

*Emanuel Kulczycki – Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu;  
Michał Wendland – Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu*

# O kulturalistycznej teorii komunikacji

*On Culturalist Communication Theory*

## STRESZCZENIE:

CELEM ARTYKUŁU JEST ZAPROPONOWANIE KULTURALISTYCZNEGO UJĘCIA PROCESU KOMUNIKACJI. W PERSPEKTYWIE TEJ AKCENT KŁADZIONY JEST NA INTERPRETOWALNOŚĆ DZIAŁAŃ ORAZ NA ANTYPSYCHOLOGISTYCZNIE ROZUMIANĄ INTENCJĘ KOMUNIKACYJNĄ. KLASYCZNE TEORIE KOMUNIKACJI TWORZONE W RAMACH NAUKI O KOMUNIKACJI OPIERAJĄ SIĘ NA MODELU TRANSMISYJNYM. PRZYJMUJE SIĘ W NIM, ŻE O KOMUNIKACJI NALEŻY MÓWIĆ W KATEGORIACH TRANSFERU I PRZESYŁANIA KOMUNIKATÓW. ODMIENNE PODEJŚCIE KONSTITUTYWNE ODRZUCA METAFORĘ TRANSMISJI NA RZECZ ROZUMIENIA KOMUNIKACJI JAKO RODZAJU INTERAKCJI SPOŁECZNEJ. AUTORZY NIE TYLKO ODRZUCAJĄ MÓWIENIE O KOMUNIKACJI W PERSPEKTYWIE TRANSMISYJNEJ, CO WSKAZUJĄ NA POTRZEBĘ PRZEKROCZENIA TEJ METAFORY NA POZIOMIE TEORETYCZNYCH ROZWAŻAŃ. DLATEGO TEŻ ZOSTAJE WPROWADZONA KATEGORIA KOMUNIKATORÓW JAKO SPECYFICZNYCH AKTORÓW SPOŁECZNYCH. PREZENTACJA KULTURALISTYCZNEJ DEFINICJI KOMUNIKACJI POPRZEDZONA JEST EKSPLIKACJĄ PODSTAWOWYCH ZAŁOŻEŃ FILOZOFICZNYCH. ANALIZA PRZYKŁADOWYCH PRAKTYK KOMUNIKACYJNYCH POKAZUJE, W JAKI SPOSÓB MOŻNA UPRAWIAĆ REFLEKSJĘ NA GRUNCIE ZAŁOŻEŃ KULTURALISTYCZNYCH.

## SŁOWA KLUCZOWE:

KOMUNIKACJA, KULTURALIZM, MODEL TRANSMISYJNY,  
KOMUNIKATOR, INTERPRETACJA, INTENCJA  
KOMUNIKACYJNA

## ABSTRACT:

THE PURPOSE OF THE ARTICLE IS TO PROPOSE A CULTURALIST APPROACH TO COMMUNICATION. IN THIS PERSPECTIVE, THE EMPHASIS IS PUT ON THE INTERPRETABILITY OF ACTION AND THE COMMUNICATIVE INTENTION WHICH IS UNDERSTOOD IN TERMS OF ANTI-PSYCHOLOGISM. CLASSIC APPROACHES TO COMMUNICATION STUDIES ARE FOUNDED ON THE TRANSMISSION MODEL OF COMMUNICATION. IN THIS MODEL, THE PROCESS OF COMMUNICATION IS UNDERSTOOD AS TRANSFERRING AND SENDING MESSAGES. A CONSTITUTIVE MODEL OF COMMUNICATION IS AN ALTERNATIVE APPROACH. IT REJECTS THE TRANSFER METAPHOR IN FAVOR OF COMMUNICATION UNDERSTOOD AS A SOCIAL INTERACTION. THE CULTURALIST APPROACH DOES NOT REJECT THE TRANSFER METAPHOR ENTIRELY, BUT RATHER POINTS TO THE NECESSITY OF ITS OVERCOMING ITS THEORETICAL LIMITATIONS. FOR THAT REASON, THE PAPER PUTS FORWARD THE CATEGORY OF COMMUNICATORS UNDERSTOOD AS SPECIFIC SOCIAL ACTORS. THE PRESENTATION OF THE CULTURALIST DEFINITION OF COMMUNICATION IS, THEREFORE, PRECEDED BY AN EXPLICATION OF THE BASIC PHILOSOPHICAL ASSUMPTIONS. THE ANALYSIS OF SEVERAL EXEMPLARY COMMUNICATION PRACTICES ILLUSTRATES REFLECTION ON COMMUNICATION THAT IS BASED ON THE CULTURALIST ASSUMPTIONS.

## KEYWORDS:

COMMUNICATION, CULTURALISM, TRANSMISSION MODEL OF  
COMMUNICATION, COMMUNICATION, INTERPRETATION,  
COMMUNICATIVE INTENTION

Celem artykułu jest prezentacja kulturalistycznej definicji działania komunikacyjnego. W zamyśle jej twórców stanowi ona próbę przekroczenia tzw. transmisyjnego ujęcia komunikacji. Z drugiej strony poniższa propozycja zarysowuje różnicę między taką wykładnią działania komunikacyjnego, jaką proponuje Jürgen Habermas, a jego ujęciem kulturalistycznym, w którym działanie komunikacyjne jest traktowane jako racjonalne, intencjonalne, podlegające interpretacji i realizowane za pośrednictwem znaków (a nie w opozycji do „działania strategicznego”). Prezentowany tekst ma charakter interdyscyplinarny, sytuuje się na pograniczu filozofii (głównie filozofii kultury), nauki o komunikacji (komunikologii) oraz nauk o kulturze (z uwzględnieniem ideacyjnego ujęcia kultury). Omawiana w nim kulturalistyczna definicja komunikacji brzmi następująco: komunikacja jest działaniem, a tym samym jest celowa i racjonalna, wymaga i podlega interpretacji. Uczestniczą w niej co najmniej dwie osoby posługujące się znakami. Główną funkcją komunikacji jest umożliwienie i utrzymywanie funkcjonowania tych jednostek w kulturze.

Powyższe sformułowanie prezentuje podstawowe założenia przyjmowane w artykule odnoszące się do propozycji nie-klasycznego<sup>1</sup> rozumienia procesów komunikacyjnych. Termin „teoria” używamy instrumentalnie, zdając sobie sprawę, że należałoby, ze względu na wartość heurystyczną, użyć terminu „koncepcja” czy „ujęcie”. Jednakże w ten sposób nawiązujemy do rozwiązań przyjętych w nauce o komunikacji i komunikologii, w których każde ujęcie traktowane jest jako „teoria” lub „model” – pomimo swobodnego nadużycia<sup>2</sup>.

Również określenie „kulturalistyczna” jest w tym tekście stosowane instrumentalnie<sup>3</sup>. Kulturalizm nie oznacza w tym przypadku jednoznacznego nawiązania do koncepcji kultury Floriana Znanieckiego<sup>4</sup>, ale raczej zapożyczenie terminu przy częściowym przeformułowaniu jego tradycyjnego znaczenia. Termin ten został użyty celem podkreślenia, iż komunikacja będzie tu ujmowana jako jeden z obszarów kultury (symbolicznej), a zarazem jako jej obszar wyróżniony, szczególnie ważny, ponieważ umożliwiający i regulujący sposób funkcjonowania wszystkich pozostałych dziedzin kultury. Zakładamy, że komunikacja jest niemożliwa bez kultury, a jednocześnie kultura jest niemożliwa bez komunikacji. Ścisły związek tych dwóch kluczowych pojęć – komunikacji i kultury – jest wyrażony określeniem „kulturalistyczna teoria komunikacji”.

