

Wiesław Czechowski*

Szkic o naturze komunikowania – od samozwrotności do manipulacji

Rzecz jest o naturze **komunikowania**. Mapa współczesnych badań poruszających kwestie komunikacyjne jest niezwykle rozbudowana i może tyleż samo zachwycać, co utrudniać orientację w gąszczu szczegółowych zagadnień, a przez to wywoływać poczucie zagubienia. Wielość podejść i perspektyw badawczych, które charakteryzują pojęcie i zakres *komunikowania* (np. koncepcje filozoficzne, psychologiczne czy społeczne) wpływa na naukową ekspozycję (głównie w formie publikacji) jego niezliczonych przejawów. Z tego powodu używanie w badaniach i refleksji naukowej pojęcia *komunikowania* bez określenia perspektywy jego oglądu, a przez to odniesienia do sposobu rozumienia jego charakteru (semantyki), zakresu (denotacji) i liczby komponentów profilu tego pojęcia – może doprowadzić do nieporozumień. Czasem jednak, gdy nie chodzi o empirię, tylko jest mowa o naturze czegoś, warto przyjąć perspektywę uogólniającą. Przy tym – co ważne – nie chodzi tu o charakteryzowanie rzeczzonego terminu poprzez jego usytuowanie w sieci zależności z innymi (pokrewnymi mu) terminami naukowymi, do czego w sposób nieunikniony rozważania tego typu prowadzą i nierzadko tworzą *circulus in definiendo*. Nie chodzi także o tworzenie typologii ze względu na cel, narzędzia i okoliczności komunikowania, bo wówczas powstaje bardzo długa lista rodzajów komunikowania¹ (np. międzykulturowe, publiczne, masowe, interpersonalne, marketingowe, terapeutyczne itd.), które są już dość dobrze w literaturze naukowej scharakteryzowane. Kluczowa jest tu

197

* <https://orcid.org/0000-0003-4640-0504>, Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy.

¹ Wątpliwą zasadność tych podziałów skomentował Michael Fleischer w książce *Typologia komunikacji* (2013: 27).

refleksja, która doprowadzi do wyklarowania ogólnej natury zjawiska komunikowania. Ujmę to w dwóch punktach (krokach) definiujących:

1. 'Komunikowanie' rozumiem jako **sposób i treść oddziaływania** jednego podmiotu² na inny podmiot, co **wpływa**³ na kierunek myśli i/lub działań, sposób i jakość egzystencji oraz szerzej – bieg rzeczy w świecie⁴.

2. Komunikowanie przejawia się w dwóch płaszczyznach:

- **akcyjnej** – jest to postrzegalny **akt** komunikowania, jednostkowa emanacja i aktualizator procesu komunikowania (materiał);
- **systemowej** – jest to spetryfikowany **zbiór** aktów komunikowania, z uściśleniem: zbiór **cech powtarzalnych** w aktach komunikowania.

Do tych punktów dodam niezbędne wyjaśnienia.

Po pierwsze – punkt 2. przeciwdziała narzucającej się interpretacji treści punktu 1., której efektem mógłby być niepełny wniosek jakoby komunikowanie było wyłącznie aktem performatywnym.

Po drugie – **wpływ**, o którym mowa w punkcie 1., obejmuje – co niezwykle istotne – oba podmioty (strony) komunikowania. Przeczy to tradycyjnym ujęciom, w których podkreśla się jednostronność oddziaływania, tzn. że oddziaływanie w komunikowaniu to wpływanie na odbiorcę.

Po trzecie – oddzielenie w punkcie 2. **aktu** od **zbioru aktów** nie odbiega od istniejących już tego typu koncepcji naukowych, a nawet z nimi koresponduje. Mam tu na myśli stanowiska wskazujące na dualną naturę komunikowania, poczynawszy od klasycznego *langue i parole*⁵. W badaniach naukowych, szczególnie komunikologicznych, abstrakcyjne **zbiory** są podstawą teorii komunikowania, zaś materialne **akty** stają się dowodem, swoistym *exemplum* i narzędziem naukowego argumentowania.

Po czwarte – zaobserwowane i uchwycone w refleksji naukowej (np. w formie typologii technik perswazji, retorycznej listy argumentów itd.)

² Podmiot – aktywna/pasywna osoba uczestnicząca w interakcji.

³ Wpływ może być określany w skali: minimalny → pełny.

⁴ Bieg rzeczy w świecie – sumaryczno-kompilacyjne efekty komunikacyjnej aktywności podmiotów.

⁵ W ujęciach i źródłach historycznych akt komunikowania konotował akt użycia języka. Przywołując koncepcję *langue i parole*, wskazuję na koncepcję Ferdynanda de Saussure'a traktowaną jako mit założycielski przywołanej dwoistości (Paveau, Sarfati 2009: 80–81, 277). Autor oddziela (i jednocześnie kontrastuje) sferę języka (społecznego, psychicznego) od sfery mówienia (indywidualnego, psychofizycznego) i opowiada się za badaniami tej pierwszej. Emil Benveniste zaproponowany przez de Saussure'a podział nazywa dwoma odmiennymi światami, których drogi przecinają się w każdym momencie (Paveau, Sarfati 2009: 195). Ta ostatnia teza wskazuje na błąd ignorowania w badaniach lingwistycznych sposobów funkcjonowania języka w żywej komunikacji. Noam Chomsky tę dualność nazywa odpowiednio: *competence* i *performance* (Paveau, Sarfati 2009: 192).

