

V. MŪSŲ VERTIMAI / NASZE PRZEKŁADY

Simon Laflamme*

Laurentienne universitetas, Kanada

KOMUNIKACIJOS MOKSLAS IR KOMUNIKATYVINIS TYRIMO METODAS. KRITINĖS PASTABOS

1999 metais *Revue européenne des sciences sociales* išleido numerį, pavadintą „Naujoviško požiūrio į komunikaciją paieškos. Nujos „neįprastos“ srities analizė: socialinių mokslų sankirta“. Straipsniai aprėpia veik visus svarbiausius gausius klausimus, kurie iškyla socialinių ar, imant plačiau, humanitarinių mokslų mokslininkams, kurie savo darbuose naudoja komunikacinį tyrimo metodą. Tad tie tekstai suteikia nepaprastą galimybę įsigilinti į keletą svarbių šio tyrimo lauko problemų. Visi tekstai savaip svarbūs ir įdomūs, tačiau mes negalėjome išsiplėsti dėl vietos stokos ir turėjome padaryti atranką, pasirinkdami straipsnius, susijusius su trimis žemiau aptariamomis temomis.

1. Žiniasklaida ir socialiniai veikėjai

Penkiuose straipsniuose aptariama klasikinė problema: ryšys tarp žiniasklaidos ir socialinių veikėjų. Raymond'o Boudono straipsnis „Les principaux enseignements des sciences sociales au sujet de la persuasion de masse“ („Poveikis visuomenei: pagrindinės socialinių mokslų nuostatos“) dar kartą patvirtina individualistinę autoriaus metodologiją: socialiniai fenomenai aiškinami pagal individo vaidmenį juose, o visi individai elgiasi racionaliai. Visuomenės ar masių sąvoka nevertinama, ji „sumažėja“ iki individų skaičiaus (*individų sumos*). Kad apgintų individo veiklos svarbą masinės komunikacijos procese, Boudon primena *two step flow* (žr. Katz Elihu & Paul F. Lazarsfeld. *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass*

Communications. Glencoe, The Free Press, 1955) tezę, teigiančią, kad individai, prieš leisdamiis paveikiami žiniasklaidos pranešimų, pirmiausia bendrauja tarpusavyje. Iš tiesų toks teiginys buvo vienas pirmųjų, įtikinamai įrodžiusių, kad ryšys tarp žiniasklaidos ir jos adresatų neturi nieko bendra su visagalės būtybės, vadovaujančios pilkai ir naiviai miniai, įvaizdžiu. Kitos teorijos parodė, jog šis ryšys kur kas sudėtingesnis, ir toli gražu ne visos jos iškėlė į padanges individo vaidmenį. Galima kelti klausimą, ar racionalaus socialinio veikėjo samprata net „plačiąja prasme“ (95) nėra pasenusi, kaip ir anksčiau sukurtas modelis, teigiantis, esą socialinis veikėjas veikiamas mechanškai! Kalbėti apie savarankišką veikėją, tai tas pat, kas kalbėti apie visagalę žiniasklaidą ir apsiriboti tik vieno socialinio reiškinių elemento analize: reakcija ar veikiau veiksmas individų, kurie imami atskirai ir kuriems iš anksto numatomas racionalus elgesys.

Vis dėlto Boudon neatmeta versijos, kad socialinį veikėją gali įtikinti „neteisingos, abejotinos, net iškrypusios mintys“. Tačiau kodėl tuomet reikia laikytis įsikibus racionalumo idėjos – juk ši kategorija yra ideologinė, o ne analitinė! Tarsi sociume be proto nebūtų nei žmonių tarpusavio santykių, nei emocijų! Tarp kitko, racionalistų modeliuose protas visuomet esti virš emocijų, tarsi „sugeria“ jas savyje. Visi hiperracionalistai (Garfinkel'is, Habermas...), Boudon taip pat, puikiai supranta, kad visko protu nepaaiškinsi; todėl Boudon stengiasi praplėsti proto sąvoką, nors per daug jos ir neiškraipo. Kad tai pavyktų,