<sup>1</sup> Za klasyczne ujęcia uznajemy tzw. modele transmisyjne i modele rytualne (konstytutywne). W pierwszych komunikacja rozumiana jest jako transmisja idei, uczuć, myśli (np. model Shannona-Weavera, model Harolda Laswella czy Theodore'a M. Newcomba) – akcent w analizach kładzie się na *transmisję*. W drugich jako relacja społeczna nawiązywana w trakcie interakcji symbolicznej (np. koncepcja George'a Herberta Meada, Erica Rothenbulera czy Jamesa Careya) – akcent w analizach kładzie się na *interakcję*.

<sup>2</sup> Por. T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa-Kraków 1999, s. 52.

<sup>3</sup> Unikamy określenia „kulturowa teoria”, bowiem kulturowy charakter dotyczy składników kultury (np. praktyk, reguł, norm), a nie teorii. Dlatego pisząc o „kulturalistycznym” charakterze teorii, odnosimy się przede wszystkim do ugruntowania teoretycznego prezentowanego ujęcia.

<sup>4</sup> F. Znaniecki, *Cultural Reality*, Illinois, Chicago 1919, s. 1-23.

Próba takiego zdefiniowania komunikacji wymaga przynajmniej krótkiego uzasadnienia. Przede wszystkim należy podkreślić, że jest ona konstruowana w określonym celu. Kulturalistyczna teoria komunikacji ma pozwolić na przeprowadzenie analizy historii idei komunikacji, w ramach której podejmiemy się przebadania historii wybranych praktyk komunikacyjnych oraz wpływu, jaki miały one na rzeczywistość społeczno-kulturową. Tymczasem tradycyjne sposoby ujmowania komunikacji w perspektywie medioznawczej<sup>5</sup> odnoszą się tylko do pewnego aspektu tego zjawiska (media masowe, technologie informacyjne, konwergencja mediów, dystrybucja informacji, determinizm technologiczny). Natomiast refleksja nad działaniami komunikacyjnymi w ramach filozofii (prowadzona głównie przez Jürgena Habermasa i Karla-Otto Apla) dotyczy przede wszystkim ich aspektów normatywnych. Zakładamy jednak, że kulturalizm nie sprowadza się do normatywności, a działania komunikacyjne nie są nastawione jedynie na realizację celu porozumienia. Co więcej, wiele z dotychczasowych ujęć medioznawczych, językoznawczych jak i filozoficznych opiera się na założeniach o charakterze uniwersalistycznym, utrudniając tym samym realizację analizy historii praktyk komunikacyjnych. Wynikając z nastawienia krytycznego wobec klasycznych – medioznawczych i normatywnych – ujęć komunikacji, prezentowana w tym artykule koncepcja ma charakter hipotezy poszukującej rozwiązań nie-klasycznych, alternatywnych. Będzie ona sprawdzana i rozwijana w trakcie późniejszych badań.

Należy podkreślić, że projektowana kulturalistyczna teoria komunikacji jest samoodnośna. Oznacza to, że spełnia ona te same hipotetyczne warunki, jakie nakładane są na relację między praktykami komunikacyjnymi a rzeczywistością społeczną, w jakiej są one realizowane. Tym samym zakładamy, że zarówno potoczne wyobrażenia o komunikacji jak i próby refleksji teoretycznej nad nią są zrelatywizowane do warunków historyczno-społecznych, nie mają natomiast charakteru uniwersalnego. Proponowana teoria komunikacji powinna spełniać również to założenie.

Tekst składa się z czterech części, w których prezentowane są kolejno: (1) podstawowe założenia filozoficznego przedsięwzięcia, (2) kulturalistyczna definicja komunikacji wraz z dookreśleniem rozumienia podstawowych terminów; (3) kontekst i rozwinięcie ujęcia w oparciu o analizę przykładowych praktyk komunikacyjnych; (4) ostatnia część służy podsumowaniu wywodów i wskazaniu konsekwencji badawczych proponowanego projektu.

### **Kulturalistyczna definicja komunikacji**

Komunikacja postrzegana jest jako działanie, a więc jest racjonalna; wymaga i podlega interpretacji. Uczestniczą w niej co najmniej dwa podmioty<sup>6</sup> posługujące się znakami. Ponadto główną funkcją komunikacji jest umożliwienie i utrzymywanie funkcjonowania tych jednostek w kulturze.

<sup>5</sup> Zob. H.A. Innis, *The Bias of Communication*, Toronto 1993; D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa 2008.

<sup>6</sup> Przy czym mamy tu na myśli raczej dwie „role” lub „funkcje” – rolę „nadawcy” i rolę „odbiorcy” w działaniu komunikacyjnym, które w niektórych sytuacjach mogą być realizowane przez pojedynczą osobą.

Określając komunikację jako działanie, ujmujemy ją jako rodzaj praktyki. Praktyki takie regulowane są w kulturze poprzez przyjmowane wartości (do których odnoszą się normy i dyrektywy: czyli „co” i „jak” powinno być wykonywane). Każda praktyka realizowana jest na poziomie indywidualnym i społecznym. Poziom indywidualny to właśnie działanie; poziom społeczny realizuje i utrzymuje zapotrzebowanie społeczne, z którego praktyka na poziomie indywidualnym powstała. Praktyka komunikacyjna zatem na poziomie indywidualnym jest nazywana „działaniem komunikacyjnym”.

Podmioty podejmujące i realizujące działania komunikacyjne określa się tradycyjnie jako nadawcę i odbiorcę. Na użytek kulturalistycznego ujęcia komunikacji proponujemy nową kategorię: *komunikatorów*, czyli podmiotów uczestniczących w działaniu komunikacyjnym. Nawiązujemy w ten sposób do funkcjonującego w literaturze określenia aktor/aktor społeczny<sup>7</sup>. Przyjmujemy, że aktorzy podejmują działania społeczne, natomiast działania komunikacyjne podejmowane są przez komunikatorów (tzn. aktorów, których działania cechują się intencją komunikacyjną).

Określenie *komunikator* służy również odróżnieniu kulturalistycznego stanowiska od tradycyjnego postrzegania uczestników komunikacji jako nadawców i odbiorców transmitowanych treści. Związane jest to w tym wywodzie z położeniem nacisku na interpretację i „interpretowalność” działań, a nie jedynie na transmitowanie komunikatów.

Natomiast kategoria nadawcy i odbiorcy jest ściśle związana ze sposobem postrzegania komunikacji jako procesu przekazywania komunikatów, transmisji idei<sup>8</sup>. W myśl tego tradycyjnego ujęcia nadawca nadaje komunikat, który jest odbierany przez odbiorcę niczym przesyłka. W ten sposób główną funkcją komunikacji staje się tylko transmisja myśli, idei, emocji.

W odróżnieniu od ujęcia transmisyjnego nadawcę nazywamy „komunikatorem interpretowanym”, a odbiorcę „komunikatorem interpretującym”. Należy podkreślić, że w proponowanym w tym artykule ujęciu zarówno bycie interpretowanym (w odniesieniu do komunikatora interpretowanego) oraz interpretowanie (w odniesieniu do komunikatora interpretującego) może być działaniem komunikacyjnym. Bowiem komunikacja jest zawsze działaniem społecznym, rozumianym w tym miejscu jako *niejednostkowe* – oznacza to, że nie można komunikować się jednostkowo tj. realizując tylko funkcję nadawcy albo tylko funkcję odbiorcy. W działaniu komunikacyjnym może brać udział jednostka, ale w takiej sytuacji realizuje ona jednocześnie rolę „komunikatora interpretującego” i „interpretowanego”.

