

## Odbiorca i adresat w procesie komunikacji

**Wykład ma charakter otwarty i łączy się bezpośrednio z ćwiczeniami. Zarówno wykładowca, jak i studenci mają prawo zadawania pytań i podejmowania dyskusji. W tekście poniżej znajdują się zadania dla studentów, które wiążą się z tematyką komunikacyjną.**

Punktem wyjścia do rozważań zawartych w tym artykule jest pojęcie komunikacji. Warto mu poświęcić trochę uwagi, gdyż nie jest precyzyjnie definiowane i pojawia się przynajmniej w kilku dyscyplinach badawczych. Posługują się nim zarówno przedstawiciele nauk ścisłych (np. matematycy), jak i humaniści (np. filozofowie, językoznawcy). Można się dzisiaj doliczyć już stu kilkudziesięciu różnych definicji podkreślających jego różne aspekty, z których za najbardziej typowe T.Goban-Klas uważa: transmisję, rozumienie, oddziaływanie, łączenie (tworzenie wspólnoty), interakcję, wymianę znaczeń i składnik procesu społecznego<sup>1</sup>. Teoria informacji bywa określana także jako teoria komunikacji, której zakres jest zawężany poprzez odniesienie do dziedziny nazywanej teorią komunikowania masowego, gdzie wyróżnia się z kolei wiele teorii szczegółowych. Nie wydaje się jednak, aby poszczególnym obszarom badawczym wyznaczanym przez te pojęcia można było wytyczyć ściśle granice, nie byłoby to zresztą celowe.

**Pierwsze zadanie. Proszę wyjaśnić powyższe aspekty definicji. Proszę skonstruować własną definicję komunikowania.**

Truizmem jest stwierdzenie, że język to najważniejszy środek komunikowania i że w związku z tym funkcję komunikatywną należy uznać za jego cechę definicyjną. Zauważmy jednak, że nie ma jej w klasycznym ujęciu R. Jakobsona, więcej uwagi poświęcają jej tylko A. Martinet i L. Zawadowski, A. Furdal zaś uważa ją za najbardziej oczywistą - stanowiącą fundament teorii języka<sup>2</sup>.

**Drugie zadanie. Czym według Państwa jest komunikatywna funkcja języka. Proszę wymienić jeszcze co najmniej dwie inne funkcje.**

---

<sup>1</sup> Por. T.Goban-Klas, Media i komunikowanie masowe, Warszawa... 1999, s.42

<sup>2</sup> Por.: Językoznawstwo otwarte, wyd. 2, Wrocław...1990, s.60.

## **Proszę znaleźć w literaturze i omówić model komunikowania R. Jakobsona.**

Termin „komunikacja” w jednym ze swoich znaczeń – to ‘porozumiewanie się’, ‘przekazywanie myśli’, ‘udzielanie wiadomości’. W łacinie rzeczownik *communicatio* znaczył tyle, co ‘użyczenie’, ‘doniesienie’, ‘łączność’, ‘rozmowa’ czasownik *communico* zaś między innymi ‘uczynić wspólnym, połączyć’, ‘udzielić wiadomości’. *Communio* – to ‘uczestnictwo’, ‘wspólność’. Wszystkie te leksemy wywodzą się od czasownika „munio”, który między innymi mógł znaczyć tyle, co ‘murować’, ‘wznosić’, ‘torować’, ‘obwarować’, ‘czynić bezpiecznym’. Te odwołania do łacińskiego źródłosłowu pozwalają ustalić, że komunikacja to nie tylko porozumiewanie się, ale także stanowanie wspólnoty. Komunikatywna funkcja języka polegałaby zatem nie tylko na jego zdolności do przekazywania informacji, ale także, a raczej przede wszystkim, na stanowaniu posługujących się językiem wspólnot. Jest rzeczą oczywistą, że wspólnota językowa istnieje dopóty, dopóki jej uczestnicy wzajemnie się komunikują, ekskomunikacja natomiast, we wspólnotach religijnych – ekskomunika, powoduje wyłączenie ze wspólnoty<sup>3</sup>. Inaczej mówiąc, jednostka funkcjonuje we wspólnocie dopóty, dopóki jest zdolna się z nią komunikować. Istnieją też łatwe do zaobserwowania we współczesnej kulturze liczne próby tworzenia odrębnych (alternatywnych) wspólnot posługujących się (przynajmniej w swoim mniemaniu) odrębnymi sposobami komunikacji – w tym także językowej; na ich określenie używa się terminu „subkultury”. Wobec powyższego poprzez termin „komunikacja” należałoby rozumieć wszelkie interakcje we wspólnocie i jednocześnie interakcje tę wspólnotę tworzące. Jednym z ich rodzajów byłyby interakcje na płaszczyźnie językowej<sup>4</sup>, czyli komunikacja językowa. Dla językoznawcy komunikacja byłaby więc ustnym lub pisemnym działaniem werbalnym polegającym na wzajemnym przekazywaniu informacji przez uczestników wspólnoty. L. Zawadowski pisał, że jest to „...informowanie na mocy związku konwencjonalnego, czyli informowanie za pomocą tekstu<sup>5</sup>”.

**Trzecie zadanie. Co rozumiemy przez wspólnotę komunikatywną i jakie czynniki ją konstytuują.**

**Czwarte zadanie. W zasobach internetowych proszę znaleźć informacje o ostatniej debacie z okazji Międzynarodowego Dnia Języka Ojczystego i na jej podstawie wyjaśnić pojęcie wykluczenia. Co Państwa zdaniem skłoniło Radę Języka Polskiego do podjęcia tematu wykluczenia?**

<sup>3</sup> Por.: J.W. Ong, *Fighting for Life*, Cornell University Press, Ithaca 1981.

<sup>4</sup> Na ten temat por też: M. Bugajski, *Językoznawstwo normatywne*, Warszawa 1993, s.60-67; *Język jako element interakcji kulturowych*, *Poradnik Językowy* 1993, zesz. 6, s.310-316.

<sup>5</sup> L. Zawadowski, *Lingwistyczna teoria języka*, Warszawa 1966, s. 118.

