

Andrzej Postawa
Politechnika Wroclawska

KOMUNIKOWANIE NA FORUM W TRÓJWYMIAROWYM SYSTEMIE PERCEPCJI ZMYŚLÓW



Wprowadzenie

Ludzie od tysięcy lat porozumiewali się ze sobą, wykorzystując do tego wszystkie dostępne środki, począwszy od zwykłych gestów, sygnałów dźwiękowych czy prostych rysunków aż do malowideł na skałach lub przedmiotach codziennego użytku. Konieczność zbiorowej organizacji życia powodowała rozwój tego typu interakcji społecznej.

Dzisiaj do tego typu komunikacji używamy papieru, pisaków, książek, gazet, radia, telewizji, dekodek dźwięku i obrazu, telefonów, komputerów, internetu itp. W historii ludzkości większość tych urządzeń pojawiła się stosunkowo niedawno. Charakteryzuje to okres, w którym żyjemy, jako epokę intensywnej komunikacji.

Według Hansa Georga Gadamera komunikacja zanurzona jest w tradycji, rozumianej jako moment dziejów, który „potrzebuje potwierdzenia, uchwycenia i kultuwacji”¹. Interakcja ludów pierwotnych była stosunkowo uboga w kolorystyce: do malowideł w jaskiniach używano paru tylko kolorów: czerwieni z ochry, czerni z sadzy oraz bieli ze skał wapiennych. Zbigniew Herbert w swoich esejach na temat sztuki pisze:

Ideal imitacji absolutnej zwierząt, niezbędny dla celów magicznych, był prawdopodobnie przyczyną, dla której zaczęto używać farby. Paleta kolorystyczna jest prosta i da się sprowadzić do czerwieni i jej pochodnych oraz czerni i bieli. Wydaje się, że człowiek prehistoryczny nie był wrażliwy na inne kolory, podobnie jak dzisiaj Murzyni z plemienia Bantu. Zresztą stare księgi ludzkości: *Weda*, *Awesta*, *Stary Testament*, poematy homeryckie, pozostają wierne temu ograniczonemu kolorystycznemu widzeniu².

W jaki sposób postrzegamy? W jaki sposób ludzie komunikują się wzajemnie? W jaki sposób człowiek wysyła, odbiera, identyfikuje i rozpoznaje wrażenia? Czy jest możliwe usystematyzowanie komunikacji interpersonalnej z uwzględnieniem percepcji zmysłów?

¹ H.-G. Gadamer, *Prawda i metoda*, Warszawa 2007, s. 388.

² Z. Herbert, *Barbarzyńca w ogrodzie*, Warszawa 1962, s. 6.

Metodologia badań

Podchodząc do klasyfikacji komunikowania sensorycznego, trzeba mieć na uwadze to, że w rzeczywistości interakcja ta rzadko zachodzi za pomocą tylko jednego ze zmysłów. Dlatego potrzeba wypracowania systemu, który dałby podstawy do kompleksowego podejścia do problematyki.

Od początku XX wieku polski rzeczownik „komunikacja” oznaczał zarówno porozumiewanie się ludzi, jak i transport poprzez drogi lądowe czy wodne, także telegraf, telefon itd.

Zgodnie z powyższymi ustaleniami odnoszącymi się do etymologii wyrazu, komunikacja oznacza zarówno 1) proces służący przekazywaniu informacji, wiedzy, idei, uczuć, emocji bądź umożliwiający porozumiewanie się, jak i 2) tworzenie lub poczucie wspólnoty, utrzymywanie relacji społecznych.

Czy można połączyć ze sobą te dwie definicje? Innymi słowy, czy możliwe jest połączenie tradycji cybernetycznej³, socjopsychologicznej⁴ i socjokulturowej⁵?

Na gruncie teoretycznym wydaje się to na razie niemożliwe. Rozwiązaniem może być propozycja Roberta Craiga, który uważa, że na jednym poziomie należy próbować stworzyć „mapę myśli komunikacyjnej”, która pozwoli na wskazanie i legitymizację dyscypliny naukowej w obrębie współczesnej refleksji humanistycznej (a przez to na jej legitymizację w strukturach akademickich), z drugiej zaś – niejako niezależnie – próbować w różnych metadyskursach teoretycznych objaśnić, zrozumieć i nauczyć się posługiwać praktykami komunikacyjnymi – czyli kultywować komunikacyjną *praxis*⁶, to znaczy komunikację jako dyscyplinę praktyczną.

³ Tradycja cybernetyczna uznaje linearny model ludzkiego komunikowania. Jego głównymi twórcami są Harold Lasswell (*Power and Personality*, New York 1948), Claude Shannon (*A mathematical theory of communication*, „Bell System Technical Journal” 1948, nr 27), Norbert Wiener (*Cybernetics or Control and Communication in the Animal and the Machine*, New York 1948) czy Roman Jakobson. Akt komunikowania rozpoczyna nadawca, który decyduje, jaki przekazać komunikat (przekaz) o określonym zbiorze znaczeń. Nadawca koduje zamierzone znaczenia poprzez właściwy dobór słów, gestów itp. oraz ich układu (styl, gramatyka). Komunikat jest następnie wyemitowany – wypowiedziany lub pokazany, tak aby „pokonać przestrzeń” między nadawcą a odbiorcą. Odbiorca, czyli jednostka, do której jest skierowany przekaz, zwraca uwagę i postrzega komunikat jako zbiór na pewnym układzie znaków. Odbiorca następnie odkodowuje komunikat, konstruując własne interpretacje znaczeń znaków. W rezultacie interpretacji odbiorca jest pod pewnym wpływem komunikatu. Oznacza to, że komunikowanie ma na niego wpływ. Komunikowanie w tej tradycji jest symetryczne, tzn. nadawca może być również odbiorcą przekazu informacji.

