

Polskie dyskursy współczesności: między językiem a kontekstem

Wstęp

Pojęcie dyskursu, podobnie jak wiele innych pojęć naukowych (szczególnie dotyczy to nauk humanistycznych), uległo w ostatnich latach rozmyciu semantycznemu. Dzieje się to na skutek oddziaływania *ambisemii* — procesu reinterpretacji kategorii pojęciowych przez badaczy należących do odmiennych formacji naukowych, preferujących odmienne systemy konceptualizacji rzeczywistości¹. I tak dyskurs jest rozumiany współcześnie na wiele sposobów: jako wszelki proces użycia języka, jako każda jednostka mowy dłuższa od zdania, jako proces komunikacji, jako zbiór norm, zasad, reguł zachowań komunikacyjnych, jako strumień tekstów połączonych ze sobą wspólnym mianownikiem (celem/funkcją, sferą występowania, tematyką, rodzajem używanego medium) i in.² Nieokreśloność treści kluczowego pojęcia teorii dyskursu, swoisty woluntaryzm badaczy w pewnym stopniu dezintegruje środowisko naukowe, w każdym razie nie służy tworzeniu spójnego modelu dyskursu jako działu ogólnej teorii komunikacji. Z uwagi na taki stan rzeczy wydaje się konieczne zdefiniowanie dyskursu jako jednej z kategorii w systemie działalności komunikacyjnej ludzi.

Zdefiniowanie dyskursu wymaga uwzględnienia faktu, że system komunikacji ma charakter *stratyfikacyjny*: zachowania komunikacyjne tworzą kategorie różnego formatu — w zależności od stopnia ogólności zawartej w nich informacji. W pracy: Kiklewicz 2010a: 55 i n., wyodrębniłem cztery takie poziomy: 1) *areał (obszar) komunikacji* — najbardziej ogólny typ zachowań komunikacyjnych, realizujący się w obrębie stosunków prywatnych lub stosunków publicznych (w szczególności z udziałem instytucji) (zob. Nieszczeniuko 1999: 34); 2) *sfera komunikacji* — zespół zachowań komunikacyjnych, przyporządkowanych określonym systemom funkcyjnym (w rozumieniu M. Fleischera, zob. 2007: 57), takim jak gospodarka, edukacja, religia, wojsko, nauka, prywatność i in.; 3) *zdarzenie komunikacyjne, czyli dyskurs* — zespół czynności komunikacyjnych, tworzących całość ze względu na uczestników, treść przekazu, przyjęty cel działania, warunki, wykorzystywane narzędzia i in.; 4) *działanie komunikacyjne, czyli akt mowy* —

¹ Pojęcie *ambisemii* jako odmienności treści terminów naukowych pod wpływem czynników ekstralingwistycznych wprowadził rosyjski językoznawca W. A. Tatarinow (1988: 12 i n.).

² Szczegółowy przegląd stanowisk w kwestii dyskursu można m.in. znaleźć w monografii zbiorowej pod redakcją I. Uchwanowej-Szmygowej (2010).

minimalna jednostka komunikacyjna, stanowiąca realizację konkretnej intencji podmiotu (por. takie akty mowy jak prośba, wyrażanie współczucia, ostrzeżenie, podziękowanie i in.).

W prezentowanym artykule dyskurs jest rozumiany jako rodzaj/typ praktyk komunikacyjnych, realizowanych w obrębie określonej sfery komunikacji. Na przykład w komunikacji akademickiej realizują się takie dyskursy jak wykład, egzamin, konsultacja, obrona pracy doktorskiej, kolokwium, prezentacja/referat, *privatissimum* i in. W komunikacji prywatnej można wyodrębnić takie dyskursy jak plotka, sprzeczka, rozmowa w pociągu, rozmowa przy stole obiadowym, zaręczyny, wesele, uroczystość żałobna itd.