Proponowane tutaj rozumienie komunikacji jest bardzo szerokie, podstawę do jego sformułowania stanowi komunikatywna funkcja języka. Jest ono jednocześnie do pewnego stopnia zbieżne z przemyśleniami W.J. Onga, który posługując się terminem „komunikacja ludzka” uważa, że nie jest ona nigdy jednokierunkowa. Według niego uczestnicy aktu komunikacji wobec niepewności co do wzajemnych reakcji muszą przewidywać swoje zachowania. „(...) muszę być zdolny do koniektury szeregu możliwych reakcji, choćby tylko przybliżonych. Już wcześniej muszę jakoś znaleźć się w umyśle tego drugiego, by wprowadzić swój przekaz, a odbiorca musi być w moim umyśle. By cokolwiek sformułować, muszę tę inną osobę lub osoby już mieć „w głowie”. Oto paradoks ludzkiej komunikacji. Komunikacja jest intersubiektywna” – pisze<sup>6</sup>

**Piąte zadanie. Proszę skomentować przytoczone wyżej stwierdzenie W. J. Onga.**

Węższy zakres omawianemu pojęciu nadaje J.Mikułowski Pomorski, który uważa, że nie wszystkie przekazy nastawione na odbiorcę są komunikatami; bywają przejawy „mowy zewnętrznej”, które nie komunikują, i że nie każdą interakcję da się włączyć w obręb pojęcia komunikacji<sup>7</sup>. Z takim stanowiskiem można by się zgodzić pod warunkiem, że potrafilibyśmy, przynajmniej na płaszczyźnie językowej, oddzielić precyzyjnie to wszystko, co podporządkowane jest funkcji komunikatywnej, od tego, co jej nie pełni i jednocześnie wskazać przykłady aktów mowy „czystych”, czyli takich, którym przyporządkowana jest tylko jedna funkcja. „Chociaż rozróżniamy sześć podstawowych aspektów języka, nie moglibyśmy równocześnie znaleźć komunikatu słownego spełniającego tylko jedną funkcję. Odmiennosc każdorazowego aktu mowy polega nie na monopolu którejś z tych funkcji, ale na odmiennym porządku hierarchicznym funkcji. Struktura słowna komunikatu zależy przede wszystkim od funkcji dominującej”<sup>8</sup> – pisał R.Jakobson. Można się natomiast bez zastrzeżeń zgodzić ze stwierdzeniem, że nie wszystkie elementy aktu mowy pełnią funkcję komunikatywną.

W przywołanym wyżej znaczeniu funkcjonuje też termin *komunikowanie* (np. komunikacja masowa : komunikowanie masowe). Zastanawiając się nad nim, J. Mikułowski Pomorski pisze, że komunikowanie ma zawsze charakter intencjonalny, co wynika z wielu różnych rozważań, między innymi H. Lasswella, C. Shannona i R. Jakobsona. Dodajmy tutaj, że ta intencjonalność jest skutkiem świadomości komunikacyjnej nadawcy. Według różnych badaczy może być ona różnie interpretowana. Może więc nadawcy chodzić o to, by być właściwie (dobrze) zrozumianym, żeby wyrzeć na odbiorcy odpowiednie wrażenie, by go

<sup>6</sup> W.J.Ong, *Oralność i piśmienność*, Lublin 1992, s.230.

<sup>7</sup> Por.: J.Mikułowski Pomorski, *Informacja i komunikacja. Pojęcia, wzajemne relacje*, Wrocław...1988, s.72.

<sup>8</sup> R.Jakobson, *Poetyka w świetle językoznawstwa*, *Pamiętnik Literacki* LI, zesz.2,s.435.

przekonać, nakłonić bądź mu zaimponować<sup>9</sup>. Takie rozumienie omawianego terminu bardzo wyraźnie wynikałoby z przywoływanego już ujęcia R. Jakobsona.

### **Szóste zadanie. Na czym polega intencjonalność komunikowania.**

Wypada jeszcze zauważyć, że w obiegowym znaczeniu komunikowanie to po prostu przekazywanie informacji i może się ono odbywać bez jakiegokolwiek intencji, a dokładniej mówiąc, jedyną intencją mówiącego może być chęć lub konieczność przekazania informacji.

Termin *komunikowanie* jest w języku polskim formacją pochodną od czasownika *komunikować*, który tworzy wyraźną opozycję z formą zwrotną *komunikować się*. Pierwszy z nich, na co wskazuje jego struktura gramatyczna, zakłada jednokierunkowość przekazu. Komunikowanie musi zatem w języku polskim być rozumiane jako proces jednostronny (jednokierunkowy) niezależnie od tego, w jakiej sytuacji się odbywa, i niezależnie od intencji jego uczestników. Nawet jeśli założymy wymiennosc ról nadawcy i odbiorcy, to za każdym razem akt komunikowania będzie tylko mikroaktem w określonej sytuacji. Forma zwrotna natomiast implikuje dwustronność (dwukierunkowość) lub inaczej mówiąc - wzajemność aktu komunikowania, który tak rozumiany, da się określić nie tylko jako komunikacyjne sprzężenie zwrotne i nie tylko jako prosta wymiana ról między uczestnikami tego aktu. Mówiąc o komunikowaniu się, nie zakładamy ani wymiennosci ról, ani tym bardziej istnienia roli nadawcy i odbiorcy, mamy raczej na myśli uczestników aktu niż osobę mówiącą i osobę słuchającą. Pojęcie komunikowania się umożliwia więc całościowe, syntetyczne mówienie o procesie.

Siódme zadanie. Proszę (na podstawie szkolnej wiedzy z gramatyki języka polskiego) wyjaśnić pojęcie „komunikowanie się”

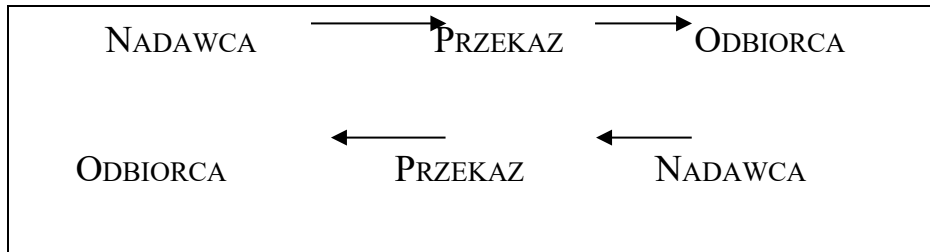
**Komunikowanie** ma zatem liniowy, jednokierunkowy charakter i niezależnie od tego, w jaki sposób je zdefiniujemy, proces ten wymaga trzech stałych elementów określanych jako nadawca, komunikat (przekaz) i odbiorca:



---

<sup>9</sup> J.Mikułowski Pomorski, op. cit.