⁴ Komunikacja odzwierciedla tutaj osobowość. Przekonania oraz uczucia wpływają na sądy, a ludzie w grupie oddziałują na siebie (R. Craig, *Communication Theory as a Field*, „Communication Theory” 1999, nr 9(2), s. 133).

⁵ W tradycji socjokulturowej jednostka jest produktem społeczeństwa. Każde społeczeństwo ma oddzielną kulturę, a działania społeczne mają niezamierzone efekty (*ibidem*).

⁶ *Ibidem*, s. 119-161, za: E. Kulczycki, *Teoretyzowanie komunikacji*, Poznań 2012, s. 191.

Metasystem Komunikacji Interpersonalnej w czasoprzestrzeni zmysłów

Porozumiewanie się między ludźmi nie zachodzi w próżni. Znaczenie doświadczeń komunikacyjnych w dużym stopniu uwarunkowane jest kontekstem, który im towarzyszy. Zarówno nadawca, jak i odbiorca powinni zmierzać do wypracowania tego kontekstu dla skutecznej wymiany informacji.

Według Bogusławy Dobek-Ostrowskiej „komunikowanie jest procesem porozumiewania się jednostek, grup lub instytucji. Jego celem jest wymiana myśli, dzielenie się wiedzą, informacjami i ideami”⁷. Jednostka B, która ma odebrać komunikat, nie ma bezpośredniego dostępu do „treści psychicznych” jednostki A i może jedynie na gruncie swojej wiedzy i doświadczenia określić, czy dane zachowanie było działaniem cechującym się intencją komunikacyjną.

Pojęcie komunikacji odnosi się zarówno do przekazu werbalnego („wzajemna rozmowa”), jak również do zachowań niewerbalnych (dotyczy to mimiki, gestów itp.). Komunikacja obejmuje „zrozumienie się w rozmowie”, jak i „brak zrozumienia”.

Każdorazowy kontakt personalny służy wymianie myśli, podzieleniu się wiedzą, wyrażeniu życzeń, podzieleniu się poglądami i wymianie punktów widzenia, podjęciu decyzji czy rozwiązaniu problemów. Komunikacja jest zjawiskiem społecznym, bez którego trudno utrzymać życie na ziemi. Każde zachowanie jest komunikatem, wobec tego nie można nie komunikować⁸.

Komunikacja wizualna⁹ i dźwiękowa¹⁰ mają wiele cech wspólnych, ale zawsze pozostaną oddzielnymi systemami przesyłania i odbierania informacji. Komunikacja wizualna to przekazanie informacji między nadawcą a odbiorcą za pomocą środków przekazu związanych z obrazem i ze zmysłem wzroku. W jego obrębie można wyróżnić podsystem komunikacji ruchowej (kinezyjnej), przestrzennej (proksemicznej) oraz „przez przedmioty”¹¹. Komunikacja ruchowa określana jest przez ekspresję twarzy, zachowania wzrokowe, gesty i pozycje ciała. Proksemika jest to nauka zajmująca się badaniem wzajemnego wpływu relacji przestrzennych między osobami¹². Zajmuje się zagadnieniami: dystansów personalnych (intymny, osobisty, społeczny, publiczny)¹³

⁷ B. Dobek-Ostrowska, *Podstawy komunikowania społecznego*, Wrocław 2004, s. 13.

⁸ P. Watzlawick, J. Beavin Bavelas, D. Jackson, *Pragmatics of Human Communication*, New York 1967.

⁹ *Principles of Neural Science*, red. E. Kandel, McGraw-Hill 2005, s. 556-653.

¹⁰ *Ibidem*, s. 654-711.

¹¹ D. Leathers, *Komunikacja niewerbalna*, Warszawa 2007, s. 29.

¹² <http://pl.wikipedia.org/wiki/Proksemika> [30.05.2013].

¹³ E. Hall, *Ukryty wymiar*, Warszawa 1976.

odległości, terytorium¹⁴, zatłoczenia¹⁵ i prywatności¹⁶ dla celów komunikowania. Dan Leathers określa komunikację przez przedmioty jako „wszystko to, co zaczyna się od wewnętrznego wyglądu twarzy, ciała i obejmuje to, co osoba komunikująca się może wykorzystać, aby zmienić swój wygląd”¹⁷.

Mowa jest standardem w komunikacji językowej wszystkich kultur świata. Mowa ludzka zasadniczo różni się tym od „języka zwierząt” (pszczoł, ptaków, psów, kotów czy małp), że ma „gramatykę”, czyli jest systemem pozwalającym na tworzenie struktur językowych nie instynktownie, ale według reguł wypracowanych przez ludzki umysł. Kombinacja reguł gramatycznych pozwala stworzyć ogromną ilość wyrażen ze skończonego zbioru jednostek fonetycznych. W ten sposób system komunikacji dźwiękowej człowieka może kodować mnóstwo koncepcji. W odróżnieniu od zwierząt tylko ludzie mogą komunikować się abstrakcyjnie.

Sygnały wokalne mogą przenosić znaczenia oraz zawierać konkretne funkcje w komunikacji interpersonalnej. Atrybuty dźwięku nadające każdemu sygnałowi wokalnemu jego unikalne właściwości to: głośność, ton, tempo, trwałość, barwa, rytmiczność, artykulacja, wymowa oraz milczenie¹⁸.

Zrozumienie złożoności funkcjonowania ludzkiego umysłu, struktury języka, różnicy pomiędzy tradycjami w komunikacji, opisu tych zjawisk przez biologię, psychologię, socjologię i inne nauki implikuje konieczność współpracy interdyscyplinarnej.

Próbą całościowego ujęcia zjawiska ludzkiej komunikacji jest Metasystem Komunikacji Interpersonalnej, obejmuje trzy wzajemnie na siebie oddziałujące systemy: system komunikacji wizualnej, system komunikacji dźwiękowej oraz system komunikacji somatyczno-węchowo-smakowo-westybularnej, zgodnie z podziałem zastosowanym w *Principles of Neural Science* Eryka Kandela¹⁹ (ryc. 1).

