

nauka o komunikacji i empiria

dlaczego „u nas“ wszystko jest inaczej
i co jednak pasuje

czym jest perspektywa obserwatora?

„Typowe dla mojego postępowania i myślenia jest [...] pytanie o obserwatora – zamiast »Co jest?« odtąd »Co muszę zrobić, aby móc twierdzić to lub to?«, przez co do głosu dochodzą odpowiedzialność i świadomość.“
(Maturana 2001, 232)

co możemy empirycznie obserwować, aby badać komunikację?

„Tylko wypowiedzi, czyli fenomenalnie przebiegające komunikacje między operacyjnie zamkniętymi systemami świadomości jako interpretatorami są tym „miejscem“, w którym możemy coś stwierdzić.“
(Fleischer 2008, 70)

czym zajmują się badania komunikacji?

„Nauka o komunikacji nie zajmuje się treściami. Interesuje się ona pytaniami typu: ‚Jak?‘ ‚Co?‘ (ostatnie w wymiarze deskryptywnym) oraz ‚Dlaczego?‘ niezależnie od tego, za pomocą jakich treści dane funkcje w komunikacjach byłyby spełniane. Jest to dla mnie centralny punkt. Nie dlatego jednak, że treści zasadniczo nie powinny nas interesować, lecz ponieważ treści są operatywną fikcją, gdyż funkcjonują one jedynie w sposób niespecyficzny.“
(Fleischer 2008, 85)

jak to robić – przykład symboli kolektywnych

„Kiedy chcę się czegoś dowiedzieć o symbolach kolektywnych w danym społeczeństwie, nie mogę pytać bezpośrednio o symbole kolektywne. Również dlatego nie, że uczestnicy komunikacji nie wiedzą, co by to mogło być, mimo że symboli tych codziennie używają. Muszę zatem pytać na przykład o słowa, które są dla nich ważne, jako że ‚ważność‘ danego słowa jest jedną z przesłanek dla generowania symboli kolektywnych. A następnie muszę pytać o stopień wartościowania tych słów, gdyż silne pozytywne lub negatywne wartościowanie jest kolejnym teoretycznym kryterium symboli kolektywnych. Itd. W rezultacie stwierdzam przez to wspólny obszar nakładania się i dochodzę (tylko) pośrednio do mojego przedmiotu badań. Innej (naukowej) drogi nie ma.“

„Gdybyśmy na przykład chcieli wiedzieć, jak w jednostkowej świadomości skonstruowany jest Pan Tadeusz Mickiewicza, [...] otrzymalibyśmy jednak tylko wiadomość na temat tego konstrukt, a nie ów konstrukt. Konstruujemy wyłącznie jednostkowo komunikaty z powszechnie dostępnych wypowiedzi. Z tych zasadniczych powodów musimy w nauce o komunikacji zrezygnować z konceptu populacji generalnej, ponieważ tej ostatniej nie da się ustalić bezpośrednio, bez kolejnej komunikacji.“

(Fleischer 2008, 61 i 62)

czy chodzi o badanie opinii lub wiedzy?

„Próbując rozwiązać problem [badawczy], musimy wyjść od pojęcia średniej. Trudność polega na tym, że nauka o komunikacji – inaczej niż na przykład badania opinii publicznej – pyta respondentów o stany rzeczy, których ci (jako jednostki/indywidua) nie znają i znać nie mogą, które jednak sterują ich komunikacjami i wyznaczają je. Tym samym, jeśli chodzi o ankiety w ramach nauki o komunikacji, nie mamy w nich w żadnym razie do czynienia z ‚badaniem opinii‘. Nie rejestrujemy opinii, jak rejestrują je (lub uważają, że rejestrują) badacze opinii publicznej.

[tak na przykład, jeśli jako badacz chcę dowiedzieć się o „oddziałujące w danym systemie funkcyjnym symbole kolektywne“] pytam o coś, czego żadna pojedyncza osoba nie wie i wiedzieć nie może, o coś, co dopiero wyniknie z możliwie wielu (z ilu, to jeszcze inny problem) odpowiedzi interpretatorów jako uczestników komunikacji. Owo ‚coś‘ przypomina na pierwszy rzut oka ‚średnią‘ (jako że statystycznie czy matematycznie jako taka powstaje), nią jednak nie jest. Chodzi bowiem o zgodność [Übereinstimmung], którą tu stwierdzamy (a nie – którą odpytujemy). [...]

„Trzeba bowiem zapytać: dlaczego tyle komunikujących interpretatorów, różnie zsocjalizowanych, działających w różnych supragrupach, dyskursach itp. podaje zgodnie takie a nie inne odpowiedzi? Repertuar słów uznanych za ważne (w przypadku symboli kolektywnych) nie wynika ze średniej, lecz z dotychczas nieznannej ale (najprawdopodobniej) działającej, a teraz odkrytej zgodności, której inaczej niż na drodze ustaleń stwierdzić nie można.“
(Fleischer 2008, 88)

rola tekstu w badaniach komunikacji i dyskursu

„Badacza dyskursu nie interesuje więc to, co w danej wypowiedzi jest specyficzne, szczególne i osobliwe, nie interesuje również dosłowne brzmienie wypowiedzi i jej charakter tekstualny, lecz interesują typowe cechy, koncepty i konstrukty zastosowane przy produkcji wypowiedzi.“

(Fleischer 2007, 280)

[...]

....

literatura

Fleischer, Michael (2008). Jak empiryczna może być nauka o komunikacji. W: M. Fleischer, *konstrukcja rzeczywistości 2* (str. 49-111). Wrocław: Atut.

Fleischer, Michael (2007). *Ogólna teoria komunikacji*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.

Maturana, Humberto (2001). *Was ist erkennen? Die Welt entsteht im Auge des Betrachters*. München: Goldmann.