Z jednej strony, dyskurs należy odróżniać od konkretnej praktyki dyskursywnej (komunikacyjnej) — por. wykład jako rodzaj przekazywania wiedzy w procesie kształcenia w szkole wyższej oraz wykład jako konkretne, zlokalizowane w przestrzeni i czasie zdarzenie³. Z drugiej strony, dyskurs należy odróżniać od pojęcia sfery komunikacyjnej. Te kategorie w pracach lingwistycznych często są mylone: badacze często piszą o dyskursie politycznym, publicznym, medialnym, akademickim, gastronomicznym, erotycznym, dyskursie mody itd. Faktycznie mamy tu do czynienia ze zwykłym podstawieniem pojęć, gdyż w rzeczywistości chodzi o sfery komunikacyjne: polityczną, akademicką, medialną itd. Każda z tych sfer, z kolei, realizuje się w różnych formach dyskursywnych — por. sferę akademicką, o której już była mowa wyżej.

Przy uwzględnieniu powyższych założeń należałoby traktować także szczególnie interesujące mnie w tym artykule pojęcie *dyskursu publicznego*. W pracy: Czyżewski/Kowalski/Piotrowski 2004: 21, do dyskursu publicznego zalicza się interakcje o charakterze masowym, tzn. z udziałem grup indywidualów: jako odbiorców, a więc (według G. Maletzke) tworzących rozproszoną publiczność, lub jako nadawców, tzn. reprezentujących instytucje. Przy takim rozumieniu dyskursu publicznego do niego kwalifikują się praktyki komunikacyjne w urzędach, w instytucjach oświatowych, w biznesie, w literaturze i sztuce, w dziennikarstwie itd.

W rzeczywistości określenie *dyskurs publiczny* stanowi jeden z dyskursów w obszarze komunikacji publicznej. Innymi słowy — nie jest to pojęcie rodzajowe, lecz gatunkowe. Dyskursy polityczne, dziennikarskie, literackie, akademickie itp. łączy ogólna cecha komunikacji publicznej, a mianowicie otwarty i masowy charakter przekazu (zob. Schanze 2002: 193), mimo że cele, narzędzia, okoliczności i inne właściwości przekazu informacyjnego bardzo się

³ Za przykład może posłużyć wykład, wygłoszony 16 maja 2012 r. przez A. Bogusławskiego na UMK w Toruniu z okazji nadania mu tytułu doktora honoris causa.

różnią — wystarczy porównać np. kazanie jako przykład dyskursu religijnego i performance jako przykład współczesnego dyskursu artystycznego.

Celem niniejszego artykułu jest pokazanie tego, jak we współczesnych dyskursach publicznych funkcjonują dwa najważniejsze źródła informacji: z jednej strony, skonwencjonalizowany system kodowy (w pierwszej kolejności system języka), i — z drugiej strony — kontekst, rozumiany tu jako otoczenie przekazu informacyjnego.

Język i kontekst jako resursy informacyjne

Każdy dyskurs posiada zespół właściwości, które mogą zostać poddane parametryzacji, tzn. zgrupowane wokół określonych kategorii (czy też faset), takich jak uczestnicy, ich relacje i nastawienia społeczne, cele, warunki, przesłanki i motyw, scena i okoliczności, narzędzia, systemy znakowe, kanały i in. Jeden z najważniejszych parametrów dyskursu to *resursy informacyjne*, tzn. wykorzystywane źródła przekazywanej do adresata (czy raczej wywoływanej w świadomości adresata) informacji. Przede wszystkim w tym celu jest wykorzystywany system języka naturalnego lub inny dowolny system znakowy (np. migowy). Zgodnie z terminologią teorii relewancji jest to *system kodowy*, tzn. oparty na wspólnym dla nadawcy i odbiorcy jako partnerów komunikacyjnych kodzie przetwarzania informacji za pośrednictwem znaków (zob. Sperber/Wilson 1986: 3 i n.). W komunikacji językowej, w tym publicznej (choć pod tym względem bardziej charakterystyczna jest komunikacja potoczna face-to-face), jest wykorzystywane także inne źródło informacji — otoczenie przekazu, czyli kontekst⁴. Elementy otoczenia/kontekstu tworzą *system habitualny*.

O ile system kodowy składa się ze znaków konwencjonalnych, o tyle system habitualny — ze znaków naturalnych, które, jak pisze A. W. Krawczenko (2001: 87), najczęściej mają charakter *symptomatyczny*, tzn. polegają na bezpośredniej, fizycznej zależności jednych stanów rzeczy od innych. Na mocy tej zależności (czy też warunkowania) jedno zdarzenie wywołują w świadomości użytkowników odpowiednie skojarzenia o innych zdarzeniach⁵.