Pierwsze dwa systemy przedstawiono w górnej części schematu. Człowiek absolutną większość informacji przekazuje za pomocą obrazu i dźwięku. Procentową proporcję

¹⁴ Obszar kontrolowany przez jednostkę, rodzinę czy inną społeczność, przy czym ważne jest zarówno faktyczne czy potencjalne fizyczne posiadanie tego terytorium, jak i jego obrona (R. Sommer, F. D. Becker, *Territorial defense and the good neighbor*, „Journal of Personality and Social Psychology” 1969, nr 11, s. 85-92).

¹⁵ Subiektywne odczucie, że w danej przestrzeni znajduje się za dużo osób. Zatłoczenie jest stanem, który pojawia się wtedy, gdy danej osobie nie udaje się osiągnąć pożądanego poziomu prywatności i musi ona utrzymywać dłuższy od pożądanego kontakt społeczny (I. Altman, *The environment and social behavior: privacy, personalspace, territory, crowding*, Monterey, CA 1975).

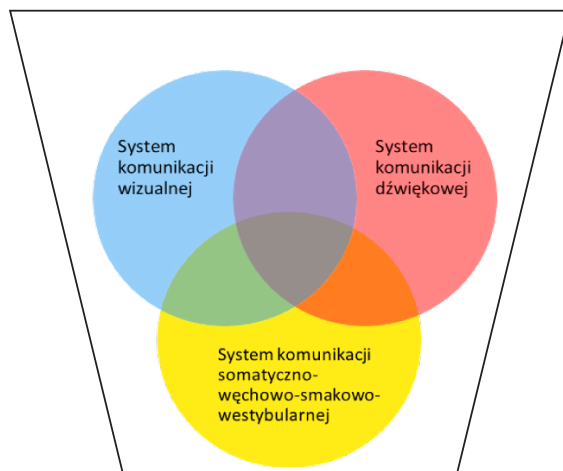
¹⁶ Możliwość jednostki lub grupy osób do utrzymania swych osobistych zwyczajów i zachowań z dala od widoku publicznego (por. A. Postawa, *Prywatność a nowe technologie*, [w:] *Człowiek wobec wyzwań rozwoju technologicznego*, red. J. Machnacz, M. Małek, K. Serafin, Wrocław 2011, s. 219-234).

¹⁷ D. Leathers, *op. cit.*, s. 29.

¹⁸ *Ibidem*, s. 191.

¹⁹ *Principles of Neural Science*, s. 460.

odbioru i przekazu informacji przedstawiają zmysły: wzrok – 83%, słuch – 11%, węch – 3,5%, dotyk 1,5%, smak 1%²⁰.



Ryc. 1. Metasystem Komunikacji Interpersonalnej
Źródło: opracowanie własne.

W praktyce nie można oddzielić w pełni komunikacji wizualnej od dźwiękowej. Najczęściej i w normalnych warunkach człowiek wysyła i odbiera informacje nie tylko zmysłem wzroku i słuchu, ale także za pomocą pozostałych zmysłów. Stąd trzeci system obejmujący te dziedziny komunikacji interpersonalnej. Systemy te są powiązane ze sobą, co wizualnie zostało przedstawione na kolorowym obrazie metasystemu komunikacji interpersonalnej.

Powyższy Metasystem Komunikacji Interpersonalnej charakteryzuje się dynamicznym rozwojem, to znaczy zmienia się w czasie. Ta współrzędna czasu sprawia, że metasystem ten funkcjonuje nie tylko w przestrzeni zmysłów ludzkich, ale w ich czasoprzestrzeni²¹.

Dobór kolorów podstawowych w Metasystemie Komunikacji Interpersonalnej jest nieprzypadkowy. Wybrano kolory podstawowe z tak zwanej syntezy subtraktywnej²²,

²⁰ L. Giblin, *Umiejętność postępowania z innymi*, Kraków 1993, s. 23.

²¹ Dale Leathers w swoim metasystemie komunikacji ludzkiej umieszcza podsystem czasowy w systemie komunikacji wzrokowej razem z podsystemami dotykowym i węchowym (D. Leathers, *op. cit.*, s. 28).

²² Subtraktywne mieszanie barw to nakładanie się barw pozostałych po wyeliminowaniu ze światła białego (np. w wyniku pochłaniania przez barwniki) fal o pewnych długościach. Wynikiem subtraktywnego mieszania barw są na ogół barwy występujące w przyrodzie; przez subtraktywne mieszanie barw: niebieskozielonej C, purpurowej M i żółtej Y można uzyskać dowolny kolor (<http://encyklopedia.pwn.pl/haslo/3980996/subtraktywne-mieszanie-barw.html> [31.05.2013]).

gdźz najlepiej odzwierciedlają one współrzędne procesu komunikacyjnego, opisane szczegółowo w następnym punkcie tej pracy.

Przełożnik jest przekazem

Według koncepcji Marshalla McLuhana treścią każdego środka przekazu jest zawsze inny środek przekazu. Na przykład pismo jest treścią²³ druku, treść pisma stanowi mowa, a treścią mowy jest niewerbalny proces myślowy. Stąd słynne jego powiedzenie „przełożnik (*the medium*) jest przekazem (*the message*)”²⁴.

Czy istnieje różnica pomiędzy mową, pismem a obrazem? Ontologicznie są to różne kategorie. W tradycji cybernetycznej łączy je natomiast to, że najogólniej mówiąc, przekazują pewne informacje.

Ludzie we wzajemnej interakcji komunikują treści psychiczne za pomocą zmysłów. Są to przede wszystkim zmysły wzroku i słuchu, ale także pozostałe, jak dotyk, smak, węch czy zmysł równowagi. W niniejszej pracy przedmiotem badań są **czynności** komunikowania treści (tworzenie, przekazywanie oraz odbiór), **wytwory** tych czynności oraz **przełożniki** tych treści. Czynności te, wytwory tych czynności oraz przełożniki przekazu informacji podzielono według kryterium użycia zmysłów do wysyłania lub odbierania tych sygnałów.