* Versta iš: LAFLAMME, Simon. *La société intégrée*. New-York; Berne; Paris; Peter Lang, 1992.

mokslininkas nuo racionalizmo krypta link tam tikro kognityvizmo, išsaugodamas vien racionalaus „suindividualėjusio“ socialinio veikėjo idėją, veikėjo, kurio psichikai esminį poveikį daro pažinimas. Socialinio veikėjo psichikos apibūdinimas dėl to nenukenčia: protas neatsiejamas nuo „kognityvinio poveikio“, tai yra nuo bet kokio pažinimo proceso. Trumpai tariant, tai išankstinių nuostatų ir stebint gaunamų duomenų mišinys (90).

Boudon vengia sociumo. Todėl jis visiškai ne tyrinėja santykių, todėl laikosi įsikibęs individo ir proto (ar žinių). Apskritai jo darbuose įrodymai plaukia vieni iš kitų. Jis ieško socialinių reiškinių ir iš karto tiria, koks ten proto vaidmuo, jei tai vaidmenį apskritai galima rasti. Jei socialinį reiškinį bent kiek galima pagrįsti racionalumu, Boudon ras tą racionalumo grūdą, kad ir koks mažas jis būtų, kad ir kaip giliai slypėtų, o vėliau pavers jį visa ko pagrindu. Ne mažiau sėkmingai galima panaudoti atvirkštinį būdą ir įrodyti, kad socialiniai veikėjai nėra tokie jau racionalūs, kaip teigia Boudon. Tačiau tai reikštų patekti į tuos pačius spąstus, kuriuos mums paspendžia bet koks socialinis mokslas, nepripažįstantis socialinės struktūros ir veiksmo dialektikos.

Bernard'o Dagenais straipsnyje „L'hégémonie des médias sur nos façons de penser, d'être et d'agir“ („Absoliuti žiniasklaidos įtaka mūsų mąstymui, būties suvokimui, elgsenai“) iškelia į pirmą vietą žiniasklaidos galią. Jis surinko daugybę įvairiausio pobūdžio tezių, kurios rodo žiniasklaidos valdžią: informacija, kurią atrinka laikraščių redakcijos, reklamos įtaka reklamos objektams, adresatų skaičiaus svarba žiniasklaidos priemonėms, būtinybė, kad informacija patrauktų dėmesį. Dagenais rašo, kad „politikai tapo marionetėmis“ (180) žiniasklaidos rankose. Tarsi žiniasklaidai politika įtakos nedarytų! Žinoma, masinės komunikacijos priemonės darė didžiulį poveikį modernioms visuomenėms kuriant „politinį pasaulį“. O anksčiau politikai savo ruožtu buvo veikiami socialinės struktūros. Visuomenės masių mediatizacija suteikė galimybę suvokti, kad komunikacijos vaidmuo socialinėms sritims ir visuomenei yra esminis. Todėl reikia stengtis suprasti

pačią komunikaciją. Žinoma, jau nebegalima nagrinėti sociumo be žiniasklaidos priemonių, tačiau nebūtina teigti, kad sociumas gali būti tapatinamas su tomis pačiomis žiniasklaidos priemonėmis.

Elisabeth Noelle-Neumann straipsnyje „L'étude de l'influence des médias; un drame dans l'histoire des sciences“ („Žiniasklaidos įtakos tyrimas; mokslo istorijos drama“) pateikia žiniasklaidos įtakos istoriją, išskirdama tris periodus. Pirmasis – tai daugybė daugiau ar mažiau Lazarsfeldo idėjų paveiktų darbų, šiuose darbuose esminis vaidmuo skirtas individualiam, autonomiškam, aktyviam adresatui (129). Antrojo periodo metu televizija keičia požiūrį į informaciją, ir darosi vis sunkiau palaikyti idėją, kad žiniasklaidos įtaka neesminė. Tikriausiai dėl šios priežasties mokslininkų dėmesys krypta į žurnalistus, kurie atsako už tai, kokią informaciją žiniasklaida pateikia adresatams. Vis dėlto ir toliau akcentuojamas veikėjas, pati koncepcija iš esmės nesikeičia. Trečiojo periodo metu daugybė tyrimų bandoma nustatyti ryšius tarp žiniasklaidos pranešimų turinio ir visuomenės nuomonės apklausų. Teigiamai, kad žiniasklaida veikia individo nuomonę ne tiek tiesiogiai, kiek „aplinkiniais keliais“, taigi netiesiogiai: ji priklauso nuo to, koks vyrauja požiūris į socialinę žmogaus prigimtį, nuo to, kaip žmonės įsivaizduoja savo aplinką (128). E. Noelle-Neumann taip pat primena vieną svarbiausių savo teorijų, „tylos spiralę“, tačiau nekalba apie žiniasklaidos priemonių ir jų adresatų dialektikos teorijas, tarsi žiniasklaida galėtų „sukurti“ politinę kalbą, kuri nebūtų susijusi su politinėmis aktualijomis!