zjawisko **powtarzalności** sposobów (strategii) oddziaływania komunikacyjnego stanowi pokłosie wielokrotnej (czasowo: wielowiekowej) weryfikacji tego, co jest skuteczne w określonych warunkach interakcyjnych⁶. Ustabilizowanie i utrwalenie tej wiedzy było możliwe, ponieważ schematy (układy) interakcyjne regulujące relacje międzyludzkie są – mimo wrażenia partykularyzmu – uniwersalne. Owszem, wysycenie schematów treścią jest zróżnicowane kulturowo, ale siatka relacji społecznych jest wspólna *humanum genus*, powtarzalna i trwale powiązana z usystematyzowaną listą ludzkich **potrzeb**, których zaspokajanie jest prawem i warunkiem (prze)trwania⁷. Standardowa lista tych potrzeb jest zamknięta (fizjologia, bezpieczeństwo, przynależność, uznanie, poznawczość⁸), choć sprawia wrażenie otwartej, ponieważ – i to trzeba wyraźnie zaznaczyć – potrzeby mogą przyjmować niezliczoną liczbę postaci, np. pomagania, ekspresji, podróżowania, gwałtu i zbrodni, wygody, sukcesu, bogactwa, doświadczania ryzyka, dominacji – sprawowania władzy⁹ itp.

Tak oto podmiot komunikujący (osoba aktywna), **z udziałem** drugiego podmiotu, co należy rozumieć: poprzez **kooperację** z nim lub **za** jego

⁶ Zbadane i przeanalizowane przez polskiego antropologa społecznego Bronisława Malinowskiego układy interakcyjne w tzw. grupach (plemionach) pierwotnych i związane z nimi sposoby i treści komunikowania wskazały na wybitnie pragmatyczne korzenie komunikacji społecznej. Według badacza w tym odniesieniu język służy organizowaniu i koordynowaniu wspólnych działań służących zaspokajaniu bieżących potrzeb własnych i grupy. To promuje interakcyjne strategie behawioralne, które (ewentualnie) wspierane są emotywnością (jako narzędziem perswazji). Obecne zaś w komunikowaniu cele poznawcze (modalne, informacyjne itp.) są wtórne i wiążą się z rozwojem języka w płaszczyźnie refleksyjno-narracyjnej (Malinowski 1987: 35 i n.).

⁷ Nawiązuję do schopenhauerowskiej koncepcji dziejów ludzkości sprowadzonej do zasady: *Semper eadem, sed aliter* („Zawsze to samo, ale inaczej”) (Schopenhauer 2005: 125). Świat potrzeb i świat komunikowania są skorelowane. Zaspokajanie potrzeb odbywa się według powtarzalnych scenariuszy. Na tle społecznym pośrednio koresponduje to z nietzscheańską tezą „wiecznego powrotu”, której źródła tkwią w filozoficznej myśli starożytnej – tu świat jawi się jako nieustanne powtarzanie się czynów i zdarzeń. Zostało to przez autora metaforycznie przedstawione w aforyzmie 341 we *Wiedzy radosnej* (Nietzsche 2010: 282).

⁸ Odnoszę się do spopularyzowanej w refleksji naukowej piramidy potrzeb Abrahama Maslowa (1943), choć – jak wokół każdej popularnej teorii naukowej – z biegiem lat doczekała się ona krytyki, np. podlega jej kolejność poziomów hierarchii, która – według krytyków – może być inna w zależności od typu kultury, ze szczególnym odniesieniem do podziału na typ kolektywistyczny i typ indywidualistyczny. W niniejszych rozważaniach ważna jest zamknięta lista potrzeb, a nie ich hierarchia.

⁹ Napoleon Bonaparte twierdził, że: „Ambicja władania duszami jest najsilniejszą z namiętności” (źródło: https://pl.wikiquote.org/wiki/Napoleon_Bonaparte, dostęp: 27.10.2022). Abstrahując od kontekstu historycznego, władanie, o którym mowa, może stać się celem i pożądanym następstwem każdej interakcji.

pośrednictwem, a także dzięki niemu, za jego zgodą (**perswazja**) lub bez tej zgody (**manipulacja**)¹⁰, zaspokaja swoje potrzeby.