W Metasystemie Komunikacji Interpersonalnej zakłócenia są traktowane jako normalny proces przesyłania pewnych informacji. To samo dotyczy innych składowych komunikowania, jak *feed-back*, czyli informacja zwrotna.

Czynności związane z przekazem jakichkolwiek informacji za pomocą zmysłów ludzkich to np. mówienie, słuchanie, czytanie, pisanie, gestykulowanie, telegrafowanie, wysyłanie i odbieranie (np. sygnałów cyfrowych), telefonowanie, oglądanie telewizji, rysowanie, malowanie, drukowanie, śpiewanie, granie na instrumentach, pisanie na komputerze i wiele innych. **Wytwory** tych czynności to np. mowa, pismo, obraz, zdjęcie, film, plakat, utwór muzyczny, spektakl teatralny czy koncert. **Przełożniki tych informacji** to np. instrument muzyczny, telegraf, radio, telefon, telewizor, komputer, radar, satelita.

W analizie wypowiedzi 273 studentów, uczestników forum e-learnigowego *Komunikacji społecznej*²⁵, stosuje się klucz związany ze sposobem wyrażania się, odnoszącym się do zmysłu **wzroku**, **słuchu** oraz **pozostałych zmysłów**. Kryteria użycia kolorów podstawowych syntezy subtratywnej (**niebieskiego**, **czernego** i **żółtego**) przyjmuje się jako trzy współrzędne procesu komunikacyjnego. Cały proces komunikacyjny odbywa się

²³ Odnosząc się do „treści”, Marshall McLuhan używa słowa *content*, co jasno wskazuje na pojęcie treści jako zawartości: „The content of writing is speech, just as the written word is the content of print, and print is the content of the telegraph” (M. McLuhan, *Understanding media. The extension of man*, New York 1964, s. 8).

²⁴ M. McLuhan, *Zrozumieć media: przedłużenia człowieka*, Warszawa 2004, s. 212-213.

²⁵ <http://mk2015.pwr.wroc.pl/moodle/course/view.php?id=24> [30.05.2013].

w przestrzeni tych współrzędnych, analogicznie do przestrzeni Euklidesa w geometrii analitycznej, gdzie współrzędnymi są wysokość, szerokość oraz głębokość (na osiach X, Y i Z), gdzie każdy punkt ma swoje współrzędne (x, y, z). Tak samo w przypadku niniejszej analizy każdemu procesowi przekazu informacji przypisuje się współrzędne (x, y, z), odnoszące się do przekazu informacji przez zmysły **wzroku**, **słuchu** oraz **pozostałe zmysły**. Uwzględniając czasowy charakter procesu komunikacji, w analizie tej czasoprzestrzeni wyodrębniono następujące kategorie przekazu informacji:

1. Czynności, wytwory tych czynności oraz kanały przekazu informacji odnoszące się tylko i wyłącznie do systemu wizualnego, jak „obraz”, „gest”, „rysunek” czy „fotografia”, oznaczono w tekście na **niebiesko**.
2. Czynności, wytwory tych czynności oraz kanały przekazu informacji odnoszące się tylko i wyłącznie do systemu dźwiękowego, jak „mowa” czy „muzyka”, oznaczono w tekście na **czerwono**.
3. Czynności, wytwory tych czynności oraz kanały przekazu informacji odnoszące się tylko i wyłącznie do systemów sensorycznych: somatycznego (dotyk, propriocepcja, ból, swędzenie czy emocje wywołane np. przez bodźce termiczne, mechaniczne oraz chemiczne), węchowego, smakowego i wertykalnego (grawitacja, przyspieszenie, ruchy głowy) oznaczono w tekście na **żółto** („komunikacja kinestetyczna”).

Zakładając udział więcej niż jednego zmysłu w przekazie informacji, w zależności od intensywności udziału sensorycznego, przekaz może być z przewagą **obrazu**, **dźwięku** lub **kinestetyki** (odpowiednio do sumy poszczególnych współrzędnych).

4. Czynności, wytwory tych czynności oraz kanały informacji odnoszące się do przekazu informacji związanej jednocześnie ze zmysłami **wzroku**, **słuchu** i **pozostałymi zmysłami** oznaczono:
 - a) kolorem **fioletowym** (i **odcieniami fioletu**), gdy dominującym zmysłem jest **wzrok** (np. **film**, **reklama telewizyjna**, **kamera**),
 - b) kolorem **różowym** (i **odcieniami różu**), gdy dominującym zmysłem jest **słuch** (**koncert**, **przedstawienie teatralne**),
 - c) kolorem **brązowym** (i **odcieniami brązu**), gdy dominuje przekaz pisany (**komputer**, **portale społecznościowe** typu **facebook**, **twitter** oraz **telefon komórkowy**, **ipod** czy **tablet**, posiadające podobne możliwości przekazu informacji, co **komputer** – użycie zmysłów wzroku, słuchu i dotyku),
 - d) kolorem **zielonym** (i **odcieniami zieleni**), gdy w procesie komunikacyjnym zaangażowany jest zmysł wzroku i pozostałe zmysły, a nieobecny jest zmysł słuchu (**gesty**, **mimika** itp.), gdyż kolor ten powstaje z połączenia koloru **niebieskiego** i **żółtego** (**komunikacja niewerbalna**).

Jeśli z tekstu nie wynika jednoznacznie, za pomocą jakich zmysłów przekazano informację, wtedy nie stosuje się zaznaczenia kolorem.