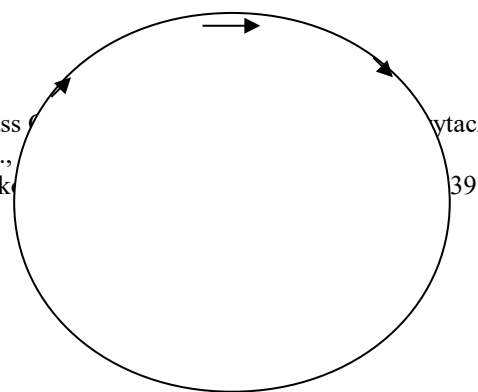
Taki układ jest właściwy większości wypadków komunikowania medialnego. Jednak nader często (szczególnie w rozmowie bezpośredniej) role nadawcy i odbiorcy są wymienne, co uwzględnia schemat DeFleura<sup>10</sup>:



Typ przekazu przedstawiony na schemacie jest właściwy sytuacji dialogowej, w której nadawca komunikatu kontaktuje się z jego odbiorcą na zasadzie sprzężenia zwrotnego, wobec czego ten ostatni w opisywanej sytuacji także występuje w roli nadawcy, który z kolei odbiera komunikat. Inaczej mówiąc nadawca i odbiorca zamieniają się rolami. To ujęcie jest zbieżne z ustaleniami poczynionymi przez F.de Saussure'a<sup>11</sup>, który opisując indywidualny akt komunikacji, posłużył się określeniem *obwód mówienia*. Aby obwód mógł być zamknięty muszą się w nim znaleźć co najmniej dwie osoby. Trudno jednak powiedzieć, że wymieniają się one rolami, na co może wskazywać przywołany wyżej schemat. Akt komunikacji stanowił dla F.de Saussure'a zamkniętą całość i odpowiadałby raczej omówionemu wyżej pojęciu **komunikowania się**, które schematycznie wyglądałoby w taki sposób

<sup>10</sup> M.L.DeFleur, Theories of Mass Communication, tłum. J. G. Dobson, Warszawa 1997, s. 39.

<sup>11</sup> Por.: F.de Saussure, Kurs językoznawstwa ogólnego, Warszawa 1975, s. 39.



Wytaczam za: T.Goban-Klas, Media i

39.

Uczestnik aktu



Uczestnik aktu



Spośród wielu teorii i schematów komunikowania<sup>12</sup> wypracowanych na gruncie teorii komunikacji na szczególną uwagę zasługuje przedstawiony w roku 1948 przez H. Lasswella. Jest on najczęściej cytowany we wszelkiego rodzaju opracowaniach dotyczących komunikowania, niektórzy zaś badacze wręcz uważają, iż jest tak uniwersalny, że wiedza o komunikacji zawsze będzie się musiała do tego modelu odwoływać. W pracy *The Structure and Function of Communication in Society* został sformułowany w postaci pięciu pytań zawartych w jednym zdaniu: „Kto mówi, co, jakim środkiem, do kogo i z jakim skutkiem?” Ostatnie z tych pytań, dotyczące skutków aktu komunikacji (chodzi tu oczywiście o zamierzone lub niezamierzone oddziaływanie na odbiorcę) spowodowało, że bywa nazywany schematem perswazyjnym. Pytania, o których mowa, da się przedstawić na takim wykresie:

nadawca

treść przekazu

środek przekazu (medium)

skutek

odbiorca

Popularność tego schematu wynika prawdopodobnie stąd, że zwraca się w nim uwagę właśnie na efekty aktu komunikowania. Efekty te mogą być oczywiście różnego rodzaju, żeby wymienić takie, jak: kulturowe, polityczne, społeczne czy wreszcie językowe.

**Siódme zadanie. Proszę zinterpretować na własnych przykładach poszczególne schematy komunikowania.**

Nie należy oczywiście mylić skutków komunikowania z jego skutecznością. Skutek bowiem – to po prostu następstwo jakiegoś działania, jego wynik (rezultat). Każde działanie może być skuteczne, bądź nie. Skuteczne jest wtedy, gdy przynosi efekty zgodne z przyjętymi założeniami, nieskuteczne wtedy, gdy nie osiągamy oczekiwanych rezultatów. Tak więc, gdy mówimy o skuteczności komunikowania, zakładamy świadome działanie nadawcy, którego

<sup>12</sup> Ich szczegółowe omówienie znajdziemy w: T.Goban-Klas, op. cit.; Marcelina Zuber, *Wybrane teorie komunikowania masowego i próby ich empirycznej weryfikacji* (w:) *Studia z teorii komunikowania masowego*, red. B.Dobek-Ostrowska, Wrocław 1999.

zamierzeniem jest określony wpływ na odbiorcę komunikatu. Ponieważ trudno sobie wyobrazić w dzisiejszych warunkach czysty przekaz medialny, większość z nich ma instrumentalny charakter, stąd popularność przywołanej wyżej formuły. Dodajmy jeszcze, że każdy przekaz może wywołać pozytywne lub negatywne skutki niezamierzone. W tym drugim przypadku mówi się o niepowodzeniu komunikacyjnym.

Dla językoznawcy warunkiem skutecznego komunikowania jest sprawne posługiwanie się językiem, warunkujące także możliwość porozumienia. Zresztą zarówno strategia porozumienia, jak i perswazji zakłada użycie podobnych środków językowych i obie są zależne od sprawności komunikacyjnej, a w węższym znaczeniu – językowej. Język bez wątpienia jest najważniejszym narzędziem komunikowania i jednocześnie ma właściwość konstytuowania wspólnot komunikatywnych. Na marginesie trzeba zauważyć, że istnieje pogląd, według którego wypowiedzi, które nie osiągnęły celu, jaki nadawca sobie zamierzył, są skutkiem niewłaściwego (niepoprawnego?) użycia języka. Dotyczy to także sformułowań wywołujących niewłaściwe (niezgodne z zamierzeniami nadawcy) reakcje, co więcej to i tylko to, co nieskuteczne, jest w tekście błędne i niepoprawne<sup>13</sup>.

**Ósme zadanie. Na czym polega skuteczność komunikowania. Proszę znaleźć i omówić po jednym przykładzie komunikowania skutecznego i nieskutecznego**

Wszelkie modele komunikacyjne, są z natury rzeczy (każdy swego rodzaju) konstrukcjami teoretycznymi, służą analizie procesów komunikowania, ale nie mogą oddać istoty całego intersubiektywnego procesu, o którym W. J. Ong pisze: „Aby mówić, muszę w jakiś sposób być już w komunikacji z umysłem, do którego się zwracam, zanim jeszcze zacznę mówić. W takiej łączności mogę być dzięki związkom z przeszłości, poprzez wymianę spojrzeń, poprzez porozumienie z osobą trzecią, która sprawiła, że zetknąłem się z moim interlokutorem, i dzięki niezliczonym innym sposobom. (Słowa to modyfikacja nie tylko sytuacji werbalnej). W tym drugim umyśle muszę wyczuć coś, do czego może nawiązać moja wypowiedź. Komunikacja ludzka nie jest nigdy jednokierunkowa. Nie tylko wymaga zawsze reakcji, lecz reakcja antycypowana kształtuje jej formę i treść”<sup>14</sup>.