Opozycja znaków konwencjonalnych i naturalnych została ujęta w teorii komunikacji G. Batesona (1985: 150 i n.), który pisał o *znakach cyfrowych*, tzn. arbitralnych, konwencjonalnych, oraz o *znakach analogowych*, tzn. kontekstowych, synseman-

⁴ W tej pracy świadomie rezygnuję z dyferencjacji pojęć kontekstu i konsytuacji, choć rozróżnienie to obowiązuje w językoznawstwie od dawna.

⁵ Na przykład zbyt energiczny uścisk dłoni w momencie powitania może oznaczać dążenie do dominacji, dzinsy i sweter w marynarskim stylu — chęć afiszowania przekonania nonszalanckiego anarchisty (zob. Baylon/Mignot 2008: 149).

tycznych, generowanych przez sytuację komunikacyjną. Według Batesona w relacjach międzyludzkich dominuje system komunikacji cyfrowej/arbitralnej za pośrednictwem znaków symbolicznych, przedstawiających/opisujących sytuacje, zdarzenia, stany rzeczy. W środowisku zwierząt — odwrotnie — dominuje system komunikacji analogowej, polegający na zastosowaniu elementów otoczenia sytuacji interakcyjnej. Pierwszy typ komunikacji jest oparty na kategoriach pojęciowych, zawierających uogólnioną wiedzę o rzeczywistości, podczas gdy drugi system — na kategoriach deiktycznych. W literaturze psychologicznej jest rozpowszechnione przekonanie, że komunikacja werbalna jest ugruntowana na funkcjach półkuli lewej, a komunikacja niewerbalna (szczególnie wizualna) — na funkcjach półkuli prawej (Wysłouch 2001: 24).

Znaki w komunikacji arbitralnej (wypowiedzi i teksty) stanowią kompozycje znaczeń, zakładają istnienie podstawowych elementów semantycznych w postaci nazw. Dlatego P. Stalmaszczyk dystansuje się wobec tezy pragmatyzmu funkcjonalnego, wyrażonej m. in. w sentencji L. Wittgensteina: „Tylko zdanie ma sens; tylko w kontekście zdania nazwa ma znaczenie”. Łódzki badacz słusznie pisze: „Raczej dzięki nazwom zdania, a także całe teksty nabierają znaczeń” (2010: 304). W odróżnieniu od znaków konwencjonalnych znaki analogowe przeważnie mają charakter adyskretny, tzn. znaczenie całości nie wynika ze znaczeń elementów przy uwzględnieniu reguł ich kompozycji (o rozmytej treści obrazów pisze T. Piekot, zob. 2006: 117 i n.).

Znaki konwencjonalne i naturalne są skonfigurowane w obrębie semiotycznego modelu komunikacji, który, po pierwsze, zakłada, że celem działania nadawcy komunikatu jest oddziaływanie na adresata — na jego stan poznawczy, emocjonalny lub na jego zachowania⁶. Ten aspekt komunikacji określa się mianem pragmatyki.

Po drugie, oddziaływanie na adresata w komunikacji międzyludzkiej dokonuje się zwykle za pośrednictwem informacji semantycznej, tzn. poprzez poinformowanie adresata o stanach rzeczy, które — jak przewiduje się — powinny zostać uwzględnione w jego reakcji (mentalnej, emocjonalnej, behawioralnej). O znaczeniu informacji semantycznej szczególnie przemawiają sytuacje i zdarzenia komunikacyjne, w których za pomocą środków

⁶ W związku z tym niemiecki badacz F. C. von Thun pisze: „[W komunikacji] nic nie dzieje się «ot tak», wyłącznie dla czystej informacji, żeby coś powiedzieć. Kiedy już zabieram głos, to chcę także wywrzeć wpływ, chcę dotrzeć do moich rozmówców i do czegoś w nich. Mówiąc językiem psychologii komunikacji: każda wypowiedź zawiera także (otwarty lub ukryty) apel, przez który nadawca chce wywrzeć wpływ na odbiorcę” (2006: 236). Przy tym należy zaznaczyć, że obiektem oddziaływania nie zawsze i niekoniecznie jest adresat, gdyż faktycznie komunikat może być skierowany do osób trzecich lub do samego nadawcy.