Poniższa analiza wpływu muzyki na komunikację jest przykładowym zastosowa-

niem tej metody w praktyce. Chroniąc prawo do prywatności, nie używa się imion ani nazwisk uczestników forum, tworząc im pseudonimy czy nicki. Tekst uczestników forum cytuje się poprzez zaznaczanie go kursywą. W przypisach podaje się tematykę forum oraz datę i godzinę umieszczenia postów. Dalej przedstawiono przykład zastosowania tej metody w praktyce, w przekrojowej analizie postów forum internetowego.

Przekrój tematyczny – przykład zastosowania metody w praktyce

Lamta (nick jednej z uczestniczek forum) w *Forum aktualności*, *Wpływ muzyki na komunikację*, w piątek 3 maja 2013 r. o godz. 12:43 napisała:

Jaki wpływ ma, według Was, muzyka na komunikację? Jakie teksty do Was najbardziej przemawiają i czy zgadzacie się z tym, że teksty piosenek czasem poruszają tematy tabu? Czy uważacie, że dzięki tekstom piosenek wyraża się często to, czego nie potrafilibyśmy powiedzieć wprost?

Lamta używa w powyższym poście określeń charakterystycznych dla słuchowców. Wyrażenie *muzyka* zaznaczone jest na czerwono, gdyż najogólniej rzecz biorąc, przedstawia przekaz informacji odbierany przez zmysł słuchu. *Muzyka* w tym przypadku może być tworzona zarówno przez struny głosowe człowieka, jak również przez dowolny instrument muzyczny.

Oczywiście *teksty piosenek przemawiają* oraz *czasem poruszają tematy tabu*, gdyż ten ostatni czasownik wyraźnie odnosi się do komunikacji kinestetycznej. Natomiast *teksty piosenek przemawiają i wyrażają często to, czego nie potrafilibyśmy powiedzieć wprost*, gdyż chodzi tu nie o napisane na papierze czy w komputerze słowa, ale o teksty piosenek słuchane w radiu czy telewizji.

Inna uczestniczka forum o pseudonimie Canta w odpowiedzi na wątek Lamty napisała:

Muzyka wpływa zarówno pozytywnie, jak i negatywnie na komunikację. Pozytywnie w tym, co napisałaś, jak najbardziej ze wszystkim się zgadzam. Negatywnie, bo niestety często jest tak, że się nie szanuje tego, że ktoś słucha innego rodzaju muzyki, przez co są różne konflikty i komunikacja wówczas kuleje. Chociaż dzięki takim festiwalom jak Woodstock, gdzie jest reggae oraz leci punk i wszyscy się świetnie bawią, przywraca się wiarę w ludzkość i w to, że potrafimy się dogadać²⁶.

Przekaz Canty różni się od opisu Lamty określeniami odnoszącymi się do transmisji *muzyki* na żywo, podczas *festiwalu* lub *koncertu*. *Muzyka wpływa pozytywnie lub negatywnie na komunikację*, z zaznaczeniem *wpływu* na żółto, gdyż jest to opis kinestetyczny. *Napisanie* czegoś na *forum* wymaga użycia *pisma*, ale w wersji komputerowej, to znaczy za pomocą przekazu wykorzystującego nowoczesne technologie. *Słuchanie*

²⁶ Canta, *Forum aktualności*, *Wpływ muzyki na komunikację*, 3 maja 2013 r., godz. 13:05.

innych rodzajów *muzyki* powoduje konflikty i dlatego *komunikacja kuleje*. *Festiwal* czy koncert, jak ten w *Woodstock*, odbierany jest na żywo za pomocą przede wszystkim zmysłów słuchu oraz wzroku, stąd różowy kolor tego typu transmisji. Na *koncercie leci* zarówno *reggae*, jak i *punk*, a co najważniejsze, wszyscy *potrafią się dogadać*.

Podstawowa różnica w wypowiedziach Lamty i Cauty tkwi w odniesieniu pierwszego przekazu do radia (kolor czerwony), a drugiego do koncertu (kolor różowy).

Maka *nie wyobraża sobie świata* bez *muzyki*, która ma na nią ogromny *wpływ*. Według niej *często jest tak, że słuchając czegoś, wprowadzam siebie w określony stan [...], jak podczas koncertów, gdy rzeszami ludzi zawładnął Freddie Mercury*²⁷.

Wypowiedź Maki jest bardzo różnorodna, jeśli chodzi o analizę językową. Używa ona w całej swojej wypowiedzi na temat muzyki proporcjonalnie: obrazowych (12,5%; N = 1), słuchowych (50,0%; N = 4), jak i kinestetycznych (37,5%; N = 3) środków ekspresji.

Natomiast zupełnie inaczej przedstawia się to u Jaka, który używa 10% (N = 1) wypowiedzi obrazowych, 70% (N = 7) słuchowych oraz 20% (N = 2) kinestetycznych środków ekspresji²⁸.

Jeszcze inne proporcje występują w poście Newy, gdzie 12,5% (N = 1) określił przypada na wypowiedzi obrazowe, 37,5% (N = 3) na słuchowe oraz 50% (N = 4) na emocjonalne opisy kinestetyczne²⁹.

W poście Magdy opisywane dźwiękowe procesy komunikacji stanowią 35,3% (N = 6), a kinestetyczne 64,7% (N = 11):

Często tak bywa, że puszczamy sobie piosenkę i aż człowiekowi kręcą się tży w oczach, ponieważ odzwierciedla dokładnie to, co kryje się w naszych sercach. Wyraża to, czego nie możemy, czy nie mamy odwagi wyrazić słowami.

W drugiej części swojej wypowiedzi Magda podaje dwa przykłady presupozycji:

- 1) *Ile dziewczyn po zerwaniu nie słuchało rzewnych kawałków, które tak koją skolatane nerwy. Jednak w takich momentach nie słuchamy słów piosenki, a skupiamy się na melodii*.
- 2) *I odwrotna sytuacja – kiedy jakaś szybka piosenka nie pozwala nam usiedzieć w miejscu. Człowiek uśmiecha się sam do siebie i próbuje nie tańczyć na środku ulicy*³⁰.