„Komunikowanie jednostkowe” jest możliwe tylko na poziomie „porządku wykładu”. Mówiąc o „komunikowaniu jednostkowym” nie mamy na myśli tzw. komunikacji intrapersonalnej, lecz wyabstrahowany na potrzeby analizy naukowej aspekt zjawiska, który na poziomie społecznym jest zawsze całością. Działanie komunikacyjne jest niero-

<sup>7</sup> Por. E. Goffman, *Człowiek w teatrze życia codziennego*, Warszawa 2008.

<sup>8</sup> Por. B. Dobek-Ostrowska, *Podstawy komunikowania społecznego*, Wrocław 2004; W. Pisarek, *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Warszawa 2008; C.E. Shannon, W. Weaver, *The Mathematical Theory of Communication*, Urbana 1964.



Działania społeczne podejmowane przez komunikatorów (odróżniane przez Maxa Webera od „zachowań społecznych”) mają charakter celowy, zamierzony. Można powiedzieć, że w przypadku działań komunikacyjnych ich realizacji towarzyszy pewna intencja (rozumiana tutaj bardziej jako „zamiar”, niż „nakierowanie na”). Jest to swoista *intencja komunikacyjna*, która dotyczy działania podejmowanego przez tzw. nadawcę.

zerwalnie złożone z działań obu typów komunikatorów, a ich wyodrębnienie, wyróżnienie jest zasadne i możliwe tylko na poziomie refleksji teoretycznej. Innymi słowy, komunikacja zawsze jest *dialogiem*, co oznacza, że nawet jeżeli w dialogu jedna osoba mówi, a druga milczy (słucha), to w komunikacji uczestniczą i mówiący, i słuchacz. Dotyczy to również sytuacji „dialogu wewnętrznego”, w którym ta sama jednostka pełni funkcję komunikatora interpretującego i interpretowanego. Komunikacja nie przechodzi z mówiącego na słuchającego, lecz pozostaje ich stałą dyspozycją w trakcie działania.

Działania społeczne podejmowane przez komunikatorów (odróżniane przez Maxa Webera od „zachowań społecznych”) mają charakter celowy, zamierzony. Można powiedzieć, że w przypadku działań komunikacyjnych ich realizacji towarzyszy pewna intencja (rozumiana tutaj bardziej jako „zamiar”, niż „nakierowanie na”). Jest to swoista *intencja komunikacyjna*, która dotyczy działania podejmowanego przez tzw. nadawcę<sup>9</sup>.

Wprawdzie każde działanie komunikacyjne jest również działaniem społecznym, ale nie każde działanie społeczne jest działaniem komunikacyjnym. Staje się takim, jeżeli tzw. nadawca przystępuje do jego realizacji w określonym celu. Działanie realizowane w określonym celu, a więc w odniesieniu do pewnego sensu kulturowego, do wartości<sup>10</sup> może zostać zinterpretowane przez pozostałych uczestników komunikacji (tzw. odbiorców).

Działanie może być celowe i odnoszone do sensu kulturowego (innymi słowy: może cechować je „intencja komunikacyjna”) dwojako. Po pierwsze: działanie komuni-

<sup>9</sup> Gdy dziecko w sklepie prosi mamę o kupienie kolejnego cukierka, to nie tylko realizuje swój cel (praktyka komunikacyjna na poziomie indywidualnym - chce dostać cukierka), ale również utrzymuje funkcjonowanie języka w naszej kulturze (praktyka komunikacyjna na poziomie społecznym utrzymuje możliwość „praktykowania komunikacji” - ale co istotne - wykonawca działania, czyli dziecko - nie musi nic o tym wiedzieć. Nie musi być świadome utrzymywania stanu - dlatego, że jest to struktura funkcjonalna).

<sup>10</sup> H. Rickert, *Kultura i wartości*, w: B. Borowicz-Sierocka, Cz. Karkowski (red.), *Neokantyzm*, Wrocław 1984, s. 45-54.

kacyjne jest działaniem uświadomionym, zamierzonym, planowanym i uwarunkowanym kulturowo. Po drugie: działanie komunikacyjne może być również uwarunkowane kulturowo (jak wyżej), ale jednocześnie pozostawać działaniem zrutynizowanym, nawykowym i w tym sensie nieuświadomianym. Będzie to wówczas zwyczaj, nawyk kulturowy<sup>11</sup>. W obu przypadkach mówimy jednak o celowości i racjonalności działań komunikacyjnych jako odnoszących się do określonego sensu kulturowego<sup>12</sup>.

Należy podkreślić, że użyte wyżej określenie „intencja komunikacyjna” nie oznacza tutaj stanu mentalnego (aktu psychicznego) poprzedzającego i warunkującego podjęcie działania. Nie traktujemy intencji w kategoriach psychologizujących, tylko kulturalistycznych. Innymi słowy, „intencja (komunikacyjna)” w niniejszym ujęciu nie przysługuje podmiotowi jako jego „nakierowanie na przedmiot” i tym samym nie jest kategorią psychologiczną. Intencja jest tutaj ujmowana jako cecha przysługująca działaniu. Działanie cechuje się intencją komunikacyjną, jeśli podmiot odnosi je do wartości, to znaczy stara się nadać temu działaniu sens kulturowy (sens taki zyskuje ono, kiedy zostaje zinterpretowane przez odbiorcę). Oznacza to, że intencja może być rozpoznana jako taka na podstawie podejmowanych przez podmiot działań, a nie poprzez wgląd w jego subiektywne stany mentalne<sup>13</sup>. Mówiąc ściślej, komunikator interpretujący (odbiorca) rozpoznaje intencję działania (komunikacyjnego) podejmowanego przez inny podmiot (przez komunikatora interpretowanego, czyli nadawcę) identyfikując je ze wspólnym dla nich odniesieniem tegoż działania do wartości. Podmiot interpretujący działanie nadawcy nie ma bowiem możliwości dokonania wglądu w jego subiektywne stany mentalne, lecz dysponuje możliwością identyfikacji jego działań na podstawie znajomości społecznych reguł określających działanie. Innymi słowy, rozpoznanie intencji jako intencji komunikacyjnej jest uwarunkowane przypisaniem działaniu odpowiedniego sensu (zależnego od znajomości reguł kulturowych). Wyobraźmy sobie autostopowicza trzymającego wyciągnięty kciuk oraz nadjeżdżającego kierowcę. Trzymanie wyciągniętego kciuka jest działaniem komunikacyjnym, a sensem tego działania jest zatrzymanie samochodu („złapanie okazji”). O działaniu auto-

---

<sup>11</sup> Oznacza to, że nie da się wskazać „zachowań komunikacyjnych”, to jest takich, które są realizowane tylko instynktownie, podświadomie, odruchowo (uwarunkowane wyłącznie biologicznie). Nie da się wskazać komunikacji nieintencjonalnej. Odróżniamy w ten sposób – nawiązując do myśli Maxa Webera – dwa rodzaje czynności: nieintencjonalne zachowania od intencjonalnych działań. Jeżeli np. dwie osoby zderzą się ze sobą w drzwiach, to nie mamy jeszcze do czynienia z komunikacją. Jeżeli jednak jedna z tych osób przeprosi drugą, a tamta rozpozna intencję komunikacyjną, a następnie przyjmie lub nie przeprosiny, to działanie takie będzie przykładem komunikacji (nawet, jeśli słowo „przepraszam” zostanie użyte nawykowo, bezrefleksyjnie).

