti koji je definisan potrebama, motivama i željama. Stoga je uloga naracije, sa stanovišta analiza komunikativnog delovanja, nezamenljiva, jer ona nije samo interpretacija, ona je složena fikcija koja svoja značenja pronalazi u okolnostima u kojima postoji.

Pitanje konstrukcije narativnog neodvojivo je od pitanja intertekstualnosti. Renata Lahman (Lachmann, 1990) razlikuje 1. manifestni tekst; 2. referentni tekst; 3. signal reference i 4. intertekstualnost (kao svaki novi tekstualni kvalitet koji proizlazi iz implikativnog odnosa, osiguranog signalom za referencu, između manifestnog i referentnog teksta). Ona pokreće pitanje intertekstualnosti



teksta tj. njegovog značenja koje se formira u njegovom odnosu sa drugim tekstovima. Svaki tekst ima dva nivoa tumačenja: prvi koji povezuje autora i čitaoca, i drugi koji povezuje tekstove među sobom (Lachmann, 1990: 108). Koncept intertekstualnosti nam ukazuje da svaki tekst postoji u odnosu na drugi i da u konstrukciji značenja, veoma često, jedan tekst duguje više drugim tekstovima nego samom autoru.

Juvan (2013) razlikuje opštu i posebnu intertekstualnost. Pod opštom intertekstualnošću on podrazumeva svojstvo svih tekstova. Naime, „tekst je onaj koji u takvoj interakciji proizvodi i artikuliše identitet svoga izjavnog subjekta, konstruiše njegovo bivstvujće, društveno-istorijsko spoznajno i vrednosno gledište” (Juvan, 2013: 51–55). Međutim, poststrukturalizam odriče pravo autoru da kontroliše tekst u njegovoj simboličko-značenjskoj dimenziji. Značenje se uspostavlja na relaciji dva teksta, označitelja u procesu interpretiranja njihovog odnosa. „Zato su u znacima koji tvore strukturni skelet teksta nužno implicirani znaci koji u njemu nisu prisutni, a priziva ih čitalac na osnovu svoje jezičke kompetencije, enciklopedijskog znanja i kulturnog sećanja” (Juvan, 2013: 52). Žerar Ženet je posmatrao pitanje tekstualnosti i žanrovskih odnosa u okviru pristupa koji je on nazvao transtekstualnost. U sklopu transtekstualnih odnosa Ženet uočava postojanje:

- Paratekstualnosti – odnos teksta i spoljnog konteksta;
- Intertekstualnosti – prisustvo jednog teksta u drugom pomoću citata ili aluzija;
- Hipertekstualnosti – odnose podražavanja između dva teksta ili dva stila;
- Metatekstualnosti – odnos između teksta i njegovog komentara;
- Arhitekstualnosti – odnos između teksta i njegovog žanrovskog arhiteksta (Gennete, 1982: 8–12).

Tekst je sa aspekta intertekstualnosti „agens označiteljske aktivnosti”, a ne proizvod autora koji je njime hteo da mu konstrukcijom ograniči značenje svojom namerom i ciljevima. Označavanje se po Kristevoj odvija na dva nivoa, nivou semiotičko-značenjskog geno-teksta i nivou površinske jezičke strukture pheno-teksta, na čijoj se osi odnosa uspostavlja ne samo jezička tekstura, već i mobilan subjekt (Kristeva, 1969: 288). Čitanje je čin intertekstualizacije i obrade implicitnog u tekstu, posredstvom čega se može domašiti njegov smisao. Na

taj način, ponovnim priznavanjem autora kao gospodara značenja, ovog puta naoružanog znanjem da značenje teksta nije samo proizvod njegove aktivnosti već i aktivnog tumačenja recipijenta, intertekstualnost se pojavljuje kao sredstvo manipulacije na taj način što definiše skup elemenata teksta koji određuju mesto i ulogu gledaoca ili čitaoca u komunikacionom procesu. Na taj način vrši se programiranje teksta, imajući u vidu osobine čitaoca.

## 7. Zaključak

U kulturološkim studijama, kao grani kritičke teorije društva, medijska realnost se sagledava kao rezultat specifičnog vida upravljanja i produkcije značenja. Zbog toga se priznaje mogućnost da se isti događaj prikaže na različite načine pod dejstvom različitih referentnih okvira komunikatora, a da se pritom ne falsifikuje njegova činjenična podloga. To ostavlja medijima slobodu da upravljaju značenjima događaja koje nude svojim korisnicima. Objektivna stvarnost se, dakle, posmatra iz većeg broja uglova i, s obzirom na to da ona sama ne pruža eksplicitne informacije o značaju i značenju svojih pojava oblika, ne može se u potpunosti sagledati. Stoga reprezentovanje događaja kroz značenjske celine različitih medijskih sadržaja konstruiše simboličku realnost, koja nije ekvivalentan otisak stvarne, već njena medijska interpretacija. Na taj način konstruisana realnost postaje primarna realnost, naročito za recipijente koji nemaju neposredan pristup do nje.