Pierwsza presupozycja zakłada istnienie wielu dziewczyn, które *po zerwaniu* z sympatią koili swoją psychikę w piosence. Natomiast skupianie się na *melodii*, a nie na *słowach piosenki* zakłada, że tą zranioną dziewczyną była właśnie Magda.

Drugi opis nie tylko zakłada istnienie osób, które na odgłos *szybkiej piosenki tańczą na środku ulicy*, ale poprzez *uśmiech samej do siebie* wskazuje, że jedną z tych osób była Magda.

²⁷ Maka, *ibidem*, 5 maja 2013 r., godz. 22:55.

²⁸ Jak, *ibidem*, 5 maja 2013 r., godz. 22:59.

²⁹ Newa, *ibidem*, 6 maja 2013 r., godz. 14:05.

³⁰ Magda, *ibidem*, 7 maja 2013 r., godz. 14:27.

Parę dni później niezwykle bogato opisała wpływ muzyki na komunikację Moda, wskazując na „*rejony*” *muzyczne*, po których *się poruszamy*. Ponad połowa, 52,8% (N = 12), opisanych przez nią procesów komunikacyjnych ma konotacje dźwiękowe, a 47,2% (N = 11) – kinestetyczne³¹.

Przedstawiono powyżej krótkie noty charakterystyczne dla siedmiu uczestników forum aktualności kursu *Komunikacji społecznej* związanego z wpływem muzyki na komunikację. Są to symboliczne „obrazy” stylu językowego uczestników forum, które mają na celu zaprezentować sposób podejścia do problematyki. Mając świadomość, że tak krótkie charakterystyki nie mogą oddać pełnego obrazu stylu językowego tych osób, dlatego w dalszej części badań przedstawia się charakterystykę wybranych uczestników forum na podstawie ich kilkunastu lub kilkadziesiątu wypowiedzi dotyczących wielu dziedzin komunikacji społecznej.

Komunikowanie sensoryczne na przykładzie wybranych uczestników kursu *Komunikacji społecznej*

W tej części pracy zostały przedstawione dwa konkretne obrazy komunikowania sensorycznego. Jest to analiza kilkunastu wypowiedzi na forum dwóch wybranych studentek o pseudonimach Celina i Partula.

Celina podejmuje temat tworzenia stereotypów, które według niej są efektem braku głębszego poznania, krzywdzą i występują powszechnie. Wynikają z powierzchownego oceniania czyjegoś wyglądu i wypowiedzi oraz z niedostatecznego odczytywania sygnałów niewerbalnych. Mówiąc o wyglądzie i komunikacji z drugą osobą, Celina często używa języka o charakterze kinestetycznym, gdy *przypinamy ludziom metki, nie podejmując żadnych kroków, przywiązujemy uwagę, zwalamy winę* itp.³² W wypowiedziach o reklamach Celina kontynuuje ten styl wypowiedzi³³. Następnie mówi o *filmie*, ale nie używa języka obrazu, tylko odwołuje się do innych zmysłów niż wzrok i słuch:

*Nie jestem zwolenniczką generalizowania, dlatego nie popieram tych, którzy twierdzą, że dawniej tworzone lepsze filmy niż obecnie. Teraz po prostu kręci się ich więcej, przez nie współczesny odbiorca może chwilami poczuć, że zalewa go fala kiczu i tandety. W XXI wieku także zdarzają się prawdziwe perełki, choć trzeba włożyć trochę wysiłku, by odnaleźć je w gąszczu produkcji niskiej jakości*³⁴.

Następnie, wypowiadając się na temat *reklamy*, napisała:

³¹ Moda, *ibidem*, 13 maja 2013 r., godz. 18:10.

³² Celina, *Forum aktualności, Zaproszenie do uczestnictwa w forum*, 14 października 2012 r., godz. 12:37.

³³ Celina, *Forum aktualności, Produkty markowe i ich tańsze zamienniki*, 3 listopada 2012 r., godz. 20:18.

³⁴ Celina, *Forum aktualności, Film*, 27 grudnia 2012 r., godz. 21:31.

*Chciałam się z Wami podzielić filmikiem, na który trafiłam kiedyś w Internecie i, który na długo utkwił w mojej pamięci. Jest to reklama społeczna – nieprzewidywalna i szokująca*³⁵.

W obydwu przypadkach: forum filmowego i reklamy Celina używa kinestetycznych form opisu, chociaż odnosi się do rzeczywistości typowej dla zmysłów wzroku i słuchu.

Struktura kursu *Komunikacji społecznej* została tak ułożona, że obowiązkiem każdego studenta było zapoznanie się z materiałami poszczególnych tematów oraz podzielenie się spostrzeżeniami na forum aktualności. Celina umieszczała więc systematycznie swoje refleksje na forum, odnosząc się do różnorodnej tematyki kursu.

Tematyka *ogłądania fotografii* „zmusza” Celinę do języka obrazu, chociaż nie używa go automatycznie. Zdjęcia *wizualnie przybliżają i odkrywają*³⁶, a *fotografia utrwała najpiękniejsze momenty naszego życia, jak spotkania z przyjaciółmi itp.* Według Celinie *fotografia niesie za sobą dużo więcej, niż tylko wrażenia estetyczne*³⁷.

W tematyce zupełnie innej, odnoszącej się do komunikacji audialnej przez telefon, Celina nie zmienia swego stylu, używa zwrotów kinestetycznych: *rozmowa telefoniczna nigdy nie zastąpi bezpośredniego kontaktu, ale może okazać się bardzo pomocna, gdy z bliskimi osobami dzieli nas duża odległość*³⁸.