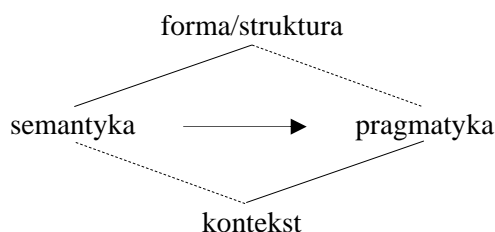
językowych jest wyrażana tylko treść nominatywna — przedstawienie stanu rzeczy, jak np. w wypowiedzeniu:

Pan podejdzie tu bliżej!

Środki językowe wyrażają tu jedynie pożądany, oczekiwany stan rzeczy, natomiast o funkcji pragmatycznej wypowiedzenia informuje się za pomocą środki parawerbalnych, takich jak intonacja i kontekst.

Po trzecie, do celów manifestacji informacji semantycznej oraz w pewnym stopniu informacji pragmatycznej służy system form językowych, czyli kod znakowy. Zgodnie z obowiązującą w działalności językowej zasadą oszczędzania środków językowych wykorzystanie kodu znakowego zawsze jest dostosowane do otoczenia interakcji. Nadawca komunikatu dąży do takiego stopnia specyfikacji treści za pomocą środków kodowych, który pozwala na jej odczytanie przez odbiorcę przy uwzględnieniu wszystkich innych czynników — sytuacyjnych, kulturowych, poznawczych itd. Innymi słowy — system kodowy współdziała w komunikacji z jej czwartym aspektem — systemem habitualnym, czyli kontekstem. Forma językowa w komunikacji jest niezbędna o tyle, o ile tego wymaga otoczenie dyskursu / aktu mowy, a stosunek udziału obydwu systemów znakowych jest odwrotnie proporcjonalny: im większy jest „wkład” środowiska (tzn. reagowanie podmiotów na poszczególne elementy kontekstu jako źródła znaczącej z punktu widzenia interakcji informacji), tym mniejszy jest „wkład” systemu językowego, tzn. większy stopień redukcji formy językowej komunikatów. Skrajnym przypadkiem supremacji kontekstu i całkowitej redukcji, dekompozycji systemu kodowego w komunikacji jest milczenie.

Semiotyczny model komunikacji, uwzględniający skonfigurowanie czterech jego aspektów: pragmatyki, semantyki, formy/struktury językowej i kontekstu, można przedstawić w sposób schematyczny:



Powyższy schemat przedstawia ogólny, ambiwalentny w stosunku do różnych arealów i sfer komunikacji model interakcji informacyjnej, który w zależności od warunków komuni-

kacji ulega modyfikacjom (zob. Kiklewicz 2010a: 61 i n.). Tak więc dyskursy komunikacji potocznej są zasadniczo podporządkowane funkcji pragmatycznej: jak piszą (za B. Malinowskim) A. Awdiejew i G. Habrajska, w tym przypadku na pierwszy plan wysuwa się „pierwotna sytuacja pragmatyczna, kiedy język służy przede wszystkim jako narzędzie koordynacji wspólnego działania i wyrażania postaw emocjonalnych” (2006: 191). Odwrotnie — cechą dyskursów naukowych jest podporządkowanie zachowań komunikacyjnych względem semantycznym. Według Awdiejewa/Habrajskiej

komunikacyjnym przeznaczeniem dyskursu naukowego jest organizacja procesu poznawczego, czyli wspólne dążenie uczestników komunikacji do udowodnienia prawdy lub wiarygodności opisywanych zjawisk rzeczywistości z pozycji obiektywnych i niezależnych od jakichkolwiek indywidualnych postaw (2006: 191-192).

Ogólna tendencja rozwojowa, która objęła dyskursy komunikacji publicznej w drugiej połowie XX w. i na początku XXI w. — w dużym stopniu pod wpływem kultury postmodernizmu — polega na rozmyciu granic między obszarami, sferami, gatunkami i aktami mowy, co skutkuje **przekonfigurowaniem** czterech podstawowych parametrów dyskursu: semantyki, pragmatyki, formy i kontekstu.