Ta refleksja otwiera ogromny obszar rozważań (nie tylko naukowych) na temat kształtowania się i funkcjonowania grup społecznych. Nie wchodząc ani w istotę, ani szczegóły tych zagadnień – nie leżą w obrębie moich kompetencji – stwierdzam, że deliberacje (komunikacje) na ten temat, tj. o kształcie i przebiegu procesów społecznych, traktuję jako **źniwo samozwrotności** – są one jednym z wielu trybów mechanizmu społecznego, tzn. powstały instytucje, a w nich działają specjaliści, którzy zajmują się tą tematyką. Tym sposobem realizuje się scenariusz napełniania konstruktów (schematów) komunikacyjnych treścią według opracowanych i zaakceptowanych społecznie procedur. Te właśnie treści (a nie konstrukty – z wyjątkami, np. konstruktywistyczna koncepcja komunikacji M. Fleischera¹¹) przyciągają uwagę badaczy różnorodnych nauk, np. kulturoznawców, historyków, politologów, ekonomistów, lingwistów itd., którzy wytwarzają treści (kolejne)¹². W nich zaś eksponowane są wartości (idee, ideologie i światopoglądy, przekonania i racje) wraz ze sposobami ich interpretowania, redefiniowania, przekształcania, hierarchizowania, a także niszczenia i odbudowywania. Odbywa się to zarówno w **formie opisu** (perspektywa historyczna), jak i w **formie postulatywnej** (dyrektywności, doradztwa itp.). Obydwa podejścia nasycone są **wątkami aksjologicznymi**, tzn. treści zawierają wartościowanie – zarówno systemowe jak i konotacyjne. Innymi słowy, konstytucja społeczna i rola w niej jednostki to problematy analizowane z wielu perspektyw – oceniane są jako ważne i dlatego budzą emocje. Kwestie te były, są i prawdopodobnie niezmiennie będą przedmiotem dociekań w dziedzinie nauk społecznych i humanistycznych. Abstrahując w tym miejscu od szerokiego wachlarza wybitnych intelektualistów i autorów zagadnień tego nurtu, zarówno historycznych, jak i współczesnych (symbolicznie nazwę to „od Platona do Baumana”), mogę stwierdzić, że rzeczona problematyka komunikacyjnej społecznej aktywności człowieka, choć zróżnicowana tematycznie, da się kompresyjnie ująć w następujący sposób: *Poszczególne jednostki (podmioty), wykorzystując zasięg swego*

¹⁰ Pojęcie *manipulacji* wraz z całym zakresem jego rozumienia przejmuję od Jadwigi Puzyniny, która stwierdza, że ukrywanie przed odbiorcą intencji nie jest wystarczającym czynnikiem do uznania, że działanie komunikacyjne jest manipulacją i włącza jako warunek konieczny uznanie przez obserwatora postępowania nadawcy za działanie niemoralne (Puzynina 1992: 214).

¹¹ Skrótowe ujęcie tego podejścia przedstawione zostało przez autora w artykule *Komunikacja – jak to jest. Konstruktywistyczne ujęcie komunikacji* (Fleischer 2012), a pełna wersja w książce pt. *Ogólna teoria komunikacji* (Fleischer 2007).

¹² Notabene niniejszy tekst jest dowodem na to, że sam jestem skromnym trybem w tej procedurze.

wpływu¹³, rządząc świat prywatny/społeczny w tym kształcie, by gwarantować i optymalizować zaspokajanie potrzeb własnych (nawet jeśli ich pochodną jest filantropia lub jej imitacja), zaś gwarantowanie (umożliwianie lub sprawianie) tego innymi jednostkom (podmiotom) wynika – najczęściej – z potrzeby utrzymania własnej roli rządzącego lub – co najmniej – zachowania własnej pozycji umożliwiającej dostęp do narzędzi i okoliczności służących osiągnięciu stanu satysfakcji i zaspokojenia. Wszystkie te działania i stany rzeczy sprzęga, koordynuje i wypełnia komunikowanie.

Ta, można by rzec, psychobiologiczna koncepcja fundamentów gniazda społecznego i zachodzącej w nim komunikacji, jest swego rodzaju odpowiedzią na pojawiające się w nauce niejednoznaczne i niedoprecyzowane stwierdzenia, że to np. warunki ekonomiczne, kulturowe czy ideologiczne wpływają na treść, zakres i formy komunikacji społecznej (np. protesty), gdy tymczasem to one (te warunki) (wy)kreowane są przez akty komunikowania (np. regulacje, przepisy, prawo, umowy), te zaś wynikają z dyktatu potrzeb i demagogii. Ma to postać negocjacji znaczeń i ich zakresów. To stwarza nowe stany społeczne i komunikacje (np. protesty) – pętla się zamyka¹⁴. Nie widać początku, a wiele aspektów komunikowania jest postracjonalizowanych: sama odpowiedź na pytanie: „po co ktoś komunikuje?” często jest nadinterpretacją wynikającą z naiwnego założenia, że ktoś chce informować, doradzić, ostrzec, skłonić do działania, wywołać emocje itp.

Ludzie o władni logistyką codziennych spraw przeważnie nie dostrzegają, że z komunikowania – zarówno tego bardziej oficjalnego, instytucjonalizowanego¹⁵, jak i prywatnego – wszystko powstaje i w nim się realizuje. Komunikowanie to **akcje i procesy** zachodzące w **interakcji**¹⁶.

¹³ użytą frazę „zasięg wpływu” rozumiem jako liczbę podmiotów pozostających w relacji do dominium. Zasięg rośnie, gdy zwiększa się ich liczba, przy czym minimalny zbiór to jeden podmiot. Innymi słowy, zasięg wpływu może być wąski, np. w rodzinie, lub szeroki – np. w grupie zawodowej, w całym społeczeństwie, kulturze itp.

¹⁴ Nawiązuję do koncepcji Antoine’a Culiolego, który twierdzi, że w komunikowaniu nie istnieje podział na świat nadawcy i odbiorcy. Jest współwypowiadanie i współodbieranie. Autor nazywa to „zawrotną pętlą” (Paveau, Sarfati 2009: 212–213). W nauce o komunikowaniu pomysły zamkniętego obiegu komunikacyjnego pojawiły się już wcześniej, np. w konwersacyjnym modelu komunikacyjnym Charlesa Osgooda czy socjodynamicznym modelu cyrkulacji treści kulturowych w społeczeństwie Abrahama Molesa (Pisarek 2008: 108, 116–118).