W tematyce komputera i internetu styl Celinie pozostaje niezmienny: *Gdyby jednak rozwój komputerów i internetu nie nastąpił nigdy lub szedł w wolniejszym tempie, dalej dużą popularnością cieszyłyby się księgarnie i biblioteki*³⁹.

Tak więc niezależnie od tematyki poruszanej na forum Celina prezentuje swój niezmienny, zwięzły, konkretny, posługujący się kinestetycznymi odniesieniami styl opisu rzeczywistości. O wiele bardziej styl ten jest narratywny niż naukowy, chociaż poruszane zagadnienia „z urzędu” zaliczają się do kategorii naukowych. Celina nie stosuje logicznego języka paradygmatów naukowych, przedstawiając swoje refleksje, wrażenia, odczucia, sądy. Chociaż jest przeciwniczką *przypinania metek* i stereotypów, to sama niejednokrotnie *generalizuje*, odnosząc się do współczesnej *produkcji filmowej* jako do *gąszczy produkcji niskiej jakości*, gdy *współczesnego odbiorcę* kina *zalewa fala kiczu i tandety*⁴⁰, czy mówiąc o produktach markowych, które *nie zawsze są lepsze od ich tańszych zamienników*⁴¹. Natomiast stwierdzenie: *gdyby ludzie pisali bardziej starannie*⁴²,

³⁵ Celina, *Forum aktualności, Reklama*, 29 grudnia 2012 r., godz. 13:18.

³⁶ Celina, *Forum aktualności, Fotografia*, 27 grudnia 2012 r., godz. 22:20.

³⁷ Celina, *Forum aktualności, Fotografia*, 28 grudnia 2012 r., godz. 12:10.

³⁸ Celina, *Forum aktualności, Telefon*, 27 grudnia 2012 r., godz. 23:07.

³⁹ Celina, *Forum aktualności, Komputer, sieć i komunikacja masowa*, 28 grudnia 2012 r., godz. 19:08.

⁴⁰ Celina, *Forum aktualności, Film*, 27 grudnia 2012 r., godz. 21:31.

⁴¹ Celina, *Forum aktualności, Produkty markowe i ich tańsze zamienniki*, 3 listopada 2012 r., godz. 20:18.

⁴² Celina, *Forum aktualności, Telefon*, 27 grudnia 2012 r., godz. 23:07.

jest jawną presupozycją tego, że obecnie ludzie piszą coraz mniej starannie. Wyrażanie osobistych opinii i pytania o poglądy uczestników forum wskazują na konwersacyjny wzorzec osobowy w stylu języka Celiny.

Studentka Partula odznacza się na forum oryginalnym podejściem do problematyki komunikacji społecznej. W jednym poście umieściła wiele wyrażeń odnoszących się do problematyki przekazu audialnego:

*Media audialne pozwalają oddziaływać na zmysł słuchu. Wykorzystują w przekazie słowa, hałas, ciszę i muzykę. Radio to najstarsze medium, które przekazuje informacje z kraju i świata całemu społeczeństwu. Oczywiście dzisiejsze audycje różnią się od tych najstarszych. Na rynku istnieje masa stacji radiowych, niektóre z nich są ukierunkowane na odtwarzanie tylko jednego typu muzyki. Oprócz funkcji informacyjnej radio zapewnia także rozrywkę. Organizowane są często konkursy dla słuchaczy i quizy. Radio informuje także o odbywających się imprezach muzycznych, wystawach, doradza, gdzie wybrać się do teatru, galerii, kina czy restauracji. W radiu można posłuchać muzyki i informacji praktycznie przez całą dobę. Na łamach radia często prowadzone są dyskusje, wywiady czy nawet programy z udziałem słuchaczy. Takie relacje mają za zadanie scalać ludzi i powodować przywiązanie do danej stacji radiowej. Radia możemy słuchać wszędzie, jest ono dostępne w każdym zakątku kraju*⁴³.

Następnego dnia Partula kontynuowała swoje refleksje na temat komunikacji audialnej:

*Radio oprócz wielu zalet posiada także wady. Przede wszystkim narzuca ono swoim słuchaczom czas przyjmowania informacji. Często przerywana jest nasza ulubiona piosenka i podawane są wydarzenia lub inne komunikaty. Niektóre audycje informacyjne w sposób niezwykle lekki podają wydarzenia, co może powodować niewłaściwy odbiór informacji. Często pojawiają się także na antenie niewłaściwe komentarze do nich. Język używany w radiu musi być bardzo obrazowy*⁴⁴.

Natomiast kilka dni później zaprezentowała zupełnie odmienny tematycznie komentarz dotyczący sugestii reklamowych:

Reklama to rodzaj komunikacji, która ma za zadanie przekonać odbiorców, czyli czytelników, widzów i słuchaczy, do zakupu. Reklama ma na celu przekonanie konsumenta do zakupu. Reklamy mają kilka zalet, o których warto wspomnieć. Obecne reklamy coraz częściej pokazują rzeczywistość. Niedawno wiele spotów reklamowych przedstawiało produkty w sposób wyidealizowany i wyolbrzymiony. Taki fałszywy, wyidealizowany obraz produktów był szczególnie niebezpieczny dla dzieci. Wykorzystywano fakt, że naj-

⁴³ Partula, *Forum aktualności, Zaproszenie do uczestnictwa w forum*, 23 listopada 2012 r., godz. 17:19.

⁴⁴ Partula, *ibidem*, 24 listopada 2012 r., godz. 23:13.

młodszy są najbardziej podatni na *wszelkiego rodzaju sugestie reklamowe i ślepo wierzą w ich przekaz*⁴⁵.

*Ważnym czynnikiem wpływającym na ludzi jest fakt, iż w reklamach biorą udział znani aktorzy, sportowcy lub artyści. Firmy zatrudniające do swojej reklamy znanych ludzi chcą przyciągnąć oko konsumenta*⁴⁶.