Jacques'as Gertsle straipsnyje „L'information et la sensibilité des électeurs à la conjoncture“ („Informacija ir rinkėjų nuomonė apie situaciją“) kelia klausimą, ar balsuojantieji reaguoja tik į neseniai gautą informaciją, o tai liudytų, kokia didelė masinių komunikacijos priemonių įtaka. Remdamasis darbais apie masių įtikinėjimą ir žmogaus atmintį, išanalizavęs kelias Prancūzijos rinkimines kampanijas J. Gerstlė pasirenka „sąmoningo ir išmintingo rinkėjo modelį“, kuris neįrodo nei visiškos rinkėjo autonomijos, nei akivaizdaus jo

sugebėjimo apsispręsti (racionalusis modelis), kuris nėra atsietas nuo rinkėjo socialumo (emocingo rinkėjo modelis). „Kaip interpretuoti šių dviejų minimalistinių tarpusavyje susijusių požiūrių nuosmukį, jei remiantis faktais galima teigti, jog rinkėjas nėra toks apolitiškas, priešingai, aktyvesnis, nei buvo manoma, o informacijos priemonės galingesnės, nei buvo manoma?“ (155). Klausimas, apie kurį verta pamąstyti: jis paliečia ryšių tarp socialinių veikėjų ir žiniasklaidos dinamikumą.

Šią dinamiką Francisas Balle įžvelgia svarbiausių pasaulio žiniasklaidos veikėjų ryšiuose. Straipsnyje „Les médias contre la culture“ („Žiniasklaida prieš kultūrą“) jis pastebi, kad „jau pusantrą amžiaus negalime atsieti prekybos ekonomikos nuo politinės demokratijos, ir viskas yra taip, tarsi intelektualinis gyvenimas vyktų trimatėje trijų veikėjų – prekybininko, intelektualo, tarpininko – erdvėje“ (323). Pirmieji siekia pelno ir yra valdomi paklausos rinkoje. Antrieji ieško tiesos ir reikalauja minčių laisvės. Tretieji – tai žiniasklaidos atstovai, ir jų pranešimai yra anų dviejų logikų sankirtos padarinys. Kol šis trikampis kartoja, nereikia bijoti žiniasklaidos. Jei vienas iš šių veikėjų įgytų didesnę įtaką nei kiti, galėtų prasidėti visoks piktnaudžiavimas. Balle analizė parodo, kokią vietą užima realistinis principas įvairiojoje socialinės valdžios struktūroje.

2. Žiniasklaidos vaidmuo

Antroji analizės tema – žiniasklaidos vaidmuo.