<sup>12</sup> Różnice pomiędzy rodzajami intencji widać na przykładzie dwóch powitań. Działanie komunikacyjne, któremu przysługuje intencja komunikacyjna w pierwszym sensie, to np. wygłoszenie powitania na ceremonii otwarcia Igrzysk olimpijskich. Natomiast działanie komunikacyjne, któremu przysługuje intencja komunikacyjna w drugim sensie, to np. rutynowe uchylenie przez witającego się mężczyznę kapelusza przy powitaniu (mężczyzna wyuczył się tego elementu, a w momencie powitania nie myśli o tym, wykonuje to nawykowo).

<sup>13</sup> Por. L. Wittgenstein, *Dociekania filozoficzne*, Warszawa 2008.



Kluczowym aspektem praktyk komunikacyjnych jest interpretacja. Oznacza to, że każde działanie komunikacyjne oprócz intencji komunikacyjnej wymaga również interpretacji. Interpretacja działania komunikacyjnego nie sprowadza się do odbierania i odczytywania danych (jest to funkcja percepcji), lecz interpretacja (jako rozumienie komunikacji) jest rozpoznaniem intencji komunikacyjnej i reakcją na działanie komunikatora interpretowanego przez komunikatora interpretującego (wynik tej reakcji może być interpretowany, wówczas komunikator interpretujący staje się komunikatorem interpretowanym).

stopowicza powiemy, że jest ono celowe, zamierzone i cechuje je „intencja komunikacyjna”. Działanie autostopowicza podlega również interpretacji ze strony kierowcy, dzięki czemu zyskuje sens kulturowy.

Kluczowym aspektem praktyk komunikacyjnych jest interpretacja. Oznacza to, że każde działanie komunikacyjne oprócz intencji komunikacyjnej wymaga również interpretacji. Interpretacja działania komunikacyjnego nie sprowadza się do odbierania i odczytywania danych (jest to funkcja percepcji), lecz interpretacja (jako rozumienie komunikacji) jest rozpoznaniem intencji komunikacyjnej i reakcją na działanie komunikatora interpretowanego przez komunikatora interpretującego (wynik tej reakcji może być interpretowany, wówczas komunikator interpretujący staje się komunikatorem interpretowanym). Sposób reagowania jest uwarunkowany wiedzą i przekonaniem (kontekstem kulturowym uczestników komunikacji).

W odniesieniu do komunikacji można wyróżnić dwa rodzaje (przedmioty) interpretacji. Przedmiotem interpretacji w pierwszym sensie jest charakter działania podmiotu A (komunikatora interpretowanego) identyfikowane przez podmiot B (komunikatora interpretującego) jako komunikacyjne. Podmiot B przypisuje działaniu podejmowanemu przez podmiot A intencję komunikacyjną (zgodnie ze swoją wiedzą i przekonaniem).

Natomiast przedmiotem interpretacji w drugim sensie jest sens działania podmiotu A, któremu podmiot B przypisał intencję komunikacyjną. W większości przypadków interpretacja działania komunikacyjnego dokonuje się nawykowo.



W ramach kulturalistycznej teorii komunikacji szczególną rolę odgrywa wzajemny związek dwóch pojęć: komunikacji i kultury. Przyjmujemy, że nie ma komunikacji bez kultury i nie ma kultury bez komunikacji. Dlatego próby odpowiedzi na pytanie o ewentualne pierwszeństwo kultury wobec komunikacji – lub odwrotnie – są bezzasadne.

Warto podkreślić, że sama podejmowana czynność interpretowania nie jest jeszcze tożsama z działaniem komunikacyjnym. Warunkiem komunikacji jest zarówno intencja komunikacyjna jak i interpretacja, tzn. intencja komunikacyjna jest warunkiem koniecznym, ale niewystarczającym komunikacji. Takie intencjonalne działanie wymaga zinterpretowania, czyli rozpoznania i reakcji na nie.

Komunikacja jest działaniem *racjonalnym* w odniesieniu do obu komunikatorów. Komunikator interpretowany działa racjonalnie, a więc potrafi wskazać cel, który ma zostać osiągnięty, potrafi dobrać formę komunikacji odpowiednią do tego celu i używa znaków, aby umożliwić interpretowalność podejmowanego przez siebie działania. Natomiast komunikator interpretujący potrafi rozpoznać komunikacyjny charakter interpretowanego działania, interpretuje je dzięki znajomości rozpoznanej formy i reguł określających sposób używania znaków.

W ramach kulturalistycznej teorii komunikacji szczególną rolę odgrywa wzajemny związek dwóch pojęć: komunikacji i kultury. Przyjmujemy, że nie ma komunikacji bez kultury i nie ma kultury bez komunikacji<sup>14</sup>. Dlatego próby odpowiedzi na pytanie o ewentualne pierwszeństwo kultury wobec komunikacji – lub odwrotnie – są bezzasadne.

Wprawdzie komunikacja jest słusznie uznawana przez badaczy (np. James Carey, W. Barnett Pearce, Jerzy Kmita) za jedną z dziedzin kultury symbolicznej (obok sztuki, historii, religii itd.), ale jest tym fundamentalnym obszarem kultury, który konstytuuje i umożliwia funkcjonowanie wszystkich pozostałych dziedzin kultury.

Kultura rozumiana jest jako rzeczywistość społeczno-symboliczna, za Wardem Goodenougha przyjmujemy, że kultura: „składa się z tego wszystkiego, co jednostka powinna wiedzieć, albo w co powinna wierzyć w celu działania w społeczeństwie w sposób możliwy do zaakceptowania dla jego członków; czyni tak w każdej roli, jaką społeczeństwo przypisuje każdemu swojemu członkowi”<sup>15</sup>.

<sup>14</sup> Por. J.W. Carey, *Communication as Culture. Revised Edition: Essays on Media and Society*, New York 2008; G.H. Mead, *Mind, Self, and Society: From the Standpoint of a Social Behaviorist*, Chicago 1967.

<sup>15</sup> W. Goodenough cyt. za: Y. Winkin, *Antropologia komunikacji. Od teorii do badań terenowych*, Warszawa 2007, s. 12-13.



Takie ujęcie kultury determinuje rozumienie wspomnianego wyżej kontekstu, jako przestrzeni norm, tradycji i obowiązywania reguł wyznaczających sposoby, w jakie realizowane są działania komunikacyjne. Kontekst kulturowy wyznacza sposoby interpretowania działania komunikacyjnego.

Zgodnie z formułowanymi wyżej założeniami komunikacja wymaga aktywności (interakcji) przynajmniej dwóch osób. Jednak aby taka interakcja była możliwa, konieczne jest intersubiektywne zapośredniczenie relacji zachodzącej między komunikatorami. Zapośredniczenie takie ma postać *znaków*. Kategoria znaku łączy wiele kluczowych pojęć przywoływanych w ramach wywodu. W ramach kulturalistycznej teorii komunikacji znak jest ujmowany nie tylko jako reprezentacja, ale głównie jako narzędzie, za pomocą którego uczestnicy komunikacji nawiązują kontakt, realizują sensy kulturowe i dokonują interpretacji swoich działań<sup>16</sup>. Tak rozumiane znaki mają charakter konwencjonalny (w odróżnieniu od oznak lub *symptomów*, które dotyczą raczej zachowań niż działań) i dlatego można je określać jako *symbole*<sup>17</sup>.