¹⁵ Instytucje to konstrukty społeczne regulujące, porządkujące i legitymizujące działania komunikacyjne wybranych podmiotów komunikujących, co – jak już zaznaczyłem – ułatwia im zaspokajanie własnych potrzeb.

¹⁶ *Interakcja* – podobnie jak *komunikowanie* – jest pojęciem definiowanym i charakteryzowanym na wiele sposobów. Marek Ziółkowski twierdzi, że punktem wyjścia do rozumienia ludzkich działań jest uwzględnienie, zarówno w analizie naukowej, jak

Jest ono inicjowane przez potrzeby i stymulowane przez kontakt, zaś natura i rodzaj kontaktu wpływa na wybór środków obrazowania i sposobów organizacji tekstu. Co już podkreślałem, a dla jasności wywodu powtórzę: system społeczny organizowany jest przez akty komunikacji, które realizują się w tym systemie i przez niego są uprawomocnione. Tym samym komunikowanie staje się modusem konstruującym rzeczywistość, w której funkcjonujemy w różnych rolach i układach społecznych¹⁷. W tej wykreowanej rzeczywistości prowadzimy nasze indywidualne komunikacje, co (najczęściej) utrwała konstrukty (np. sport, ekologia, polityka) i utrzymuje społeczność w ruchu. Nawet wszelkie niestandardowe i nieprzewidziane jednostkowe zachowania komunikacyjne, niezależnie od tego, czy są realizowane w ramach odgrywanych ról społecznych (dobrowolnych lub narzuconych), czy w duchu kontestacji, są – oprócz promowanej treści – dowodem, że komunikowanie jest żywiołem społecznym, bez którego nie można się obejść, jest po prostu wszechobecne i wszechogarniające.

Jednak powszechność komunikowania nie przekłada się na jego domniemaną przejrzystość. Innymi słowy, nieuprawnione jest w tym wypadku łączenie częstości czy masowości komunikowania z jego przewidywalnością czy banalnością. Stwierdzenie, że ponieważ jest tego, czyli komunikacji, dużo, to uczestnictwo w nim, czyli komunikowaniu, musi być łatwe – jest wyrazem naiwnego, uproszczonego przekonania o charakterze tego zjawiska. I w sensie potocznym, i naukowym. W tym drugim odniesieniu wielość szkół i koncepcji¹⁸, wachlarz i zróżnicowanie konkluzji, a niekiedy nawet ich sprzeczność – dowodzi, że refleksja o samym procesie komunikowania, tzn. co w nim jest (struktura i semantyka) i czemu służy (pragmatyka), nie jest refleksją trywialną.

i refleksji potocznej, płaszczyzny interakcyjnej. Autor odnosi to do sposobów działań jednostki w konkretnych sytuacjach, które obejmują stosowane potoczne zabiegi rozumienia i dostosowania się do działań partnerów (Ziółkowski 1981: 21). Stanisław Grabias w książce *Język w zachowaniach społecznych* rozwija koncepcję M. Ziółkowskiego w IV rozdziale pt. *Spółeczne uwarunkowania zachowań językowych. Z teorii interakcji*, w którym szerzej opisuje determinanty społecznego procesu interakcyjnego (Grabias 1997: 245 i n.). Innym ciekawym źródłem wiedzy o interakcji jest artykuł Magdaleny Aleksandrak *Interakcja w ujęciach teoretycznych. Wieloaspektowy charakter zjawiska* (2015), w którym autorka omawia zagadnienie z trzech perspektyw: językoznawczej, psychologicznej i socjologicznej.

¹⁷ Tu jeszcze raz nawiązuję do konstruktywistycznej koncepcji komunikacji M. Fleischera (2007, 2012, 2013).

¹⁸ Dowodem tego może być zakres i treść monografii *Nauka o komunikowaniu. Podstawowe orientacje teoretyczne* pod red. Bogusławy Dobek-Ostrowskiej (2001), w której scharakteryzowano cele i funkcje komunikowania wykreowane przez autorów i szkoły reprezentujące różne dyscypliny, od filozofii i socjologii, poprzez medioznawstwo, politologię czy kulturoznawstwo, aż po ekonomię. Podejścia są zróżnicowane: od teorii strukturalizmu, poprzez funkcjonalizm, aż po determinizm technologiczny.

W potoczności dowodem złożoności komunikowania jest zjawisko niefortunnych¹⁹ aktów komunikacji (szczególnie werbalnych). Nieosiągnięte cele, a w związku z tym niezaspokojone potrzeby, frustrują i zaogniają relacje interpersonalne. Stąd (być może) biorą się popularne działania komunikacyjne, które można by uznać za swoistą profilaktykę przeciw nieskuteczności komunikacyjnej. Mam tu na myśli **powtarzalność**, która w teorii perswazji²⁰ jest oceniana jako jedna z kluczowych technik oddziaływania. To strategia zapewniająca stałe bodźcowanie otoczenia. Efektem jej zastosowania jest wysoka, nierzadko odbierana jako nadmiarowa, frekwencja aktów komunikowania, a nasuwające mi się porównanie do biologicznej strategii prokreacji (im większa liczba, tym większa szansa powodzenia) może być trafne. Aktualnie niepoślednią rolę w tych „prokreacyjnych próbach” odgrywają media, w tym miejsce szczególne zajmują media społecznościowe, które umożliwiają ekspozycje nieskończonej liczby komunikatów. Wysycenie interakcji dużą liczbą powtarzających się, podobnych do siebie aktów komunikowania oczywiście nie jest gwarancją powodzenia komunikacyjnego. Jednak w niektórych warunkach taka strategia może być bardzo skuteczna: świadczą o tym zarówno przeszłe, jak i współczesne sukcesy **propagandy**²¹ i podmiotów wprawiających ją w ruch. Historia dostarcza wielu dowodów, że zmasowana, spójna i powtarzalna (semantyka dopuszcza parafrazę) akcja propagandowa jest zwykle – jeśli nie w pełni, to w jakimś stopniu – skuteczna. Bynajmniej nie musi temu towarzyszyć subtelność, artyzm czy dbałość o celowany i zróżnicowany dobór strategii oddziaływania perswazyjnego.