**Dziewiąte zadanie. Proszę skomentować powyższą wypowiedź W. J. Onga.**

Za typową, czy może raczej za najprostszą teoretycznie sytuację komunikacyjną uznajemy więc sytuację dialogu (gr. διάλογος ‘rozmowa’), czyli bezpośredniej, spontanicznej wymiany zdań. Ten rodzaj komunikowania jednak we współczesnej kulturze wyraźnie się

<sup>13</sup> Poglądy takie prezentuje W. Pisarek w pracach: *Słowa między ludźmi*, Warszawa 1986; *Retoryka dziennikarska*, Kraków 1970.

<sup>14</sup> W. J. Ong, *Oralność i piśmienność*, Lublin 1992, s.230.

kurczy na rzecz komunikacji zbiorowej (publicznej) nie bez racji nazywanej komunikowaniem masowym. Niezależnie od tego, jak będziemy rozumieć ten ostatni termin, warto sobie uświadomić, że ukształtował się on ze względu na masowego odbiorcę, który w pewnym momencie stał się głównym przedmiotem zainteresowań badaczy komunikowania masowego. Ten punkt widzenia jeszcze do niedawna był właściwie obcy w badaniach lingwistycznych w strukturalnej tradycji skierowanych głównie na system języka, a więc na właściwości kodu. Dociekania zaś tekstologiczne nastawione na przekaz językowy w naszych warunkach mają stosunkowo niedługą tradycję. Dopiero w ciągu ostatnich kilku lat zaczęto się interesować percepcyjnymi możliwościami odbiorcy i jego przygotowaniem do uczestnictwa w wielowymiarowych interakcjach komunikacyjnych. Pojawiło się pojęcie tzw. alfabetyzmu funkcjonalnego rozumianego jako rodzaj kompetencji komunikacyjnej pozwalającej na właściwy odbiór informacji<sup>15</sup>, co jest niezbędnym składnikiem świadomego uczestnictwa w życiu społecznym. Na ten aspekt komunikowania zwraca uwagę T. Rittel uznając „...skuteczność komunikacyjną, wyrażającą się w zrozumieniu tego, czego chce nauczyciel i tego, co może i musi zrozumieć uczeń” za jeden z celów tzw. lingwistyki edukacyjnej<sup>16</sup>. Warto tutaj wspomnieć, że oddziaływanie na komunikacyjne zachowania jednostki w interakcjach społecznych już ponad trzydzieści lat temu W. Lubaś starał się umieścić w założeniach polityki językowej<sup>17</sup>. Jeszcze wcześniej zaś L. Zawadowski pisał o funkcji komunikatywnej tekstu z punktu widzenia słuchacza (odbiorcy), który z tej funkcji korzysta, nazywając „pobieranie informacji” „biernym używaniem języka” lub „rozumieniem tekstu”<sup>18</sup>

W badaniach nad komunikowaniem masowym ważny jest więc element zwany w uproszczeniu odbiorcą. Ma on zarówno teoretyczne, jak i praktyczne znaczenie. Ten pierwszy wymiar może być ważny na przykład ze względu na socjologiczną i kulturoznawczą interpretację przekazu wywołującego określone reakcje odbiorców. Jednym z najistotniejszych praktycznych aspektów badań odbiorców jest współcześnie skuteczność oddziaływania przekazów reklamowych i politycznych. Właściwy (zgodny z intencjami nadawcy) skutek tego rodzaju przekazy odniosą nie tylko wtedy, gdy nadawca posiadający odpowiednie kompetencje stworzy właściwy według niego komunikat. Musi on jeszcze mieć pewność, iż odbiorca ten komunikat jest w stanie zrozumieć i zaakceptować, że ma także odpowiednie kompetencje. Ten jednak aspekt komunikowania, jak się wydaje, nie jest przez badaczy w pełni doceniany, w lingwistyce zaś główny nacisk kładzie się przede wszystkim na umiejętności tworzenia tekstów, nie zaś ich odbierania – większą wagę przywiązuje się do

<sup>15</sup> Por. na ten temat: H. Gulczyńska, E. Świerzbowska-Kowalik, Alfabetyzm funkcjonalny – kwalifikacje – praca, Nauka i Szkolnictwo Wyższe 1996, nr.7, s.45-62.

<sup>16</sup> T.Rittel, Podstawy lingwistyki edukacyjnej, Kraków 1993, s.181.

<sup>17</sup> Por.: W.Lubaś, Społeczna rola języka a polityka językowa, Zaranie Śląskie XXXVIII, 1975, z.2, s.251.

<sup>18</sup> L.Zawadowski, Lingwistyczna teoria języka, Warszawa 1966, s.117.



czynnego niż do biernego używania języka. Wynika to chyba przede wszystkim z teorii i praktyki nauczania języków obcych, gdzie uwagę skupia się głównie na opanowaniu tzw. czynnej znajomości języka. Początek takiemu podejściu dali uczeni amerykańscy (m.in. L.Bloomfield, Ch.C.Fries, Ch.F.Hockett), których ustalenia teoretyczne próbowano stosować do skutecznego i szybkiego nauczania języków obcych dla potrzeb armii w czasie II wojny światowej. W tym celu stworzono nawet w roku 1941 Intensiv Language Program i w 1943 r. Army Specialized Training Program.

Na specjalną pozycję odbiorcy (nie tylko tego obecnego fizycznie) w procesach komunikowania i na specyficzny typ zależności między nadawcą a odbiorcą zwraca uwagę cytowany wcześniej W.J.Ong, pisząc, że „w rzeczywistej komunikacji ludzkiej nadawca musi nie tylko przyjąć pozycję nadawcy, lecz także pozycję odbiorcy, zanim może cokolwiek przesłać”<sup>19</sup>, a dalej: „i przy mówieniu, i przy pisaniu jakiś odbiorca musi być obecny, albo nie powstanie żaden tekst; dlatego piszący, odizolowany od osób realnych, wyczarowuje osobę lub osoby fikcyjne”<sup>20</sup>.

W komunikacji zbiorowej, której dzisiaj najbardziej rozpowszechnioną formą jest komunikowanie medialne, sytuacja staje się jeszcze bardziej skomplikowana, nadawca bowiem musi sobie wyobrazić tzw. odbiorcę masowego (odbiorcę zbiorowego, zbiorowość odbiorców) i powinien mieć pewność, że do niego dotarł i został właściwie zrozumiany. Może to być już trudne na poziomie kontaktu bezpośredniego, o czym wiedzą na przykład niedoświadczeni nauczyciele czy wykładowcy. Swobodny kontakt jesteśmy w stanie utrzymać z audytorium w granicach do 30 osób. Jeśli liczba ta przekroczy 100 osób, nie możemy już być pewni skutków przekazywanego komunikatu. T.Goban-Klas uważa, że trudność ze zidentyfikowaniem odbiorców jest jedną z ważniejszych różnic między komunikowaniem bezpośrednim a medialnym<sup>21</sup>. Każde medium, co wynika z istoty tego pojęcia, powoduje rozszerzenie komunikacji w przestrzeni bądź w czasie, w związku z czym w większości przypadków nie jesteśmy w stanie nie tylko ustalić tożsamości osoby, do której adresujemy przekaz, ale także określić cech zbiorowości, do której ten przekaz dociera; na dodatek zbiorowość taka jest rozproszona. Nie znaczy to oczywiście, że nie jest rozpoznawalna. Badacze komunikacji masowej wypracowali bowiem odpowiednie metody umożliwiające rozpoznawanie tzw. audytorium, którym to terminem określa się zbiorowość odbiorców.