Potencijali medija da vrše selekciju tema i njihovo naglašavanje učestalošću, mestom i načinom objavljivanja u procesu kreiranja simboličke slike realnosti istovremeno dovode javnost u poziciju da određene teme sagledava kao važnije od drugih. Na taj način, simboličkom konstrukcijom preovlađujućih tema sugerišu se poželjna tumačenja u javnosti. Mediji, dakle, imaju funkciju tematizacije, ali ne bilo kakve, jer se radi o selekciji i organizaciji tema kojima se u simboličku ravan transponuju događaji i realnost sa aspekta interpretativnog okvira jednog od vrednosnih stanovišta. U tom smislu, simbolička struktura medijske stvarnosti korespondira sa realnim događajem, ali i sa vrednosnom orijentacijom konceptualnog okvira medija kojima se ti realni događaji transformišu u značenjske celine medijskih sadržaja.

Supstitucija realnog sveta simboličkim vezana je i za opasnost da u pojedinih društvenim i medijskim okolnostima interpretacija realnosti postane kreacija odvojena od nje, čime se vrši eliminacija događajnog karaktera sveta

i izgradnja na njegovom mestu simboličke stvarnosti prilagođene konceptualnom okviru. U vezi sa tim je i narativnost, jer se time otvara mogućnost za organizovanje iskustava u persuazivne celine kada se u procesu signifikacije može isključiti stvarnost. Priča kao fikcija omogućava istovremeno poželjno razumevanje stvarnosti koju poništava pričom, ograničavajući granice njenog tumačenja.

U tom slučaju, otpor „Natuskopa” („na tisak usmerenog kopileta”), kako bi to rekao Makluan, i formiranje „semantičke gerile” tog otpora, kako kaže Eko, postaju neophodni preduslovi za ponovnu spoznaju stvarnosti kroz ponovno uspostavljanje pokidanih veza između realnog i simboličkog sveta.

## Literatura

- Babcock, P. & Staff, M.-W. E. (1961). *Webster's third new international dictionary of the English language, unabridged: utilizing all the experience and resources of more than one hundred years of Merriam-Webster dictionaries*. London: Bell.
- Balažič, M. (2006). Diskurs globalizacije. *Filozofija i društvo*, 1: 131–149.
- Ber, V. (2001). *Uvod u socijalni konstrukcionizam*. Beograd: Zepter book world.
- Berger, P. & Luckman, T. (1992). *Socijalna konstrukcija zbilje*. Zagreb: Naprijed.
- Bodrijar, Ž. (1998). *Savršeni zločin*. Beograd: Časopis beogradski krug i Čigoja štampa.
- Bodrijar, Ž. (1991). *Simulakrum i simulacija*. Novi Sad: Svetovi.
- Bodrijar, Ž. (2001). *Simulacija i Zbilja*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
- Brettschneider, F. (1998). Agenda Building & Agenda Setting. In O. Jarren, U. Sarcinelli & U. Saxer (eds.), *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil* (pp. 635–636). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Brosius, H. B. & Eps, P. (1995). Framing auch beim Rezipienten? Der Einfluß der Berichterstattung über fremdenfeindliche Anschläge auf die Vorstellungen der Rezipienten. *Medienpsychologie*, 7: 169–183.
- Bruner, J. S. (1990). *Acts of Meaning*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Bruner, J. S. (1991). The narrative construction of reality. *Critical Inquiry*, 18(1): 1–21.
- Cohen, B. (1936). *The Press and Foreign Policy*. Princeton: Princeton University Press.
- Denzin, N. (1989). *Interpretive Biography*. Newbury Park, CA: Sage.
- Druckman, J. (2001). On the Limits of Framing Effects: Who Can Frame?. *The Journal of Politics*, 63(4): 1041–1066.

- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm, *Journal of Communication*, 43(4): 51–58.
- Fuko, M. (2006). *Istorija seksualnosti*. Loznica: Karpos.
- Fuko, M. (2007). *Poredak diskursa*. Loznica: Karpos.
- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Culture*. New York: Basic Books.
- Gennete, G. (1982). *Palimpsestes: La littérature au second degré*. Paris: Edition du Seuil.
- Gergen, K. & Gergen, M. (2006). *Socijalna konstrukcija: ulazak u dijalog*. Beograd: Zepter Book World.
- Gitlin, T. (1980). *The Whole World Is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*. Los Angeles and London: University of California Press.
- Goffman, E. (1986). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Boston: Northeastern University Press.
- Gorp, B. (2007). The constructions approach to framing bringing culture back in. *Journal of Communication*, 57(1): 60–78.
- Hall S., Critcher, C., Jefferson T., Clarke, J. & Roberts, B. (1978). *Policing the Crisis*. London: Macmillan.
- Hall, S. (1994). Reflections upon the Encoding/Decoding model: An Interview with Stuart Hall. In J. Cruz & J. Lewis (eds.), *Viewing, Reading, Listening. Audiences and Cultural Reception* (pp. 253–274). Boulder, San Francisco and Oxford: Westview Press.
- Hall, S. (1997). The Work of Representation. In Hall, S. (ed.), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* (pp. 13–64). London: Sage.
- Hall, S. (1997a). *Representation & the Media*. Northampton: Media education foundation.
- Hall, S. (2005). Encoding/decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe & P. Willis (eds.), *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-1979* (pp. 117–128). London: Routledge.