J. Lazar pateikia pamąstymus apie tylą: „Le silence: autre forme de communication“ („Tyla: kitiokia komunikacijos forma“). Ji pastebi, kad masių komunikacijos analizėje buvo užmiršta tyla, o tai didžiulė spraga, nes žiniasklaida yra svarbiausias išsivysčiusių demokratinių visuomenių informacijos šaltinis. Norėdama savo poziciją iliustruoti, J. Lazar apibūdina tris skirtingus vieno socialinio reiškinių periodus: kaip žiniasklaidoje buvo atspindėta AIDS problema. Pirmasis gali būti apibūdintas kaip „ligos atsiradimo“ periodas. Žiniasklaida pabrėžia „rizikos grupės“, homoseksualistų, svarbą, pasigirsta moralizuojančios kal-

bos. Tačiau atgarsio jos beveik nesulaukia, problemos sprendimas paliekamas mokslininkams. Antruoju periodu, kuomet randamas virusas, žiniasklaida susidomi liga, tačiau nekelia esminių klausimų, į kuriuos žmonės nori gauti atsakymus. Trečiasis periodas – tai „užkrėtimo per kraują“ periodas; žiniasklaida neakcentuoja mokslinių atradimų, kurie būtų galėję užkirsti kelią katastrofoms, pavyzdžiui, hemofilija sergančių asmenų kraujo užkrėtimas. Straipsnyje Juditha Lazar teigia, kad AIDS problemą skirtingai vertina specialistai, turintys sprendimo teisę asmenys ir paprastieji piliečiai (pastaruoju atveju pasisakymai dažnai panašūs į gandas). Ji taip pat iškelia su etika susijusį klausimą dėl žurnalistų vaidmens, nes šie „perduoda svarbiausias naujienas. <...> AIDS atvejais parodė, kad jie laukė naujienų iš specialistų. Kaip jie pasielgtų, jei įvyktų tragedija, kai katastrofai kelią užkirsti gali tik žaibiškas žinių perdavimas?“ (202).

AIDS taip pat sudomino Claudine'ą Herzlich ir Janine'ą Pierret. Jų straipsnis pavadintas „La construction d'un phénomène social: le sida dans la presse française“ („Kaip kuriamas socialinis reiškiny: prancūzų spauda apie AIDS“). Iš Bergerio ir Luckmano pasiskolintos idėjos nepadeda sukurti teorijos. Iš tiesų autorės tik analizuoja, kaip prancūzų spauda aprašė AIDS nuo 1982 m. sausio iki 1986 m. birželio: pavyzdžiui, tuomet apie šią problemą pradėta rašyti ne moksline, o visuomenei suprantama kalba, kalbama apie ligos plitimą, apie ligą kaip apie „visuomenės reiškinį, kurio nebepali aprėpti vien medicina“ (225).

3. Metodų paieškos

Straipsnis apie metodologiją autoriai keturi: George'as Gerbneris, Timuras Kuranas, Denisas McQuailas ir Davidas R. Olsonas. Mes analizuosime T. Kurano teiginius. Jo straipsnyje „Préférences privées et préférences publiques“ („Asmeniniai ir viešieji prioritetai“) piešiamas racionalaus socialinio veikėjo, veikiančio, galima sakyti, pagal savo paties prioritetus ir savo naudai, portretas. Prioritetai yra dviejų rūšių. Asmeniniai prioritetai (reiškiami intymioje aplinkoje) ir viešieji

prioritetai (išsakomi kitiems) ne visuomet yra tie patys. Kuranas tokį nesutapimą aiškina „igimtu žmogiškojo dėmesio poreikiu“ (296), „grupės spaudimu“ (297) arba „nepriklausomybės poreikiu“, kuris kai kuriems asmenims padeda išsakyti jų nuomonę, net jei jie žino, jog klausytojai pagaidautų išgirsti ką kita.

Toks aiškinimas tėra „naudos“ klausimas, susijęs su naudingumo logika. Ši logika gali būti skirstoma į tris kategorijas: pirmoji, asmeninis naudingumas, - tai „gryna nauda, kurios individas tikisi, priėmęs savarankišką sprendimą“ (299); antroji – tai visų pripažįstamas naudingumas, siejamas su garsiai išsakomais norais. Ir trečioji, susijusi su pasitenkinimu, kurį asmeniui teikia „nepriklausomybės poreikis“ (302). Jei tenkinami visi šie poreikiai kartu, galima pasiekti *visiško naudingumo*, kurį Kuranas apibrėžia paprasta prie šių teiginių pridėdama lygtimi: $U^i(P(d(y^i)) + R(y^i) + A(x^i, y^i))$. „Kol individas mąsto, kalbės jis ar ne kalbės apie savo prioritetus, siekdamas visiško naudingumo, jis pasveria visus už ir prieš, apgalvoja visus keliuos, ir pasirenka tą, kuris jam atrodo labiausiai tinkamas“ (308). Taigi teiginių esmė – vėl sukurti racionalaus veikėjo intuicijos teoriją. Kuranas mano, kad trys vienu metu asmenį veikiančios naudingumo kategorijos leidžia atmesti neoklasikinės ekonomikos teiginį, pagal kurį „asmeninis naudingumas reiškia visišką naudingumą“ (309)! Jų dėka taip pat galima suprasti jau neblogai žinomą „prioritetų falsifikavimo“ reiškinių (316).