Komunikowanie masowe, z którym związane jest pojęcie masowych mediów zakłada istnienie masowego społeczeństwa. Pojęcie masy społecznej ukształtowało się w wyniku badań społeczeństwa amerykańskiego. Jej głównymi cechami były anonimowość i

---

<sup>19</sup> Op. cit., s.230

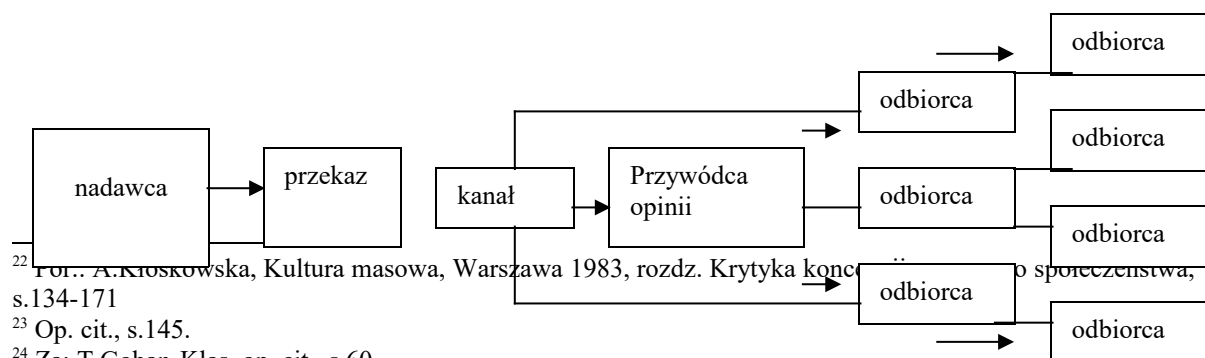
<sup>20</sup> Op. cit., s.231.

<sup>21</sup> Op. cit., s.207.

heterogeniczność jednostek oraz brak więzi i interakcji, z czym wiązano niezdolność do zintegrowanych działań. Tak widziane społeczeństwo trzeba traktować jako pewną wyidealizowaną konstrukcję teoretyczną utworzoną do celów badawczych wyrosłą z obserwacji oraz z badań ankietowych, które sprzyjały takiemu jego ujęciu<sup>22</sup>. „Przekonanie o wszechmocy środków masowego komunikowania i ich przemożnym, automatycznym wpływie na bezbroną masę odbiorców kształtowały się w latach dwudziestych i trzydziestych pod wpływem obserwacji ogromnego rozwoju ilościowego i stałego wzrostu popularności radia i kina” – pisze A.Kłoskowska<sup>23</sup>. Teoria masowego społeczeństwa i w związku z tym masowego - bezwolnego odbiorcy na długi czas opanowała wiele różnych badań – nie tylko socjologicznych. Przekonanie o potędze mediów (a w szczególności telewizji) w oddziaływaniu na biernego odbiorcę jest do dzisiaj powszechne wśród polityków, co wykazała ostatnia kampania prezydencka. Posiłkują się nim także twórcy reklam i autorzy tzw. ramówek w radiu i telewizji.

**Zadanie dziesiąte. Proszę wyjaśnić pojęcie komunikowania masowego. Czy ma ono dzisiaj znaczenie w interpretacji zachowań komunikacyjnonojęzykowych.**

Tymczasem już pięćdziesiąt lat temu zaczęto łączyć koncepcję masowego oddziaływania mediów z komunikowaniem interpersonalnym. W takim ujęciu odbiorca jawi się nie jako zatowarowana, bezkształtna masa, ale raczej jako suma małych grup posiadających także wewnętrzną komunikację. Jednostka w takiej grupie jest raczej odbiorcą pośrednim. Przekaz wyemitowany przez media trafia do odbiorców poprzez osoby pełniące funkcję tzw. liderów opinii (autorytetów). Nie są to oczywiście jednostki wszechwiedzące, wobec tego w różnych dziedzinach i w różnych sytuacjach role te odgrywają różni członkowie wspólnot komunikacyjnych. Koncepcja, o której mowa znana jest jako teoria dwustopniowego przepływu informacji Katza i Lazarsfelda i schematycznie wygląda w następujący sposób<sup>24</sup>:



<sup>22</sup> Pol.: A.Kłoskowska, Kultura masowa, Warszawa 1983, rozdz. Krytyka koncepcji o społeczeństwie, s.134-171

<sup>23</sup> Op. cit., s.145.

<sup>24</sup> Za: T.Goban-Klas, op. cit., s.60.

**Zadanie jedenaste. Proszę omówić i wyjaśnić schemat, dobierając odpowiednie przykłady komunikowania.**

Dwie przedstawione wyżej teorie, mimo iż ukształtowane kilkadziesiąt lat temu, mają, jak się wydaje, do dzisiaj decydujący wpływ na sytuowanie pojęcia odbiorcy w procesie komunikowania, oddziałują też na postawy językoznawców zajmujących się badaniem wpływu mediów na język i w wyjaśnianiem zjawiska ekspansji niektórych środków językowych. Bardzo wyraźnie się to uwidoczniło w referatach i w dyskusji na III Forum Kultury Słowa. „Media – jak mówiono – chcąc pozyskać uwagę, zainteresowanie i aprobatę jak najliczniejszej publiczności, opisują wydarzenia negatywne, zjawiska przemocy, agresji, wulgarności za pomocą rażąco dosadnych środków językowych. Prezentacja w mediach rzeczywistych przejawów agresji, wulgarności i relatywizmu aksjologicznego umacnia ich miejsce w życiu społecznym, co z kolei usprawiedliwia wzmożone zainteresowanie mediów tymi niepożądanymi zjawiskami. Tak działa spirala wulgaryzacji rzeczywistości medialnej. (...) Podkreślano, że media, zajmując coraz więcej miejsca i czasu w życiu społecznym i prywatnym Polaków, wywierają coraz większy wpływ na ich zachowania komunikacyjne”<sup>25</sup>

Zbiorowość odbiorców medialnych niezależnie od teoretycznego ujęcia trudno jest uznać za grupę w sensie socjalnym z tego chociażby powodu, że zasadniczo różni się ona od audytorium zebranego np. w sali wykładowej czy teatralnej. Różni się tym, że przede wszystkim stanowi jedynie pewną strukturę teoretyczną – nie istnieje w konkretnym sensie przestrzennym, i czasowym i nie ma cech zachowań zbiorowych. Tak więc wykładowca może zostać nagrodzony oklaskami, można mu zadawać pytania, co jest możliwe tylko w kontakcie bezpośrednim zsynchronizowanym w czasie i przestrzeni.