*Niezależnie od tego, jaka jest to forma czy rodzaj reklamy, jej celem jest dotarcie ze swoją ofertą od nadawcy do potencjalnego odbiorcy i wywołanie u niego potrzeby zakupienia konkretnego towaru bądź usługi od konkretnego odbiorcy lub podjęcia działania w tym kierunku*⁴⁷.

Większość określeń Partuli z jej wypowiedzi na temat przekazu audialnego odnosi się do informacji przesyłanych i odbieranych za pomocą mowy i słuchu. Podobne proporcje trzeba zauważyć w jej wypowiedziach na temat reklamy.

W prezentowanych powyżej analizach wypowiedzi chodzi przede wszystkim o obrazowe przedstawienie stylu wypowiedzi na forum. Już samo spojrzenie na kolorystykę zaznaczeń wskazuje na emocjonalny, kinestetyczny styl wypowiedzi Celiny, mimo iż opisywała ona komunikację wizualną oraz audialną. Zupełnie inny obraz pojawia się w przypadku Partuli, która w wypowiedziach o tematyce audialnej używa takiego samego stylu, a w komentarzach odnoszących się do przekazu wizualnego – wizualnych form ekspresji.

Zakończenie – wnioski

- I. Globalizacja komunikowania w XXI wieku zaciera różnice pomiędzy informacjami przekazywanymi za pomocą mowy, pisma i obrazu. Nowoczesne technologie pozwalają nie tylko na przetwarzanie pisma na dźwięk i odwrotnie, ale także na cyfrowe interpretacje danych, które zawiera w sobie fotografia czy nagranie wideo. W takiej sytuacji coraz trudniej jest o klasyczny podział języka na mówiony, pisany czy obrazowy.
- II. Nowoczesne technologie komunikacyjne dążą do „wielofunkcyjnej jednorodności”: urządzenia te wykorzystują do przekazu informacji jednocześnie zmysł wzroku, słuchu i dotyku.
- III. Metoda zastosowana w niniejszej pracy ma na celu wyodrębnienie z wypowiedzi cech języka obrazowego, audialnego i kinestetycznego. Cechy te są charakterystyczne dla tożsamości osobowej uczestników forum internetowego.
- IV. Forumowicze odznaczają się charakterystycznym stylem wypowiedzi, który polega na dominującym występowaniu określeń obrazowych, dźwiękowych czy kinestetycznych.

⁴⁵ Partula, *ibidem*, 29 listopada 2012 r., godz. 14:49.

⁴⁶ Partula, *ibidem*, 16 grudnia 2012 r., godz. 21:42.

⁴⁷ Partula, *ibidem*, 21 grudnia 2012 r., godz. 17:24.

- V. Tematyka wypowiedzi na forum nie wpływa na zmianę stylu opisu: studenci przedstawiają w sposób obrazowy tematykę audialną lub opisują stylem kinestetycznym tematy związane z przekazem obrazu czy dźwięku.
- VI. Nie każdy forumowicz stosuje styl obrazowy, audialny lub kinestetyczny. W wypowiedziach mających charakter stylu naukowego spotyka się opisy „neutralne”, czyli niewykorzystujące powyższych charakterystyk.
- VII. Powyższa metoda analizy postów forum nie ogranicza się tylko do analizy internetowej, ale może posłużyć do analizy stylu jakiejkolwiek wypowiedzi w dowolnym języku naturalnym.

Bibliografia

- Altman I., *The environment and social behavior: privacy, personal space, territory, crowding*, Monterey, CA 1975.
- Craig R., *Communication Theory as a Field*, „Communication Theory” 1999, nr 9(2).
- Dobek-Ostrowska B., *Podstawy komunikowania społecznego*, Wrocław 2004.
- Gadamer H.-G., *Prawda i metoda*, Warszawa 2007.
- Giblin L., *Umiejętność postępowania z innymi*, Kraków 1993.
- Hall E., *Ukryty wymiar*, Warszawa 1976.
- Herbert Z., *Barbarzyńca w ogrodzie*, Warszawa 1962.
- Kulczycki E., *Teoretyzowanie komunikacji*, Poznań 2012.
- Lasswell H., *Power and Personality*, New York 1948.
- Leathers D., *Komunikacja niewerbalna*, Warszawa 2007.
- McLuhan M., *Understanding media. The extension of man*, New York 1964.
- McLuhan M., *Zrozumieć media: przedłużenia człowieka*, Warszawa 2004.
- Postawa A., *Prywatność a nowe technologie*, [w:] *Człowiek wobec wyzwań rozwoju technologicznego*, red. J. Machnac, M. Małek, K. Serafin, Wrocław 2011.
- Principles of Neural Science*, red. E. Kandel, McGraw-Hill 2005.
- Shannon C., *A mathematical theory of communication*, „Bell System Technical Journal” 1948, nr 27.
- Sommer R., Becker F.D., *Territorial defense and the good neighbor*, „Journal of Personality and Social Psychology” 1969, nr 11.
- Watzlawick P., Beavin Bavelas J., Jackson D., *Pragmatics of Human Communication*, New York 1967.
- Wiener N., *Cybernetics or Control and Communication in the Animal and the Machine*, New York 1948.

Strony internetowe

- <http://encyklopedia.pwn.pl/haslo/3980996/subtraktywne-mieszanie-barw.html> [31.05.2013].
- <http://mk2015.pwr.wroc.pl/moodle/course/view.php?id=24> [30.05.2013].
- <http://pl.wikipedia.org/wiki/Proksemika> [30.05.2013].

Andrzej Postawa

**Communication on the forum
in a three-dimensional sensory perception system**

Summary

The aim of this work is the analysis of posts on online forum in a three-dimensional system of perception of the senses. The first dimension of this system is the figurative message information, the second – a dial communication, the third coordinate creates the somatosensorial-gustatory-olfactory-vestibular system. By assigning the first coordinate the color blue, the second – red, and the third – yellow, we can get a color image expression not only in English but in any natural language.