Komunikacja rozgrywa się w znakach (poprzez znaki). Bez znaków jest ona niemożliwa<sup>18</sup>. Waga znaków przejawia się w tym, że są one warunkiem intersubiektywności: bez pośrednictwa znaku pojedyncza osoba dysponuje tylko swoimi subiektywnymi stanami mentalnymi, a dwie osoby dysponują tylko dwoma subiektywnymi stanami mentalnymi. Komunikacja (jako interakcja symboliczna między nimi) wymaga znaku, aby to, co tylko subiektywne (myśli, emocje, wszelkie stany psychiczne), mogło stać się intersubiektywne (intersubiektywnie komunikowalne – przynajmniej w takim sensie, jaki wyrażeniu temu nadaje Kazimierz Ajdukiewicz). Subiektywne stany mentalne mogą być eksterioryzowane również za pomocą oznak (np. rozszerzone źrenice jako zewnętrzna oznaka poczucia strachu), lecz w przypadku konwencjonalnych znaków, intencjonalnych i będących przedmiotem interpretacji, podmiot *nie tylko* uzewnętrznia czy przejawia, ale komunikuje.

Również *forma* komunikacji jest wyznaczana przez znaki. Komunikacja przybiera formę werbalną (słowo), graficzną (napis, rysunek) czy formę gestu w zależności od znaku, jakim dysponuje komunikator. Znaki tworzą systemy czy też kody (np. język), których znajomość jest warunkiem interpretacji działań komunikacyjnych.

Znak jest poniekąd „trzecim komunikatorem”, swoistym „komunikatorem niepodmiotowym”, pośredniczącym między podmiotami uczestniczącymi w komunikacji (a w każdym razie niezbywalnym elementem komunikacji); w swojej zmysłowo postrzeganej postaci jest częścią wspólną podmiotowości, wyrażającą ich wiedzę oraz doświadczenie i *jako taki*, znak stanowi rzeczywiste *medium*, w pełnym, podstawowym sensie tego słowa.

<sup>16</sup> Por. D. Everett, *Language: the Cultural Tool*, London 2012.

<sup>17</sup> Ujęcie znaku będącego narzędziem komunikacji międzyludzkiej jako symbolu jest nawiązaniem do Cassirerowskiego odróżnienia *symbolu* jako elementu ludzkiego świata kultury od *sygnału* jako elementu świata fizycznego. Symbol jest tu traktowany jako taki rodzaj znaku, który ma charakter konwencjonalny w odróżnieniu od tylko naturalnych oznak czy sygnałów.

<sup>18</sup> Por. J. Fiske, *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*, Wrocław 1999; B. Ollivier, *Nauki o komunikacji: teoria i praktyka*, Warszawa 2010.

W powyżej zaprezentowanym ujęciu komunikacji, w którym kładzie się akcent na używanie znaków oraz interpretację działań a nie na transmisję informacji, komunikacja nie powinna być rozpatrywana jako skuteczna lub nieskuteczna (efektywna i nieefektywna). W ujęciu transmisyjnym (które chcemy tutaj przekroczyć) rozpatrując komunikację jako skuteczną, zakłada się w ten sposób, że komunikacja musi „się udać”, aby miała w ogóle miejsce. Jednocześnie przyjmuje się np. że celem komunikacji jest porozumienie albo transmisja idei, myśli, emocji. Jednakże gdy rozmawiamy z drugą osobą i chcemy jej coś wytłumaczyć (np. zasadę działania silnika parowego), lecz nie udaje nam się to, to czy oznacza to, że komunikacja jest nieefektywna i nieskuteczna? Zapewne nie.

Skuteczność postrzegana jest najczęściej jako wynik skuteczności działania „nadawcy”, a efektywność jako efektywność samego *procesu*. Skuteczność rozumiana jest jako skuteczna realizacja zakładanego celu (np. porozumienia, transmisji). Takie ujęcie jest możliwe, jeśli zakłada się, że komunikacja ma tylko jeden cel, jedną funkcję.

Załóżmy zatem taką sytuację: przychodzi do nas domokrażca, aby przekonać nas do zakupu garnków i namawia nas usilnie na przystanie na jego ofertę. Kiedy zatem komunikacja będzie skuteczna i efektywna? Czy kiedy domokrażca sprzeda garnki? A jeżeli ich nie sprzeda, to czy będzie nieskuteczna? Owszem, będzie swoiście skuteczna, bowiem domokrażca może nas zniechęcić do siebie i to jest *efekt* tej komunikacji (efekt procesu).

W tym przypadku możemy jedynie powiedzieć, że założony cel nie został zrealizowany – nawet jeśli działanie komunikacyjne było racjonalne (uczestnik potrafił dobrać odpowiednią formę). Ale to nie oznacza, że komunikacja była nieefektywna lub nieskuteczna. Po prostu nie zrealizowano celu. Dlatego należy podkreślić, że cel (rozumiany jako realizowana funkcja) komunikacji i *efekt* komunikacji, to nie to samo.

Nie można wskazać celu komunikacji jako takiej (np. porozumienia) jakkolwiek da się wskazać cel partykularny zakładany przez komunikatora i osiągany w działaniu komunikacyjnym. Komunikacja spełnia wiele funkcji – nie można wskazać ich wszystkich, a przy tym nie da się podać ich konkretnej liczby, tak jak robi to np. Roman Jakobson<sup>19</sup>. Nawiązując do terminologii Johna Austina można powiedzieć, że brak realizacji wypowiedzi performatywnej (tzw. „niefortunność”) nie oznacza, że wypowiedź przestaje być wypowiedzią<sup>20</sup>.

Próba kulturalistycznego ujęcia praktyk komunikacyjnych wpisuje się w działania podejmowane w celu przekroczenia ograniczeń tzw. modeli transmisyjnych<sup>21</sup>. Chodzi o takie modele („teorie”), w których komunikacja rozumiana jest jako transmisja „czegoś”. Przekroczenie takie próbuje się dokonać w ramach rytualnych (konstytutywnych) ujęć komunikacji, w których akcent kładziony jest nie na *transmisję*, lecz na *inte-*

<sup>19</sup> R. Jakobson, *W poszukiwaniu istoty języka: wybór pism 2*, Warszawa 1989, s. 81-89.

<sup>20</sup> Zob. J.L. Austin, *Mówienie i poznawanie: rozprawy i wykłady filozoficzne*, Warszawa 1993.

<sup>21</sup> Zob. R.T. Craig, *Communication Theory as a Field*, „Communication Theory” nr 2(9) 1999, s. 119-161; B.W. Pearce, V.E. Cronen, *Communication, Action, and Meaning. The Creation of Social Realities*, New York 1980; G.J. Shepherd, *Building a discipline of communication*, „Journal of Communication” nr 3(43) 1993, s. 83-91.



Nie można wskazać celu komunikacji jako takiej (np. porozumienia) jakkolwiek da się wskazać cel partykularny zakładany przez komunikatora i osiągany w działaniu komunikacyjnym. Komunikacja spełnia wiele funkcji – nie można wskazać ich wszystkich (...).

*rakcję* symboliczną – jednakże w ten sposób jedynie ucieka się od problemu transmisyjności praktyki komunikacji. Kulturalistyczne podejście proponuje takie rozumienie analizowanych procesów, w którym kluczowym aspektem jest interpretacja działania rozpoznanego jako komunikacyjne.