Omawiane tutaj pojęcie odbiorcy wymaga kilku różnych uściśleń, by mogło być precyzyjnie wykorzystywane w badaniach nad komunikowaniem nie tylko językowym. Rozwój szeroko rozumianych środków komunikowania<sup>26</sup> powodował systematyczne rozszerzanie jego zakresu i doprowadził w końcu do ukształtowania trudnego do

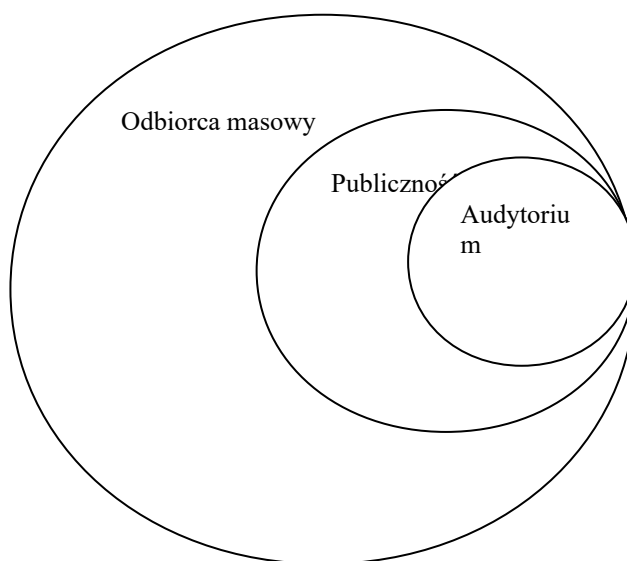
---

<sup>25</sup> W.Pisarek III Forum Kultury Słowa (w:) Język w mediach masowych pod red. J.Bralczyka i K.Mosiółek-Kłosińskiej, Warszawa 2000, s.6.

<sup>26</sup> Najpełniejszy ich przegląd oraz opis zmian, jakie się z nimi wiążą w przekazywaniu informacji, znajdziemy w książce P.Lewinsona Miękkie ostrze, Warszawa 1999.

zdefiniowania i uchwycenia odbiorcy masowego. Precyzyjniejsze od niego i łatwiejsze do zastosowania w badaniach (także lingwistycznych), chociaż przez badaczy różnie rozumiane, wydają się terminy *publiczność* i *audytorium*<sup>27</sup>.

Pierwszy z nich można zdefiniować po prostu jako *zbiorowość odbiorców*<sup>28</sup> z zastrzeżeniem, że jest to termin chronologicznie zmienny, konkretyzujący się w zależności od poglądów na istotę komunikowania masowego i na masowego odbiorcę. Poglądy te da się umieścić między dwiema skrajnościami: od bezwolnej, uzależnionej od mediów masy po wyselekcjonowaną zbiorowość, do której skierowane są ściśle określone przekazy. Taką zbiorowość można nazwać terminem *audytorium*<sup>29</sup>. Pojęcia, o których mowa, dałoby się zatem ująć w trzech kręgach:



z których zewnętrzny symbolizowałby odbiorcę masowego, środkowy – publiczność, wewnętrzny zaś – audytorium.

### **Zadanie dwunaste. Jak Państwo rozumieją pojęcie odbiorcy.**

Zastanawiając się nad przekazami medialnymi, jesteśmy skłonni do ich całościowego, globalnego ujmowania, traktując jednocześnie niektóre zjawiska hasłowo, przy czym ich ocena w publikacjach naukowych jest raczej negatywna. Tak na przykład cytowana już publikacja Rady Języka Polskiego „Język w mediach masowych” pesymistycznie przedstawia obraz współczesnej polszczyzny. Taki jej obraz rysowali uczestnicy III Forum Kultury Słowa

<sup>27</sup> Nie są one jednak bynajmniej interpretowane całkiem jasno i jednoznacznie, obrosły zaś już tak bogatą literaturą, iż nawet pobieżny jej przegląd nie jest możliwy. Odnotujmy wobec tego, że wzbudziły zainteresowanie takich badaczy, jak na przykład: G.Tarde, G.Le Bone, H.Blumer, H.Laasswell, czy M.Brouwer; z polskich zaś: A.Kłoskowska, J.Mikłowski-Pomorski, Z.Nęcki.

<sup>28</sup> Por.: J.Mikułowski Pomorski, Z.Nęcki, *Komunikowanie skuteczne*, Kraków 1983.

<sup>29</sup> Por. T.Goban-Klas, *op. cit.*, s. 216-220.

w Białymstoku, gdzie między innymi mówiono o „Językowych przejawach agresji w mediach”, „Manipulacji językowej w mediach” czy o „Wulgaryzacji języka w mediach”. „Referaty i dyskusje narzuciły uczestnikom konferencji właściwą mediom negatywistyczną orientację (...) tak jak media interesują się raczej wydarzeniami niepomysłnymi niż pomysłnymi, raczej niedobrymi ludźmi niż dobrymi, tak i referenci i dyskutanci więcej czasu i słów poświęcili niepożądanym cechom języka w mediach niż zasługom mediów w krzewieniu wzorowej polszczyzny”<sup>30</sup>. Można powiedzieć, że panuje powszechne przekonanie o negatywnym oddziaływaniu mediów nie tylko na język, ale i na wszelkie inne przejawy kultury i życia społecznego, przy czym zjawiska te traktowane są niejako w oderwaniu od indywidualnego, konkretnego odbiorcy. Staje się on, o czym była wyżej mowa, odbiorcą masowym, publicznością czy w najlepszym razie audytorium podatnym przede wszystkim na działania demoralizujące. Prasa, radio i telewizja zaś z upodobaniem te działania prowadzą. Z tego też względu warto byłoby spojrzeć na odbiorcę przekazów medialnych jako na indywidualium poddane co prawda zmasowanemu atakowi, ale właśnie ze względu na ten atak szukającemu treści mu odpowiadających. Oczywiście w tzw. zalewie informacji łatwo można się zgubić, ale zauważmy, że przekazy medialne nie są chaotyczne. Charakteryzują się one tematyczną i chronologiczną logiką. Z góry na przykład wiadomo, o której godzinie, w którym programie telewizyjnym bądź radiowym można znaleźć określonego rodzaju informacje, kiedy emitowane są teleturnieje, programy dla dzieci itd. Czynny odbiorca niezależnie od teorii, która go sytuuje w takim lub innym miejscu struktury publiczności medialnej szuka po prostu tego, co go dotyczy bądź interesuje, co więcej ma on swoje stałe programy i jest skłonny im podporządkowywać swój rozkład zajęć. Jeszcze wyrazistsza, jak się wydaje, jest sytuacja z odbiorcami prasy. Tak więc tytuły ustabilizowane na rynku mają swoich stałych odbiorców, co więcej – odbiorca zwykły przekazy w nich drukowane czyta w pewnej kolejności, lekturę zaś ułatwiają mu spisy treści będące odzwierciedleniem określonego, zazwyczaj stałego, ich układu.