Jednak zazwyczaj to jakość (a nie ilość) jest ważna. Ciceron z przekonaniem głosił, że *argumenta non numeranda, sed ponderanda sunt*²². W warunkach

¹⁹ Pojęcia „niefortunnego aktu mowy” używam w znaczeniu szerszym niż w koncepcji Johna Austina (1993), który stosował je do sytuacji niespełnienia obligatoryjnych procedur w zrytualizowanym komunikowaniu instytucjonalnym.

²⁰ Powtarzanie jako technikę perswazyjną wyróżnia m.in. Michał Gajlewicz w książce *Techniki perswazyjne. Podstawy*. Na wykreowanej liście technik perswazyjnych sytuuje ją jako pierwszą, zaznaczając, że jest ona istotną zmienną skuteczności komunikowania, jednak musi być umiejętnie stosowana. Autor przestrzega przed nadmiernym bombardowaniem powtarzalnymi komunikatami, które mogą doprowadzić do tzw. efektu bumerangowego – skutkuje to odrzuceniem treści natrętnej perswazji (Gajlewicz 2009: 122–123).

²¹ Terminu *propagandy* używam w rozumieniu Anthony’ego Pratkanisa i Elliota Aronsona, autorów książki *Wiek propagandy*. W opinii badaczy propaganda „obejmuje zręczne posługiwanie się obrazami, sloganami i symbolami, odwołującymi się do naszych uprzedzeń i emocji; jest komunikowaniem pewnego punktu widzenia, mającym na celu skłonienie odbiorcy do »dobrowolnego« przyjęcia tego punktu widzenia za swój” (Pratkanis, Aronson 2004: 17).

²² Co oznacza, że argumentów nie należy liczyć, lecz je ważyć (<https://pl.wikiquote.org/wiki/Ciceron>, dostęp: 28.10.2022).

naturalnej społecznej swobody ekspresji i ekspozycji myśli, wolności słowa itp. skuteczność działania komunikacyjnego przede wszystkim wynika z jego wirtuozerii.

Metafora gry na instrumencie muzycznym

W codziennych interakcjach, zarówno tych prostych, jak i bardziej złożonych, działanie komunikacyjne wiąże się z trudem (o ile go podejmujemy) komponowania i interpretacji (o ile ma być rzetelna) komunikatów. Metodologia **gramatyki komunikacyjnej**²³ Aleksego Awdiejewa i Grażyny Habrajskiej zapewnia możliwość wglądu w fascynujący świat funkcjonalnych i strukturalnych komponentów sensu przekazów i analizy procesu interpretowania tekstu werbalnego. Nurt, o którym mowa, skupia uwagę na **pragmatyce komunikowania** – jego celach oraz kompetencjach jego uczestników. By to zobrazować, posłużę się metaforą muzyczną, tzn. komunikowanie (jako akt) przedstawię jako grę na instrumencie muzycznym. W tej analogii środki i narzędzia komunikowania to instrument muzyczny (swoisty akt reifikacji), zaś podmiot komunikujący jawi się jako muzyk. To niechybnie prowadzi do wartościowania – otóż, jedni grają lepiej, inni gorzej. Jest też publiczność, która ma różne gusta i zróżnicowaną wrażliwość ucha.

Istnieją wspaniali **wirtuozi**. Mogą oczarować przyjemną treścią²⁴. Wówczas, bez względu na to, kto gra, z jakiej przyczyny i w jakim celu, sama gra może być zarazem piękna i uwodząca²⁵. Dla prawdziwego

²³ Komunikatywizm (gramatyka komunikacyjna) został zbudowany na trzech filarach: gramatyce funkcjonalnej Michaela A.K. Hallidaya (trzy poziomy języka – ideacja, interakcja, metadyskurs), teorii relewancji językowej Dana Sperbera i Deirdre Wilson (źródła uzupełnień sensu) oraz teorii aktów mowy Johna Austina i Johna Searle'a (illokucyjna typologia aktów mowy). Książki autorstwa Aleksego Awdiejewa i Grażyny Habrajskiej (ich wybór umieszczam w *Literaturze*) są znakomitym źródłem wiedzy o funkcjonalnej strukturze komunikatu werbalnego, procedurach komponowania sensu oraz regułach i metodach jego interpretacji.

²⁴ Już w starożytności greccy retorzy podkreślali ważną funkcję mowy, która w teorii retorycznej występuje pod znamiennej nazwą *delectare*. Jerzy Ziomek w *Retoryce opisowej* za Ciceronem powtarza, że „mówca powinien umieć [...] sprawić przyjemność i podobać się (*delectare*)” i jeszcze „*delectare* zmierza do »zjednania« (*conciliatio*) słuchacza poprzez »przyjemność« [...]” (Ziomek 2000: 57–58).