### **Konteksty i rozwinięcie kulturalistycznego ujęcia komunikacji**

Dookreślenie niektórych kwestii, które nie zostały do tej pory dostatecznie wyeksplikowane, będzie oparte na analizie przykładowych praktyk komunikacyjnych. Starania te będą prowadzone z perspektywy kulturalistycznego ujęcia komunikacji. W ten sposób – z racji objętościowych ograniczeń formuły artykułu – staramy się rozwinąć najważniejsze zagadnienia i przedstawić kluczowe problemy, przed którymi stoją badacze komunikacji.

Intencja komunikacyjna – będąca jednym z kryteriów identyfikacji realizowanego działania *jako* działania komunikacyjnego – nie musi dotyczyć wyłącznie aktów językowych *sensu stricto*. Formą komunikacji może być również milczenie, o ile mamy do czynienia z tzw. „milczeniem wymownym”. Na przykład „minuta ciszy” służąca uczczeniu kogoś lub czegoś jest działaniem intencjonalnym, w określonym celu i jako takie podlega interpretacji. To samo dotyczy sytuacji, w której podczas dialogu jeden z interlokutorów milczy, udzielając głosu drugiemu; jego milczenie nie jest zaprzestaniem komunikacji, lecz działaniem opartym o nawyk kulturowy, działaniem zrutynizowanym, które również podlega interpretacji. Natomiast nie jest komunikatem milczenie nie-intencjonalne, nawet jeśli podlega ono (jakiejs) interpretacji (kiedy np. ktoś milczy, ponieważ po prostu nie ma nic do powiedzenia i swemu milczeniu nie nadaje żadnego sensu, subiektywnego ani obiektywnego).

Warto podkreślić, odwołując się do powyższego przykładu, że rozpoznanie intencji komunikacyjnej (za czym idzie możliwość interpretacji) jest uwarunkowane umiejętnością rozpoznania kontekstu społeczno-kulturowego, w jakim rozgrywa się dane działanie. Wyobraźmy sobie sytuację, w której na jakiejś sali zapada tradycyjna „minuta ciszy”. Jeżeli wśród znajdujących się tam osób jest ktoś, kto nie zna tego zwyczaju (np. pochodzi z kręgu kulturowego, w którym nie praktykuje się oddania czci w ten sposób)<sup>22</sup>,

<sup>22</sup> Albo też mamy do czynienia z małym dzieckiem, które po prostu nie zna – nie rozumie sensu – takiego zwyczaju.

wówczas osoba taka nie będzie w stanie zidentyfikować owego milczenia jako „wymownego”, jako działania intencjonalnego, do którego „przywiązane” są jakieś wartości. Powiemy, że w odniesieniu do takiej osoby nie zachodzi komunikacja. Można też powiedzieć, że jest to przykład działania, któremu przysługuje wprawdzie intencja komunikacyjna ze strony tych, którzy milczą dla oddania czci zgodnie z przyjętą tradycją, jednak nie podlega ono interpretacji jako działanie komunikacyjne ze strony osoby, która takiej tradycji nie zna. W takiej sytuacji komunikacja zachodzi tylko w odniesieniu do osób, które podejmują działanie intencjonalnie i które potrafią je zinterpretować.

Dla lepszego zilustrowania tego stwierdzenia posłużymy się teraz bardziej rozbudowanym przykładem, który pozwoli zilustrować sposoby identyfikowania komunikacji wobec innych działań ludzkich.

Wyobraźmy sobie dwa statki. Na pokładzie pierwszego z nich znajdują się trzy osoby: A, B i C. Osoba A jest marynarzem, który wie, że można komunikować się za pomocą chorągiewek sygnałowych i zna zasady posługiwania się nimi w tym celu. Osoba B wie wprawdzie, że może komunikować się za pomocą chorągiewek, ale nie zna zasad (kodu) posługiwania się nimi w tym celu. Natomiast osoba C nie wie, że może komunikować się za pomocą chorągiewek i tym samym nie zna zasad posługiwania się nimi w tym celu. Te trzy osoby ilustrować będą komunikatorów interpretowanych („nadawców”) – jednak może się okazać, że będą nimi tylko potencjalnie.

Na pokładzie drugiego statku znajdują się osoby X, Y i Z. Stanowią one odpowiedniki trzech osób z pierwszego statku (tzn. dysponują analogiczną wiedzą, mają analogiczne możliwości i kompetencje w odniesieniu do posługiwania się chorągiewkami sygnałowymi), ale ilustrować będą one komunikatorów interpretujących („odbiorców”).

Można powiedzieć, że osoba A (np. marynarz) może podjąć działanie komunikacyjne przy pomocy chorągiewek, może również interpretować komunikaty nadawane przy ich pomocy. Osoba B może podjąć działanie polegające na wymachiwaniu chorągiewkami, ale nie znając zasad posługiwania się nimi, nie jest w stanie się komunikować (ponieważ potencjalny komunikator interpretujący nie będzie w stanie dokonać interpretacji sensu jego działania). Natomiast osoba C może jedynie wymachiwać chorągiewkami (np. bawiąc się nimi), ale nie wie, do czego one służą – jego działaniu nie towarzyszy więc intencja komunikowania, nie są do niego przypisane żadne sensy intersubiektywne. Następnie rozpatrzmy możliwe relacje pomiędzy osobami z pierwszego i drugiego statku. Sprawdzamy, czy osoby z drugiego statku (X, Y i Z) mogą (i w jakim stopniu) na gruncie swojej wiedzy zinterpretować działania podejmowane przez pasażerów pierwszego statku (A, B i C).

Zgodnie z proponowanym tu ujęciem komunikacji powiemy, że tylko w przypadku relacji między osobą A z pierwszego statku i osobą X z drugiego zachodzi komunikacja. We wszystkich pozostałych przypadkach komunikacja albo po prostu nie ma miejsca, albo działania wymagają spełnienia dodatkowych warunków, by mogły stać się działaniami komunikacyjnymi. W przypadku relacji między osobami A i X powiemy, że A podejmuje działanie z intencją komunikacyjną (z zamiarem komunikowania), jest komunikatorem interpretowanym i wie, w jaki sposób realizować zamierzone działanie

przy pomocy chorągiewek sygnałowych. Osoba X potrafi na gruncie swojej wiedzy zrekonstruować wiedzę i umiejętności A oraz uznać jej działanie za komunikacyjne (w 1. trybie interpretacji); może również (w trybie 2.) zinterpretować treść (znaczenie) działania podejmowanego przez A. Może też (choć nie musi) odpowiedzieć. Co istotne, jeżeli np. A przy pomocy chorągiewek zażąda od X zmiany kursu statku, a X odmówi spełnienia żądania, nadal będziemy mieli do czynienia z komunikacją, choć zamiar A nie został zrealizowany.

We wszystkich pozostałych kombinacjach z różnych względów nie dochodzi do komunikacji. Rozważmy relację między osobami A i Y. Y, w przeciwieństwie do A i X, wie tylko tyle, że chorągiewki służą do komunikacji, ale nie zna zasad posługiwania się nimi. Na gruncie swojej wiedzy może więc zinterpretować działania A jako działania z intencją komunikacyjną, ale nie znając kodu nie potrafi zinterpretować ich sensu (wie, że A chce mu coś przekazać, ale nie wie, co). Również B i Y mogą jedynie wymachiwać chorągiewkami (nie znają kodu). W przypadku sytuacji między osobami A lub B a Z (bądź odwrotnie: X, Y a C) również nie dochodzi do komunikacji, ponieważ osoba Z (oraz C) nie wiedzą w ogóle, do czego służą chorągiewki: osoba Z na gruncie swojej wiedzy (czyli wobec jej braku) nie potrafi zinterpretować działania A jako komunikacyjnego, a tym samym nie potrafi zinterpretować jego znaczenia.