Šis pagiriamasis žodis skirtas izoliuotam veikėjui, kuris su socialine sfera susijęs tik šiek tiek, nes pamastęs privalo veikti kitų žmonių atžvilgiu tol, kol tai naudinga jam pačiam. Atrodo, šis veikėjas nesidalija su visuomene simboliškai ir bendru turto; kultūros vaidmuo itin paprastas, ji veikėjui svarbi tik tuomet, kai jis svarsto, ar papasakoti kitiems, kokie jo asmeniniai prioritetai. O veikėjo prioritetai susiję su jo prigimtimi. Atrodo, jų nekuria istorija ar komunikacija. Veikėjas neveikia visuomenėje, vadovaudamasis emocijomis; o juk tai būtų situacija, kurioje bet kokie apmąstymai prieš veiksmą ar kokią kitą raišką atrodo absurdiški.

4. Komunikacijos mokslų kritika

Komunikacijos mokslus kritikuoja Klausas Krippendorffas, Pierre'as Achardas ir Thomas B. Farrelis. Mes aptarsime Klausso Krippendorffo straipsnį „De la construction des gens dans l'enquête sociale“ („Socialinis tyrimas: formuoti žmogų“). Jo teiginiai paprasti: humanitariniai mokslai patys sau susikuria objektus, ir tai įrodo epistemologija. Tačiau Krippendorffui neužtenka vien įvardyti šio reiškinių; jis apgailestauja, kad toks reiškinys iš viso egzistuoja. Kad galėtų padaryti išvadą, autorius savaip apibūdina (nors gana akivaizdžiai remiasi Buberio – žr. Buber, M. *I and Thou*. New York, Charles Scribner's Son, 1970 – ir jo mokinių darbais) bendrus bruožus svarbių sociologijos mokslų (etnometodologijos, institucinės etnografijos ir akscionalizmo) bei minties srovių (feminizmo). Iš tiesų šiose srityse atsiskaido metodų, kurie grindžiami abstrakčiomis kategorijomis, nes jie neturi nieko bendra su situacija, kurią išgyvena žmonės. Taigi svajojama apie mokslą, kuris tirtų tai, ką išgyveno tiriamą būtybę. Tačiau pirmiausia ši utopinė epistemologija atmets „tradicinius socialinius mokslus“ tik tuomet, kai šie mokslai remiasi empirinėmis ar politizuotomis kategorijomis: pavyzdžiui, *vartotojai*, *socialinė klasė*; šiam mokslui nereikalingas neempirinių kategorijų laukas: *mainai*, *dialektika*, *simbolių atsiradimas*. Be to, ši epistemologija naudoja savo pačios sukurtas empirines kategorijas. Trečia, ši epistemologija „suvienodina“ visus socialinės tematikos veikalus ir draudžia naudotis tokiomis kategorijomis, kurios tiesiogiai nebūtų empirinės. Jei tokią autoriaus poziciją suprasime paradižiui, tai reiškia, kad negalima naudotis statistika; socialiniai mokslai įmanomi tik tuomet, jei analizuojami empiriniai objektai... Taip Krippendorffas aiškina savąją hierarchizuotą žinių tipologiją. Pats žemiausias lygis – tai „aš-jis“ teorija; šiuo atveju objektas reaguoja kaip „paprastčiausia mašina“, objektas, anot mokslininko, neturi jokios autonomijos. Antrasis lygis – tai „aš-jie“; mokslininkas objektui suteikia šiek tiek autonomijos. Trečiasis lygis – „aš-jūs“, atsiranda tarpusavio priklausomybė tarp mokslininko