Warto wobec tego, co zresztą w badaniach nad komunikowaniem (masowym?) od pewnego czasu się robi, więcej uwagi poświęcić czynnemu, indywidualnemu odbiorcy. W ten sposób na przykład traktuje go W. Stephenson, dla którego jest to osoba inspirowana przekazami medialnymi i pod wpływem tych przekazów kształtująca swoje wyobrażenia o świecie<sup>31</sup>. Osoba taka (zależy to pewnie od jej indywidualnych predyspozycji), czerpiąc inspiracje z mass mediów, jest w stanie planować zarówno wydarzenia, które powszechnie są oceniane jako negatywne, jak i takie, które są wartościowane pozytywnie. Czynny stosunek odbiorcy do przekazywanych mu treści podkreślali też na początku lat siedemdziesiątych J. G.

<sup>30</sup> W. Pisarek we wstępie do wspomnianej książki, s.6.

<sup>31</sup> Por.: W. Stephenson, *The Play Theory of Mass Communication*, New Brunswick 1988.

Blumer i E. Katz, którzy aktywnej roli odbiorcy upatrywali już w wyborze medium i w wyborze odpowiedniego rodzaju przekazu i kolejno na przykład w dążeniu do zdobywania wiedzy za pośrednictwem mediów czy w czerpaniu inspiracji do odpowiedniego spędzania wolnego czasu. Mówią też między innymi o instrumentalnym charakterze kontaktów medialnych mającym polegać na wybieraniu takich przekazów, które w najpełniejszy sposób zaspokajałyby potrzeby poszczególnych odbiorców<sup>32</sup>.

Wydaje się więc, że o ile uzasadnione zarówno w teorii, jak i w praktyce są takie pojęcia, jak mass media, środki masowej komunikacji, czy środki masowego przekazu, to niekoniecznie musi być uzasadnione pojęcie masowego odbiorcy czy wręcz masowego społeczeństwa<sup>33</sup>, które ukształtowało się niejako przez analogię. Jeżeli bowiem istnieją środki, które umożliwiają powielanie przekazów i dostarczanie ich nieograniczonym liczbowo odbiorcom, to odbiorcy ci tworzą jakąś, chociaż rozproszoną, zbiorowość. Takie rozumowanie legło u podstaw koncepcji G.Tarde'a stworzonej w pracy *L'Opinion et la foule*<sup>34</sup> na podstawie obserwacji zasięgu prasy, potwierdzenie zaś znalazło w zasięgu i sile oddziaływania propagandy hitlerowskiej i stalinowskiej. „...pojęcie kultury masowej odnosi się do zjawisk współczesnego przekazywania wielkim masom odbiorców identycznych lub analogicznych treści płynących z nielicznych źródeł oraz do jednolitych form zabawowej, rozrywkowej działalności wielkich mas ludzkich” – pisała np. A. Kłoskowska<sup>35</sup>.

Warto się wobec tego zastanowić nad relacjami między omawianym tu terminem a pojęciem adresata. Trzeba zacząć od stwierdzenia, iż w rozważaniach z dziedziny teorii komunikowania oraz w opracowaniach językoznawczych najczęściej pojawia się termin *odbiorca*, przy czym bywa on różnie rozumiany. Tak więc F.de Saussure mówił na przykład o dwóch konkretnych rozmawiających osobach, z których jedna mówi, druga słucha, przy czym komunikowanie tworzy zamknięty obwód. U K.Bühlera<sup>36</sup> odbiorca jest jednym z elementów abstrakcyjnego układu komunikacyjnego i jak się wydaje, jest to raczej pojęcie pomocnicze służące do ustalenia jednej z trzech funkcji języka (funkcji impresywnej). Podobnie jest zresztą z nadawcą, któremu została przypisana funkcja ekspresywna. Także R.Jakobsonowi schemat „komunikacji słownej” posłużył do wyodrębnienia poszczególnych funkcji języka, na których skupił uwagę, nie wypowiadając się bardziej szczegółowo na temat poszczególnych jego elementów. Zamiennie z terminem *odbiorca* pojawia się u tego badacza

---

<sup>32</sup> Na ten temat por. np.: J.G.Blumer, *The Role of Theory in Uses and Gratifications Studies*, *Communications Research* 1979, nr 6, s.9-36; E.Katz, J.G.Blumler, M. Gurevitch, *Utilization of Mass Communication by the Individual* (w:) *The Uses of Mass Communication: Current Perspectives on Gratification Research*, Beverly Hills 1974.

<sup>33</sup> Szczegółowo to zagadnienie przedstawia A.Kłoskowska w dwóch rozdziałach cytowanej już „Kultury masowej”: *Ramy społeczne kultury masowej i Obraz kultury masowej* s.94-400.

<sup>34</sup> Na język polski przetłumaczonej w r.1904 jako *Opinia i tłum*.

