

Publiskās komunikācijas neveiksme semiotikas skatījumā

Sergejs Kruks

Rīgas Stradiņa universitāte, Komunikācijas fakultāte, Latvija

Ievads. Empīriskos pētījumos Latvijā konstatēts visai zems atbalsts plurālismam. Aptuveni divas trešdaļas respondentu uzskata, ka viedokļu daudzveidība apdraud grupas pastāvēšanu. Tādēļ respondenti neuztur sociālo komunikāciju ar citiem, ko apliecina neuzticība citiem un zems sociālais kapitāls. Referāts publiskās komunikācijas neveiksmi konceptualizē kā semiotisku problēmu, t. i., kultūras specifiskiem uzskatiem par zīmi, nozīmi un interpretāciju.

Darba mērķis, materiāls un metodes. Darba mērķis ir noskaidrot semiotikas pamatjēdzienu “zīme”, “nozīme”, “interpretācija” definīcijas literatūrā latviešu valodā. Izlasi veido filozofu, literatūras zinātnieku, valodnieku, kulturologu un mākslas zinātnieku pēdējo 25 gadu laikā tapušās publikācijas. Pētījuma metode ir jēdzienu kontekstuālā interpretācija.

Rezultāti. Referāts rekonstruē trīs nozīmes radīšanas modeļus. Simboliskais subjektīvisms pauž, ka motivētā saikne starp zīmi un objektu ir pazaudēta un indivīds to var censties rekonstruēt tikai introspektīvas refleksijas procesā, kura rezultāts nav komunicējams citiem. Abstraktais objektīvisms postulē stingru izomorfiju starp jau strukturēto realitāti un valodu, kurai piemīt augsta artikulācijas pakāpe. Nozīme atrodas valodas struktūrā, tāpēc komunikācijas veiksmē ir atkarīga no komunikatoru normatīvās literārās valodas prasmēm. Kultūras subjektīvisms uzskata, ka zīmes motivētā nozīme ir radusies pagātnē, tāpēc tagad interpretācija ir atkarīga no piekļuves pagātnes informācijai – tradicionālajai kultūrai. Modeļi paredz, ka tā ir noteikti piestiprināta zīmei, zīmei uzticami atspoguļojot objektu. Tas nozīmē, ka viedokļu izaicināšana un jaunu tematu ieviešana publiskajā komunikācijā ir problemātiska, jo valoda atkārtoti pati sevi jeb pagātnē radīto nozīmju kopumu, kas ir nostiprinātas vārdnīcā un kultūrā. Diskursa teorija savukārt akcentē, ka jauna informācija tiek ietverta jau esošajās zīmēs un komunikācijas process ir sacensība par atbilstošāku interpretāciju.

Secinājumi. Iztirzātie nozīmes radīšanas modeļi tādējādi kavē publisko komunikāciju divējādi. Pirmkārt, tie postulē kādas “īstās” zīmes nozīmes eksistenci, pie kuras obligāti ir jānonāk visiem komunikatoriem, ja viņi cenšas saglabāt sociālo veselumu – nāciju. Otrkārt, zīmes un objekta cieša saikne neparedz sociāla un kognitīva konteksta ietekmi uz interpretāciju, attiecīgi komunikators nevar konstituēties par sava vēstījuma subjektu.



Pētījums izstrādāts Valsts pētījumu programmas “EKOSOC-LV” ietvaros.