ko ir jo objekto, tačiau ši tarpusavio priklausomybė tėra instrumentas. Aukščiausias lygis – santykis „aš-tu“. Mokslininkas atranda savąjį objekte ir išgyvena su juo tarpusavio priklausomybės ryšį, ir tas ryšys nekelia grėsmės nei jo, nei tiriamosios būtybės autonomijai. Tipiškas santykio „aš-tu“ pavyzdys, ir analitinis, ir susijęs su jausmais, yra „meilė“ (47). Tai pats kilniausias socialinis mokslas – atsiranda santykis tarp empirinių žmogiškųjų objektų šiltų jausmų ir tų objektų tyrimo.

Mūsų nuomone, autorius savąją tipologiją iliustruoja karikatūriniais pavyzdžiais. Tačiau dėl kelių semantinių subtilybių ši tipologija verta šio tokio dėmesio. Turime pabrėžti, kad Krippendorffas bijo kuriamosios veiklos, kuri neatskiriam nuo mokslo, nes jis įsivaizduoja tokias žmonių žinias, kurios netarnauja pasaulio kūrimui. Tarsi veikėjas – juk jis veikėjas – sąmoningai nekurtų jį supančios aplinkos. Be kita ko, Krippendorffas bijo objektyvumo siekiančių procesų, kuriuos, beje, jis painioja su absurdiškais pretenzijomis į objektyvumą, nes tie procesai negali būti subjektyvūs; tarsi tiesa galėtų slypėti vien empatijoje. Mokslininkas painioja objekto analizę su objekto išgyvenimais ir galų gale mokslas jam tampa tik žmogiškojo objekto iškraipymo procesu. Kūrybos, „statymo“ procese jis neišvelgia iš šio proceso atsirandančios reakcijos; jis kalba apie mokslą taip, tarsi mokslas atsiribotų nuo tiriamo pasaulio ir tarsi mokslo dėka kuriamas pasaulis nebūtų pasaulio dėka kuriamas mokslas.

5. Komunikatyvinis metodas: humanitariniai mokslai

Paskutinė tema gvildenta Alban Bouvier, Michelio Renault, Paulio Clavalio ir Xaviero Mignot darbuose. Mes pasirinkome M. Renault straipsnį.

Be visuomenės nėra ekonomikos, be visuomenės negali vykti socialiniai procesai, be komunikacijos nebus nei socialumo, nei socialinių procesų. Taigi ekonomikos mokslas turi būti socialinis mokslas. Tokie yra M. Renault teiginiai straipsnyje „Economie et coordination des comportements: communication“ („Ekonomika ir elgsenos koordinavimas: komunikacija“). Jis teigia,