Relacja między osobami B i X to sytuacja „odwrócona”, analogiczna do sytuacji rozgrywanej się między osobami A i Y. Różnica polega na tym, że osoba B nie zna kodu, więc jej działanie polegające na wymachiwaniu chorągiewkami może zostać (błędnie) zinterpretowane przez X jako działanie podejmowane z intencją komunikacyjną. Wprawdzie X wie tylko tyle, co B, że *może* komunikować za pomocą chorągiewek, ale nie potrafi tego uczynić. Jednak X nie wie o tym, że B nie zna kodu, więc może również zinterpretować działanie B tak samo jak działanie C (np. jako zabawę). Należy podkreślić, że opisy fizyczne działań osób B i C nie różnią się bowiem od siebie.

Łatwo opisać wszystkie pozostałe możliwe relacje zachodzące między pasażerami statków. Przyjmując punkt widzenia osób A, B i C możliwych jest dziewięć kombinacji ich relacji względem X, Y i Z, ale tylko jedna jest działaniem komunikacyjnym (A i X). W konsekwencji odrzucamy założenie, zgodnie z którym „nie można się nie komunikować”<sup>23</sup>. Wbrew twierdzeniom, iż „wszystko jest komunikacją”, że „każde działanie ludzkie (a nawet każde zachowanie) jest komunikacją”, uznajemy, że spośród całokształtu możliwych działań ludzkich tylko niektóre, precyzyjnie określone, są działaniami komunikacyjnymi.

Polemika z tradycyjnym, transmisyjnym ujmowaniem komunikacji oznacza zniesienie konieczności postrzegania komunikacji jako procesu „inicjowanego” przez „nadawcę”, na który „odbiorca” wtórnie reaguje. To komunikator interpretujący („odbiorca”) może być tym, który inicjuje działanie komunikacyjne. Może to mieć miejsce, kiedy interpretacji pod-

<sup>23</sup> Słynne sformułowanie „nikt nie może się nie komunikować” (ang. „One cannot *not* communicate”) przypisuje się głównie Paulowi Watzlawickowi, ale pojawia się ono często w różnych studiach nad komunikacją. Zob. P. Watzlawick, J.B. Bavelas, D.D. Jackson, *Pragmatics of human communication: a study of interactional patterns, pathologies, and paradoxes*, New York 1967, s. 49.

lega nie intencjonalne działanie komunikatora interpretowanego („nadawcy”), ale tylko pewna informacja wynikająca z jego zachowania. Innymi słowy, tzw. feedback, czyli „sprzężenie zwrotne” może być dopiero początkiem sytuacji komunikacyjnej, a nie odpowiedzią na komunikat. Dla przykładu rozważmy przykład: pewna osoba uznaje następującą zasadę: „nie należy chodzić po domu w butach”. Jednak gość tej osoby po wejściu do domu nie zdejmuje butów (narusza zasadę). Dla gospodarza jest to pewna informacja: jego gość nie zna obowiązujących w domu reguł albo złośliwie je ignoruje. Jednak gospodarz nie ma dostępu do motywów postępowania gościa. Ów gość niczego nie komunikuje (nie mamy do czynienia z działaniem komunikacyjnym), zatem gospodarz interpretuje jedynie informację (niezdejmienie butów). W konsekwencji może on (a) nie zareagować – cała sytuacja pozostanie wówczas na poziomie przekazu informacji, ale nie dojdzie do komunikacji, albo (b) zareagować (intencjonalnie) i sformułować komunikat (prośba o zdjęcie butów uzasadniona obowiązującą w jego domu regułą), który następnie zostanie zinterpretowany przez gościa. Natomiast nie ma znaczenia, czy ów zastosuje się do prośby czy nie – warunkiem komunikacji jest jej intencjonalność i interpretacja, ale nie skuteczność.

Przy okazji tego przykładu można zadać pytanie: w jaki sposób można odróżnić działanie intencjonalne od nie-intencjonalnego, kiedy opisy fizykalne obu działań nie różnią się od siebie? W powyższym przykładzie gospodarz nie wie, dlaczego jego gość nie zdjął butów (po prostu nie zna zasady czy może jest złośliwy?). Jeżeli osoba B nie zna motywów określających czynności wykonywane przez osobę A (nie potrafi stwierdzić, że A działa z intencją komunikacyjną czy nie), to co pozwala uznać działanie A za działanie komunikacyjne (bądź odrzucić taką możliwość)? Powiemy, że ocena tego, czy A działa intencjonalnie czy nie, zależy od wiedzy kulturowej osoby B i od społecznego kontekstu, w jakim rozgrywa się sytuacja.

Wspomniano wcześniej zagadnienie wzajemnej relacji działań komunikacyjnych i procesów przepływu informacji. Na zakończenie tej części warto poświęcić jeszcze kilka uwag temu problemowi.

Jednym z kryteriów komunikacji jest jej intencjonalny charakter. Tym samym odróżniamy nie tylko działania (a wśród nich działania komunikacyjne) od zachowań, ale również działania komunikacyjne od procesów przekazywania (przepływu) informacji. Komunikacja i informacja nie są pojęciami tożsamymi, nie należy sprowadzać (redukować) ich znaczenia do siebie. Przyjmujemy, że przekazywanie informacji jest jedną z bardzo wielu funkcji komunikacji, ale nie funkcją jedyną. Nie każde działanie komunikacyjne polega więc na przekazywaniu informacji. Również nie każdy przypadek przepływu informacji jest komunikacją. Kiedy szczekają na siebie dwa psy (lub kiedy pies szczeka na człowieka), mamy do czynienia z przekazywaniem informacji, ale nie z komunikacją: zwierzęta (podobnie jak rośliny czy maszyny) nie komunikują – nie ma w tych przypadkach mowy o intencji komunikacyjnej, a tym bardziej o interpretowaniu.

W potocznej praktyce językowej człowiek często uznaje, że szczekający pies „chce mu coś powiedzieć”. Jest to jedynie przykład antropomorfizacji zachowania zwierzęcia, swego rodzaju metafora. Jeżeli roślina ma opadnięte liście i na tej podstawie stwierdzamy, że w ten sposób daje nam ona do zrozumienia, że „chce się jej pić”, to przypisywanie

roślinie intencji komunikacyjnej jest całkowicie nieuzasadnione (aczkolwiek w codziennej praktyce językowej takie metafory są czymś oczywistym, o ile nie staramy się wysnuć z nich wniosków teoretycznych dotyczących rzekomej komunikacji w świecie roślin czy zwierząt).

Przyjęcie kryterium intencjonalności oznacza również, że tzw. nieświadomione komunikaty niewerbalne nie wchodzą – zgodnie z przyjętym tutaj rozumowaniem – w zakres działań komunikacyjnych. Jeżeli np. ktoś zaobserwuje pojawienie się „gęsiej skórki” na ciele własnym lub innej obserwowanej osoby, to nie mamy do czynienia z komunikatem. „Gęsia skórka” (czy też m.in. rozszerzone źrenice, przyspieszone tętno itd.) nie są znakami, lecz oznakami i jako takie nie mają intencjonalnego charakteru. Oczywiście, mogą one podlegać różnorodnej interpretacji, lecz osoba, u której występują tego typu symptomy, nie działa intencjonalnie, lecz wykazuje odruchowe zachowania.