²⁵ Świadomość siły słowa, w tym jego zwodniczej mocy, jest ważnym elementem kompetencji komunikacyjnej i – szerzej – także interakcyjnej. Wspaniały, plastyczny obraz możliwości perswazyjnych komunikatów werbalnych roztoczył w *Pochwale Heleny*

wirtuoza muzyka jest sztuką – odpowiedzią na estetyczną wrażliwość umysłu. Jednak w pewnych warunkach, mimo rzeczywistych umiejętności, może tworzyć się **efekt aureoli**²⁶ – splendor spływa na dobrego wykonawcę, a wykreowany *face*²⁷ może w kolejnych kontaktach zaprocementować w formie prekomunikacyjnego pozytywnego nastawienia publiczności. To – już bez zbędnych starań i nakładów – doprowadzi do następnych interakcyjnych sukcesów. Splot talentu i popularności może otwierać przed wirtuozem nowe perspektywy. Muzyka (wartość autoteliczna) i jej praktykowanie (z potrzeby samorealizacji, dążenia do perfekcji, społecznej akceptacji i uznania) mogą stać się narzędziem służącym zaspokojeniu jeszcze innych potrzeb²⁸. Niektóre z nich mogą mieć nieodparty urok i narkotyczną siłę, np. potrzeba dominacji, pożądanie władzy, sławy i bogactwa. Wnikliwi słuchacze będą dążyć do tego, by bliżej poznać wykonawcę i jego cele, a uzyskana w tym zakresie wiedza – o ile jest dostępna – może radykalnie zmienić nastawienie. Brak krytycznej postawy prowadzi do biernego podzielania rozpowszechnionych w otoczeniu opinii²⁹. Jak twierdził Platon, między wiedzą i niewiedzą jest mniemanie³⁰.

Gorgiasz – grecki filozof, retor i sofista, czym dał dowód rozległej wiedzy starożytnych na temat pragmatyki działania komunikacyjnego. Oto reprezentacyjny fragment: „Słowo jest wielkim mocarzem [...], który za pomocą bardzo małego i ukrytego organu (języka) wywołuje rzeczy na miarę boską. Zdolne jest bowiem i strach uśmierzyć, i troskę odsunąć, radość wzbudzić i współczucie pomnożyć. [...] Słuchaczy [...] ogarnia przeraźliwy dreszcz, pełne łez współczucie i potrzeba żalu, a dusza dzięki słowom sama doznaje cierpienia wobec doli i niedoli spraw innych osób. [...] słowa: jedne smucą słuchaczy, drugie cieszą, jedne przerażają, drugie dodają odwagi, jeszcze inne przy udziale jakiejś złej namowy pętają i mamią duszę” (Gorgiasz 1984).

²⁶ Efekt aureoli to jeden z psychologicznych mechanizmów kształtowania przekonań na temat osób. Mechanizmy te zostały lapidarnie scharakteryzowane przez Krzysztofa Szymanka w książce *Sztuka argumentacji. Przewodnik encyklopedyczny* (Szymanek 2001: 254–260).

²⁷ Pojęcie *twary* (*face*) używam w rozumieniu socjologia Ervinga Goffmana, który charakteryzuje je jako „pozytywną wartość przypisywaną osobie w danej sytuacji spotkania” i jeszcze jako „obraz zbiorowy [...], gdy ktoś wystawia dobre świadectwo swojej profesji [...], wystawiając dobre świadectwo samemu sobie” (Goffman 2012: 5–6).

²⁸ Artur Schopenhauer, charakteryzując w swojej *Erystyce* jeden ze sposobów oddziaływania erystycznego, stwierdził: „Proście ludzie natomiast mają głęboki respekt dla wszelkiego rodzaju fachowców. Nie wiedzą oni o tym, że kto z pewnej rzeczy robi profesję, ten kocha nie tę rzecz, lecz swój zarobek” (Schopenhauer 2005: 93).

²⁹ Teresa Hołowska w *Kulturze logicznej w przykładach* swoje rozważania na temat argumentów powszechnej opinii opatruje mottem – cytatem z Francisa Bacona: „Nie ma bowiem nic gorszego niż poleganie w sprawach rozumowych na zgodności poglądów... kiedy ogół wyraża swą zgodę i uznanie, trzeba natychmiast zacząć badać, w czym się pomyliło albo pomyliło” (Hołowska 2007: 114).

³⁰ Jest to myśl wyjęta z szerszego kontekstu, ale funkcjonuje jako zuniwersalizowany aforyzm (<https://pl.wikiquote.org/wiki/Platon>, dostęp: 25.10.2022) oddający istotę rzeczy