kad turiniai mainai panašūs į informacijos mainus, o komunikaciniais modeliais galima paaiškinti ekonominius reiškinius. Tai nėra naujas teiginys. Antropologas Lévi-Straussas savo teorijoje įrodė, kad idėjų judėjimas analogiškas kapitalo judėjimui; jis net prakalbo apie tam tikros analizės projektą – kad reikėtų išanalizuoti trejų pajų kapitalo, idėjų ir žmonių judėjimą. Tarp kitko, šias idėjas aptarėme veikale *La société intégrée* (1992). Baudrillardas taip pat aprašė principą, pagal kurį turiniai mainai yra kartu ir simboliniai mainai. Tačiau tvirtai susiejęs ekonomiką ir komunikaciją M. Renault daugiausia remiasi Dewey ir Cooley pragmatizmu bei ypač Georgo H. Meado psichosociologija. Jis sako, kad, remiantis šiais teiginiais, galima plėtoti komunikacijos teoriją, tapsiančią ankstesnės ekonominės teorijos išdava; taigi ankstesnė teorija buvo sukurta, atsiradus disciplinos sąvokai ir Adamui Smithui pavartojus „prielankios nuomonės“ sąvoką: ekonominiai mainai suponuoja atsiradimą individo, trokštančio mainų su kitu individu, kuris turi kuo su juo keistis. „Prielankią nuomonę“ į savo schemą įtraukia G. H. Meadas: jam tai pagrindinis komunikacijos procesas, panašus į Smitho aprašytą procesą. Taigi iš pat pradžių ekonomikos mokslas iš esmės buvo komunikacijos mokslas. Ekonomikos srityje atliekamos analizės negali remtis individualizuoto veikėjo principu. Bet koks veikėjas gyvena visuomenėje, jis visuomet kuo nors dalijasi su kitais visuomenės, kuriai jis priklauso, nariais. Net jei ekonomikos moksle mainai suprantami tik tuomet, kai išeities tašku tampa individas, šis mokslas negali atsiriboti nuo fakto, kad individai priklauso tam tikrai socialinei struktūrai, kurioje itin svarbi komunikacija, kad jie atpažįsta save kituose, tai yra gyvena, „jausdami simpatiją“. Be kita ko, ekonominiai mainai suponuoja socialinę struktūrą, kurioje nėra didelių prieštaravimų, nes žmonių veiksmai susipynę tarpusavyje. Taigi jie suponuoja ir komunikaciją.

Pradėti tirti socialinę sferą nuo struktūros reikėtų greitai suprasti, kokia vientisa ji yra. Būtų atvertos durys komunikacijos analizei. Struktūrinė antropologija – gražus pavyzdys. Tačiau jei pradedama tirti nuo individo (ekonomikos moksle

tai beveik neišvengiama), pirmiausia reikia pradėti nuo to, kad individualumas egzistuoja socialume, ir stengtis suvokti, koks yra komunikacijos vaidmuo.

6. Išvados

Komunikacijos mokslų tikslas nėra pateikti moralinį veikėjo autonomijos ar žiniasklaidos galios vertinimą. Žiniasklaida ir socialiniai veikėjai nuo šiol gali būti suvokiami tik dialektiškai. Masinės komunikacijos priemonės yra vienas iš visuomenės formavimosi elementų, kurių veikėjas negali išvengti, tačiau nėra tokios socialinės institucijos, tokių socialinių struktūrų elementų, kuriems nedarytų įtakos socialiniai veiksmas. Tai svarbiausias principas: komunikacijos mokslams nebereikia tirti, ar veikėjai nepriklausomi nuo žiniasklaidos įtakos. Jiems veikiau reikėtų tirti, kaip socialiai vyksta komunikacija tarp žiniasklaidos ir adresatų, kuriems jos siunčia savo pranešimus. Komunikacija tarp pačių individų gali būti tiriama tik atsižvelgiant į faktą, kad

tie individai komunikuoja visuomenėje, o visuomenė yra veikiamas masinės komunikacijos priemonių. Be kita ko, galų gale reikia pripažinti, kad pats veikėjas visuomet esti komunikacinėje situacijoje, ir pastangos suvokti jį kaip „gryną“ individualybę bus bergždžios. Dauguma metodologinių ir koncepcinių komunikacijos mokslų problemų kyla dėl to, kad nesiremiamas veiksmo ir žiniasklaidos dialektika, prigimtinių komunikaciniu žmonijos bruožu. Šie principai palengva iškeliami, ir humanitariniams mokslams teks užmiršti fenomenologines kategorijas bei pradėti taikyti tokį tyrimo būdą, kuris suteiks galimybę pažvelgti į žmogų kaip į būtybę, kuri nuolat komunikuoja, o į visuomenę kaip į pagrindinę vietą, kurioje vyksta informacijos mainai. Mes dar toli gražu nežinome, kur nuves ši tiesa. Daugumoje teorijų ji tarsi nujaučiama, tačiau apie ją nekalbama. O kol kas humanitariniai mokslai keičiasi, vienijasi, kad padarytų jai šiek tiek vietos. Tokių minčių galima rasti Judithos Lazar surinktuose tekstuose.

Iš prancūzų kalbos vertė
Liucija Baranauskaitė