### Podsumowanie

Z dotychczasowych wywodów wynika, że przyjmujemy stosunkowo „wąskie” rozumienie komunikacji. Takie celowo zawężone ujęcie (ograniczenie komunikacji do działań celowych, racjonalnych i interpretowalnych) jest uargumentowane względami metodologicznymi. W przypadku wielu propozycji „szerokiego” ujmowania komunikacji („wszystko jest komunikacją”, „nie można się nie komunikować”) pojawiają się liczne trudności (zwłaszcza chaos terminologiczny), brak wyraźnie określonego przedmiotu badań, wzajemnie sprzeczne wnioski w ramach poszczególnych stanowisk itd. Omawiana tu propozycja celowo nie uwzględnia np. „komunikacji” w świecie zwierząt i roślin (zachodzi w nim nie komunikowanie, lecz proces przepływu informacji) lub tzw. nieświadomej komunikacji niewerbalnej (odruchowe reakcje somatyczne). Takie ograniczenia i nawet częściowa rezygnacja z „interdyscyplinarności” są konsekwencją traktowania komunikacji jako fenomenu swoiście ludzkiego, który stanowi przedmiot badań w zakresie nauk społecznych i humanistycznych.

W odniesieniu do powyższego przykładu ilustrującego komunikację pasażerów dwóch statków należy również raz jeszcze podkreślić, że obok swojej tendencji „minimalistycznej” (precyzyjna identyfikacja określonych działań jako działań komunikacyjnych), kulturalistyczne ujęcie komunikacji jest wyrazem próby przekroczenia transmisyjnych modeli komunikowania. To, co zostało opisane w tym przykładzie, nie powinno być uznawane za przypadek „transmisji informacji od podmiotu A do podmiotu B”. Transmisja (przekazywanie, przepływ) informacji jest jedną z bardzo wielu funkcji komunikacji, ale zapewne nie jedyną. Tym, co staramy się opisać, są procesy interpretacji działań podejmowanych przez racjonalnych „aktorów społecznych”, a nie procesy mentalne uzewnętrznianie i przekazywane przez jednostki. Przekroczenie transmisyjności w badaniach nad komunikacją oznacza tu próbę zerwania ze starymi, oświeceniowymi wyobrażeniami o sposobach funkcjonowania podmiotu charakterystycznymi np. dla poglądów Kartezjusza czy Johna Locke'a<sup>24</sup>.

<sup>24</sup> J.D. Peters, *Speaking Into the Air: a History of the Idea of Communication*, Chicago 2001, s. 64.

Z pewnością nie udało się omówić tutaj wszystkich kontrowersji związanych z kulturalistyczną teorią komunikacji. Dalszego rozwinięcia wymagają m.in. kwestie takie jak: medium i forma komunikacji, problem implikatur i metafor oraz relacja mowy do języka.

Przywołane przykłady można mnożyć, lecz jest to ograniczone formą artykułu. Stawiane sądy mają formę hipotezy badawczej (aczkolwiek stanowią wynik kilkuletniej pracy naukowej). Uzasadnienie użycia w stosunku do nich określenia „teoria” zostało podane we wstępie. Hipotetyczny charakter tych rozważań oznacza, że będą one w przyszłości rozwijane, rewidowane i poddawane weryfikacji (falsyfikacji), z punktu widzenia autorów nie są jednak sformułowaniami ostatecznymi i zamkniętymi.

### Podziękowania

Artykuł jest efektem prac realizowanych w projekcie „Historia idei komunikacji. Analiza przekształceń praktyk komunikacyjnych i ich społecznych uwarunkowań w perspektywie filozofii kultury” finansowanym przez Narodowe Centrum Nauki w Polsce – numer decyzji DEC-2011/03/D/HS1/00388. ■

### BIBLIOGRAFIA

- Austin J.L., *Mówienie i poznawanie: rozprawy i wykłady filozoficzne*, Warszawa 1993.
- Carey J.W., *Communication as Culture. Revised Edition: Essays on Media and Society*, New York, 2008.
- Craig R.T., *Communication Theory as a Field*, „Communication Theory” nr 2(9) 1999, s. 119-161.
- Dobek-Ostrowska B., *Podstawy komunikowania społecznego*, Wrocław 2004.
- Everett D., *Language: the Cultural Tool*, London 2012.
- Fiske J., *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*, Wrocław 1999.
- Goban-Klas T., *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa-Kraków 1999.
- Goffman E., *Człowiek w teatrze życia codziennego*, Warszawa 2008.
- Innis H.A., *The Bias of Communication*, Toronto 1993.
- Jakobson R., *W poszukiwaniu istoty języka: wybór pism 2*, Warszawa 1989.
- McQuail D., *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa 2008.
- Mead G.H., *Mind, Self, and Society: From the Standpoint of a Social Behaviorist*, Chicago 1967.
- Ollivier B., *Nauki o komunikacji: teoria i praktyka*, Warszawa, 2010.
- Pearce B.W., Cronen V.E., *Communication, Action, and Meaning. The Creation of Social Realities*, New York 1980.
- Peters J. D., *Speaking Into the Air: a History of the Idea of Communication*, Chicago 2001.



- Pisarek W., *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Warszawa 2008.
- Rickert H., *Kultura i wartości*, w: B. Borowicz-Sierocka, Cz. Karkowski (red.), *Neokantyzm*, Wrocław 1984, s. 45-54.
- Shannon C.E., Weaver W., *The Mathematical Theory of Communication*, Urbana 1964.
- Shepherd G.J., *Building a discipline of communication*, „Journal of Communication” nr 3(43) 1993, s. 83-91.
- Watzlawick P., Bavelas J.B., Jackson D.D., *Pragmatics of human communication: a study of interactional patterns, pathologies, and paradoxes*, New York 1967.
- Winkin Y., *Antropologia komunikacji. Od teorii do badań terenowych*, Warszawa 2007.
- Wittgenstein L., *Dociekania filozoficzne*, Warszawa 2008.
- Znaniecki F., *Cultural Reality*, Illinois, Chicago 1919.

#### O AUTORACH:

**Emanuel Kulczycki:** doktor filozofii, komunikolog, teoretyk komunikacji. Adiunkt w Zakładzie Teorii i Filozofii Komunikacji Instytutu Filozofii UAM w Poznaniu. W pracy badawczej podejmuje problematykę autonomizacji refleksji nad komunikacją, statusu komunikacji jako przedmiotu badawczego oraz zagadnienie języków uniwersalnych. Autor monografii „Teoretyzowanie komunikacji”.

**Michał Wendland:** doktor filozofii, komunikolog. Adiunkt w Zakładzie Teorii i Filozofii Komunikacji, zatrudniony w Instytucie Filozofii na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza od 2008 roku. W pracy badawczej zajmuje się przede wszystkim filozofią języka oraz filozofią kultury i teorią komunikacji. Podejmuje tematykę wpływu praktyk komunikacyjnych na rzeczywistość społeczną, zajmuje się konstruktywizmem na obszarze komunikologii, nietransmisyjnymi ujęciami komunikacji, a także klasyczną i współczesną filozofią niemiecką.