Istnieją muzycy z pewnym (większym lub mniejszym) **deficytem warsztatu**. Często podejmują działania okołowystępowe. W efekcie oprawa występu nierzadko przyćmiewa wykonanie. Scenografia, wygląd instrumentu itp. mogą odwrócić uwagę od samej gry. Odpowiednio dobrana publiczność pozostanie pod wpływem zaaranżowanej dystrybucji. Abstrahując w tym miejscu od ujęcia metaforycznego, mogę stwierdzić, że działania przenoszące ciężar perswazyjny na **peryferium**³¹ w realnej komunikacji przypisywane są osobom pełniącym niektóre role społeczne, np. polityka, influencera, duchownego, działacza społecznego, eksperta medialnego, pisarza, trenera itp. Każdy z nich może mieć społeczny posłuch – i to duży. Jednak pewną, a niekiedy zasadniczą rolę mogą odgrywać w tym sztuczne aureole i różne uwydatnione symulowane atrybuty autorytetu. Ekspozycja rola społeczna, łatwy dostęp do mediów i ich przychylność oraz trafiające w gusta zachowania takich osób to **westybul komunikacji**. To ozdoba, która wywołuje pożądane emocje i wpływa na tworzenie sprzyjających opinii. Za tą fasadą mogą kryć się mroczne pomieszczenia. Dlatego, by w podejście do odbioru i oceny komunikatu nie wkradła się naiwność, np. bazowanie na wrażeniach itp., należy włączyć do interpretacji kategorię *intencji*. Inaczej zatrze się granica **między sposobem i treścią a celem** działania komunikacyjnego. Lekceważenie intencji i konieczności jej rozumienia powoduje, że uwaga koncentruje się na aspektach, które nie są kluczem koordynowania interakcji. W przywołanej muzycznej metaforze uwaga będzie skupiona na instrumencie, jego brzmieniu oraz podmiocie nim operującym. Jakkolwiek wszystkie wymienione komponenty (tj. melodia, instrument, muzyk) mogą się podobać – i to bardzo, racjonalny ruch myśli powinien podążać ku następującym dociekaniami: „skoro już doszło do kontaktu (występu), to dlaczego muzyk używa akurat tego instrumentu i dlaczego gra akurat ten utwór, a ponadto dlaczego tak wygląda, zachowuje się?” itd. Odpowiedzi kolejno dotyczą: przyczyn wykreowania interakcyjnych, sprzyjających perswazyjnie warunków kontaktu i celu takiego, a nie innego doboru właściwych środków komunikowania. *Tua res agitur*. To wszystko ze względu na publiczność.

w sytuacji, kiedy rzetelną wiedzę zastępują niesprawdzone powszechne opinie, co jest konsekwencją niechęci (lub braku kompetencji) do samodzielnego krytycznego myślenia. Jak twierdził filozof George Berkeley: „Mało ludzi myśli, ale każdy chce mieć własne zdanie” (Berkeley 1956: 235).

³¹ Richard Petty i John Cacioppo w swej teorii ELM (*Elaboration Likelihood Model*) stwierdzają, że oddziaływanie perswazyjne odbywa się dwoma torami – centralnym (z użyciem merytorycznej argumentacji) oraz peryferyjnym (z użyciem środków oddziałujących na emocje) (Petty, Cacioppo 1986).

Istnieją także muzycy **fałszujący** (pseudomuzycy). W tym wypadku wątek wydaje się krótki, ponieważ wrażenia z odbioru fałszu są przykre i skutki tego powinny być natychmiastowe, np. rezygnacja z odbioru, a nawet zerwanie kontaktu z osobą niekompetentną. Innymi słowy, fałszywa nuta kaleczy ucho i to już powinno wystarczyć, tzn. interakcję zamknąć. Jednak nie wszystkie przejawy fałszu są widoczne i oczywiste. Pojawia się problem fałszu drobnego, ukrytego, trudnego do percepcji, szczególnie w potoku dźwięków czystych. Tylko nieliczni, odpowiednio przygotowani, są w stanie go wychwycić. Można też na niedoskonałość przymknąć oko. Na tak zarysowanym tle pojawiają się inne – istotniejsze kwestie. Z tego najważniejsze rozstrzygnięcie dotyczy tego, czy fałsz jest intencjonalny czy przypadkowy, powtarzalny czy jednorazowy. Jeśli jest intencjonalny i iteracyjny, a jednocześnie odpowiednio zakamuflowany (wirtuozeria fałszu), to otwiera się nowy, bardziej skomplikowany obszar rozważań – dotyczący **narzędzi i sposobów manipulacji**. W takim układzie w trudnym położeniu są osoby z małą wrażliwością muzyczną lub – co gorsza – z brakiem słuchu muzycznego. Ci ostatni, można by rzec, są na straconej pozycji. Niestety, perspektywa metaforyczna nie oddaje grozy czy nawet powagi zagrożeń płynących z manipulacji. Co więcej, jej analizę utrudnia efemerydalny charakter furty nadużywalności – materializuje się ona na krótko i w specyficznych warunkach jednostronnego zaufania. *Post factum* układ interakcyjny oraz relacje i kontekst są trudne do zrekonstruowania. Fałszywy dźwięk znika bezpowrotnie. Na takie działania komunikacyjne szczególnie narażone są jednostki z tendencją do myślenia życzeniowego i o polyannowskiej duszy. Manipulacja niesie realne szkody psychofizyczne i materialne, a zakres tych szkód teoretycznie nie ma granic. Dlatego – mimo piętrzących się przeszkód – ważne są badania w zakresie mechaniki manipulacji, do której procedowania wykorzystuje się komunikowanie.

Uchwycenie momentu manipulacji jest trudne, a badania naukowe tego zjawiska dotyczą refleksji postkomunikacyjnej. Analiza jest możliwa dopiero wówczas, gdy wyjdą na jaw skutki manipulacji w postaci niedającej się uzasadnić i usprawiedliwić straty. Jednak nawet wtedy wnioski są probabilistyczne, ponieważ pochodzą z redukcji. Demaskatorzy nieuczciwości w życiu społecznym (w tym politycznym) niejednokrotnie działają w trudnych warunkach słabego dostępu do danych, które mogłyby być podstawą ujawnienia domniemanej nieuczciwej intencji działania podmiotu manipulującego.