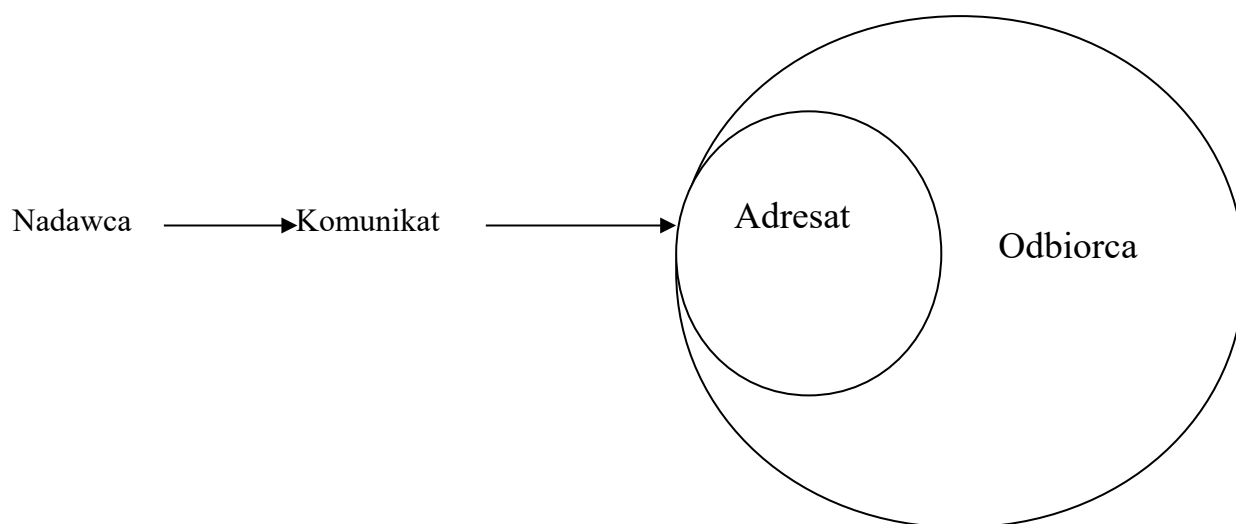
<sup>35</sup> Op. cit., s.95.

<sup>36</sup> K.Bühler, *Sprachtheorie*, Jena 1934.

*adresat*. Wydaje się przy tym, że oba nie mają konkretnego wymiaru – odnoszą się raczej do pojęć abstrakcyjnych. L. Zawadowski dość konsekwentnie posługuje się terminem *sluchacz*, który tylko czasem zastępuje przez *odbiorcę*. Nawiasem mówiąc, unika pojęcia nadawcy, które w jego pracy nie pojawia się chyba ani raz.

### **Zadanie trzynaste. Jak Państwo rozumieją pojęcie adresata.**

Nie sposób szczegółowo prześledzić wszystkich użycí interesującego nas pojęcia. Nie byłoby to zresztą celowe. Wydaje się jednak iż w ujęciach lingwistycznych implikuje ono raczej liczbę pojedynczą (*odbiorca, osoba słuchająca, sluchacz, adresat*), w badaniach nad komunikowaniem zaś raczej liczbę mnogą - zbiorowość, o czym już była wyżej mowa. Niezależnie od tego dla precyzji opisu różnych sytuacji komunikacyjnych celowe wydaje się wyraźne odróżnienie pojęcia adresata od odbiorcy. Pierwsze z nich proponuję zdefiniować jako osobę lub grupę osób, do których nadawca świadomie kieruje komunikat i dla których dany komunikat jest przeznaczony; drugie zaś jako osobę lub grupę osób, które niezależnie od intencji nadawcy odbierają nadane przez niego komunikaty. Da się to przedstawić na takim schemacie:



Nietrudno zauważyć, że w ten sposób rozumiany adresat jest pojęciem węższym niż odbiorca. Jest to też pojęcie precyzyjniejsze pozwalające z masy odbiorców wyodrębnić ich grupę zainteresowaną danym typem przekazów, bądź też ukierunkować przekaz na konkretną grupę odbiorców – adresatów. Swoich adresatów mają więc poszczególne przekazy w czasopiśmie, programach radiowych i telewizyjnych czy w sieci internetowej. Istnieją

czasopisma audycje i kanały skierowane do konkretnego adresata, np. do młodzieży. Adresatem „Poradnika Domowego” i „Pani Domu” są gospodynie domowe, adresat czasopisma „Dziewczyna” jest już określony w tytule, „Twoja Wizja” definiuje się zaś na stronie tytułowej jako magazyn teleabonentów. Jest przy tym rzeczą oczywistą, że wszystkie upublicznione przekazy mogą mieć także odbiorców, do których nie były adresowane, w tym także takich, dla których różne komunikaty z różnych względów nie powinny być dostępne.

**Zadanie czternaste. Jak Państwo rozumieją pojęcie adresata.**

**Zadanie piętnaste. Jaki jest cel powyższych rozważań opublikowanych w 2001 roku.**

### Literatura

- Blumer J.G., The Role of Theory in Uses and Gratifications Studies, Communications Research 1979, nr 6, s.9-36.
- Bugajski M., Językoznawstwo normatywne, Warszawa 1993.
- Język jako element interakcji kulturowych, Poradnik Językowy 1993, zesz. 6, s.310-316.
- Bühler K., Sprachtheorie, Jena 1934.
- DeFleur M.L., Theories of Mass Communication, New York 1966.
- Furdal A., Językoznawstwo otwarte, wyd. 2, Wrocław...1990.
- Goban-Klas T., Media i komunikowanie masowe, Warszawa... 1999.
- Gulczyńska H., Świerzbowska-Kowalik E., Alfabetyzm funkcjonalny – kwalifikacje – praca, Nauka i Szkolnictwo Wyższe 1996, nr.7, s.45-62.
- Jakobson R., Poetyka w świetle językoznawstwa, Pamiętnik Literacki LI, zesz.2,s. 431- 473.
- Katz E., Blumler J.G., Gurevitch M., Utilization of Mass Communication by the Individual (w) The Uses of Mass Communication: Current Perspectives on Gratification Research, Beverly Hills 1974.
- Kłóskowska A., Kultura masowa, Warszawa 1983.
- Lewinson P. Miękkie ostrze, Warszawa 1999.
- Lubaś W., Społeczna rola języka a polityka językowa, Zaranie Śląskie XXXVIII, 1975, z.2, s.251.
- Mikułowski Pomorski J., Informacja i komunikacja. Pojęcia, wzajemne relacje, Wrocław...1988.
- Mikułowski Pomorski J. ,Nęcki Z, Komunikowanie skuteczne, Kraków 1983.
- Ong J.W., Fighting for Life, Cornell University Press, Ithaca 1981.
- Oralność i piśmienność, Lublin 1992.
- Pisarek W., Słowa między ludźmi, Warszawa 1986.
- Retoryka dziennikarska, Kraków 1970.
- III Forum Kultury Słowa (w:) Język w mediach masowych pod red. J.Bralczyka i K.Mosiołek-Kłosińskiej, Warszawa 2000, s.5-7.
- Rittel T., Podstawy lingwistyki edukacyjnej, Kraków 1993.
- Saussure F.de, Kurs językoznawstwa ogólnego, Warszawa 1991.
- Stephenson W., The Play Theory of Mass Communication, New Brunswick 1988.
- Tarde G., Opinia i tłum, Warszawa 1904.
- Zawadowski L., Lingwistyczna teoria języka, Warszawa 1966.
- Zuber M. Wybrane teorie komunikowania masowego i próby ich empirycznej weryfikacji (w:) Studia z teorii komunikowania masowego, pod red. B.Dobek-Ostrowskiej, Wrocław 1999, s.10-23.