- Heck, C. M. (2005). The ideological dimension of media messages. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe & P. Willis (eds.), *Culture, Media, Language: Working papers in cultural studies, 1972-1979* (pp. 110–117). London: Routledge.
- Juvan, M. (2013). *Intertekstualnost*. Novi Sad: Akademska knjiga.
- Kristeva, J. (1969). *Semeiotice recherches pour une semanalyse*. Paris: Edition du Seuil.
- Kunzig, M. & Ziepfel, A. (2006). *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*. Zagreb: Zaklada Friedrich Ebert.
- Lacan, J. (1965). *Ecrits*. Paris: Editions du Seuil.
- Lachmann, R. (1990). Intertekstualnost pokušaj definisanja pojma. *Polja*, 458: 103–111.
- Laclau, E. & Mouffe, C. (1985). *Hegemony and Socialist Strategy. Towards a Radical Democratic Politics*. London: Verso.
- Lazarsfeld, P. F. & Merton, R. K. (1960). Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action, In C. Bradford & H. Moritz (eds.), *The Communication of Ideas* (pp. 492–512). Boston: Heath.
- Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*. New York: Harcourt, Brace and Company.
- McCombs, M. & Shaw, D. L. (1977). *The Emergence of American Political Issues: The Agenda-Setting Function of the Press*. New York: West Publishing Co.
- Mills, S. (2003). *Michael Foucault*. London: Routledge.
- Morley, D. (1980). *The "Nationwide" Audience*. London: British Film Institute.
- Protest, D. & McCombs, M. (1991). *Agenda Setting: Readings on Media, Public Opinion and Policy Making*. Hillsdale: L. Erlbaum.
- Radojković, M. & Đorđević, T. (2001). *Osnove komunikologije*. Beograd: Fakultet političkih nauka i Čigoja.
- Rogers, E. & Dearing, J. (1988). Agenda-setting research: Where has it been, where is it going? *Communication Yearbook*, 11: 555–594.

- Stojnov, D. (2005). *Od psihologije ličnosti ka psihologiji osoba – konstruktivizam kao nova platforma u obrazovanju i vaspitanju*. Beograd: Institut za pedagoška istraživanja.
- Tankard, J., Hendrickson, L., Silberman, J., Bliss, K. & Ghanem, S. (1991). Media frames: Approaches to conceptualization and measurement. Paper presented at the annual convention of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Boston, MA.
- Trenaman, J. & McQuail, D (1961). *Television and the Political Image*. London: Methuen & Co.
- Vuksanović, D. (2007). *Filozofija medija, ontologija estetika kritika*. Beograd: Čigoja.

**Branko Marković**

Academy for National Security, Belgrade, Serbia

## CONSTRUCTIONISM AS A MEDIA PARADIGM

*Abstract: Research of the nature of mass communication by using different theoretical approaches has gone a long way since its perception as a transmission of symbolic content (whose aim is to create certain effect used for confirming or questioning social order) to the construction of symbolic or media reality. The media simultaneously create reality through symbolic legitimization, which does not eliminate the possibility of their planned impact on the audience. In this case, the intentionality of the media appears as long-term product of their significant role with a completely uncertain outcome. Namely, interpretative frameworks whose bearers are social institutions, organizations, interest groups, political parties and individuals create numerous definitions of reality reproduced by symbolic activity of the media in the processes of legitimization and delegitimization. In these terms, according to Hall, the media are secondary definers, whereas the leading social institutions and organizations are primary definers of reality (Hall, 1978:57). The confrontation between different definitions of reality always actualizes the issue of power, as well as the media conditions in which they are implemented. Thus, mass media appear as an infrastructure for the objectivization of different presentations through the process of creating symbolic construction. Aside from constructing reality, the media are part of that reality as well. Perceiving media reality as the result of specific form of management and production of meaning is a shift in the perception of the media in society. The mass media practice is thus not observed from the aspect of message transfer, but as a process of producing meaning in marking reality. In this way, media contents offer reference and interpretative frameworks for interpreting actual events and in some cases, they replace them.*

*Key words: constructionism, symbolic reality, text, intertextuality, selection, media*