* * *

W komunikowaniu odzwierciedla się to, co jest naturą człowieka. Nic spoza nas. To wszystko jest w człowieku – uczciwość i bezwzględność, narracja aksjologiczna i potrzeby. Taka właśnie jest komunikacja – rzetelna, szlachetna i sprawiedliwa lub próżna, sroga i bezlitosna. Natura komunikowania to *par excellence* odbicie ludzkiej natury. Ale nie schopenhauerowskiej³². Ot, rozpostarty szeroki wachlarz sposobności. Czasem przynoszący pokój i harmonię. Czasem płatanina dróg, a komunikowanie to remedium na węzłowisko³³. Mnóstwo partykularnych potrzeb – mnóstwo możliwości.

Literatura

- Austin J. (1993), *Myślenie i komunikowanie. Rozprawy i wykłady filozoficzne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Awdiejew A. (2004), *Gramatyka interakcji werbalnej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Awdiejew A., Habrajska G. (2010), *Komponowanie sensu w procesie odbioru komunikatów*, Primum Verbum, Łódź.
- Awdiejew A., Habrajska G. (2020), *Gramatyka sensu*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Aleksandrak M. (2015), *Interakcja w ujęciach teoretycznych. Wieloaspektowy charakter zjawiska*, „Neofilolog”, nr 49 (2), s. 163–177.
- Berkeley G. (1956), *Trzy dialogi między Hylasem i Filonousem*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
- Dobek-Ostrowska B., red. (2001), *Nauka o komunikowaniu. Podstawowe orientacje teoretyczne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław.
- Fleischer M. (2007), *Ogólna teoria komunikacji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław.
- Fleischer M. (2012), *Komunikacja – jak to jest. Konstruktywistyczne ujęcie komunikacji*, w: *Komunikacje w rozmowie 1*, red. M. Wszolek, Wydawnictwo Libron, Kraków, s. 9–15.
- Fleischer M. (2013), *Typologia komunikacji*, Wydawnictwo Libron, Kraków.

³² Artur Schopenhauer w *Erystyce*, czyli sztuce prowadzenia sporów, odpowiadając na pytanie o źródła ludzkiej skłonności do walki słownej, stwierdził: „Z czego to pochodzi? Z tego, że człowiek jest z natury zły”, co wpisuje się ogólny charakter jego mizantropii i metafizyki pesymizmu (Schopenhauer 2005: 30).

³³ Celowo użyłem terminu *węzłowisko*, który można odnaleźć w *Niemitych duszach* Stanisława Ignacego Witkiewicza. Autor stosuje go jako synonim używanego w psychologii i psychoanalizie terminu *kompleks* (jak np. kompleks niższości – *inferiority complex*). Jego budowę wyjaśnia już w pierwszym akapicie *Wstępu*: „»węzłowisko« – węzeł i węzowisko razem”, co buduje odpowiednią wartościującą aurę semantyczną (Witkiewicz 1993, s. 145).

- Gajlewicz M. (2009), *Techniki perswazyjne. Podstawy*, Difin, Warszawa.
- Goffman E. (2012), *Rytuał komunikacyjny*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Gorgiasz (1984), *Pochwała Heleny*, „Przegląd Humanistyczny”, t. 28, nr 3, s. 109–113.
- Grabias S. (1997), *Język w zachowaniach społecznych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin.
- Habrajka G. (2004), *Komunikacyjna analiza i interpretacja tekstu*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Halliday M. (1973), *Explorations in the Functions of Language*, Edward Arnold, London.
- Hołówka T. (2007), *Kultura logiczna w przykładach*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Malinowski B. (1987), *Ogrody koralowe i ich magia*, w: *Dzieła*, t. 5, red. A.K. Paluch, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
- Maslow A. (1943), *A Theory of Human Motivation*, „Psychological Review”, no. 50, s. 370–396.
- Nietzsche F. (2010), *Wiedza radosna. La gaya scienza*, Nietzsche Seminarium, Łódź–Wrocław.
- Paveau M.-A., Sarfati G.-E. (2009), *Wielkie teorie językoznawcze. Od językoznawstwa historyczno-porównawczego do pragmatyki*, Wydawnictwo Flair, Kraków.
- Petty R., Cacioppo J. (1986), *Communication and Persuasion. Central and Peripheral Routes to Attitude Change*, Springer-Verlag, New York.
- Pisarek W. (2008), *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.
- Pratkanis A., Aronson E. (2004), *Wiek propagandy. Używanie i nadużywanie perswazji na co dzień*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Puzynina J. (1992), *Język wartości*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Schopenhauer A. (2005), *Erystyka, czyli sztuka prowadzenia sporów*, Oficyna Wydawnicza Alma-Press, Warszawa.
- Searle J. (1969), *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Sperber D., Wilson D. (1986), *Relevance: Communication and Cognition*, Basil Blackwell, Oxford.
- Szymanek K. (2001), *Sztuka argumentacji. Przewodnik encyklopedyczny*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Witkiewicz S.I. (1993), *Narkotyki. Niemyte dusze*, [w:] *Dzieła zebrane*, t. 12, oprac. A. Micińska, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa.
- Ziomek J. (2000), *Retoryka opisowa*, wyd. 2, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław.
- Ziółkowski M. (1981), *Znaczenie, interakcja, rozumienie*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.