Z jednej strony, proces ten nasilił się pod wpływem charakterystycznego dla postmodernizmu **relatywizmu kulturowego**, tzn. (w pewnych granicach) równouprawnienia odmiennych systemów wartości, a także **decentralizacji kultury** na skutek radykalnego wzrostu liczby subkultur i kulturowanych kodów. Dynamika społeczeństwa sprawiła, że coraz bardziej problematyczne jest odniesienie jednostki do określonej grupy, określonego systemu wartości oraz określonego typu praktyk komunikacyjnych. Jak pisze P. Tomaneck, we współczesnej komunikacji językowej znaczenia „mogą pojawiać się w niespodziewanych kontekstach, tworząc [...] sieć relacji niesprowadzanych do prostego stwierdzenia tożsamości” (2008: 93).

Z drugiej strony, **przekonfigurowanie** systemu komunikacji społecznej ma charakter ukierunkowany, a mianowicie podporządkowany zasadom komunikacji potocznej. U podstaw zjawiska, które jest określane mianem potoczności, leży **infantylizm komunikacyjny** jednostek, polegający na braku kontroli nad dostosowaniem środków znakowych do typu interakcji i jej otoczenia. Typ zachowania podmiotów we współczesnych dyskursach postmodernistycznych czasem określa się jako **schizoidalny** (Smirnow 1990: 9; Piersikow 1996). Według A. Żuk „niehierarchiczną wieloznaczność” wielu dyskursów współczesności można tłumaczyć patologią umysłu, a mianowicie „uszkodzeniem okolic ciemieniowo-potyli-

cznych lewej półkuli” jednostek (1998: 68 i n.). Podobny wniosek wynika z badań w zakresie NLP („neuro-linguistic programming”), zob. Walker 2001: 76. Jak wiadomo, dla schizofrenii są charakterystyczne takie typy zachowań patologicznych, jak mowa roztargniona — brak konsekwencji w przedstawieniu wątku głównego, uskokowość — brak tematycznego powiązania między odpowiedzią a pytaniem, zbaczanie wypowiedzi — spontaniczność, brak spójności semantycznej i in. (Woźniak 2005: 45).

Choć infantylnizm komunikacyjny jest charakterystyczny przede wszystkim dla literatury artystycznej, to jednak można go także spotkać w innych sferach komunikacji publicznej, np. w nauce. Oczywiście w tym przypadku nie zachodzi tak radykalne gwałcenie tożsamości gatunków jak w literaturze postmodernizmu, np. w tekstach J. L. Borgesa, M. Pavića czy D. Prigowa, ale w każdym razie jest dostrzegalna tendencja do coraz większej obecności w tekstach naukowych elementów obcych, zaimportowanych z innych sfer komunikacji i innych gatunków. Wyżej była mowa o stylu naukowym, który, zgodnie z definicją Awdiejewa/Habrajskiej, wyróżnia się dążeniem do wyrażania obiektywnych punktów widzenia, unikania eksplikacji indywidualnych postaw. Tym się tłumaczy autorskie „my” w tekstach naukowych — jest to jak gdyby usuwanie konkretnego badacza „ze sceny”, sprawienie wrażenia, że ma się do czynienia z „czystym poznaniem”. Jednakże niemiecka badaczka S. Dönninghaus (2006: 44) udowodniła, że w tekstach naukowych ostatnich dziesięcioleci stopniowo zmienia się charakter narracji: autorskie „my” coraz częściej jest zastępowane przez autorskie „ja”. Fakt, że w dyskursach naukowych na pierwszy plan wysuwa się *paradygmat synergiczno-personalistyczny*, jak go określił A. F. Łosiew (1968), potwierdza wiele przykładów stylistycznej swobody wypowiedzi. Za dość charakterystyczny przykład może posłużyć kilkustronicowy artykuł naukowy znanego polskiego filozofa K. Toeplitza (2004), który w całości składa się... ze zdań pytających. Przytoczę pierwszy akapit tekstu:

Czyż nie jest tak, że celem każdego utworu literackiego jest próba odpowiedzi na pytanie: „Kim jest człowiek?” I czy nie jest tak — jak ujął to mój Mistrz, Leszek Kołakowski — że zaglądając do studni wypełnionej wodą, widzę przede wszystkim swoje własne odbicie? I czy ta metafora nie przesądza o odpowiedzi na pytanie, co jest celem twórczości literackiej? Czy nie na to pytanie odpowiada każdy (!) pisarz? Nie mieli przypadkiem racji ci, którzy twierdzili, że patrząc na literaturę z powyższego punktu widzenia można wyróżnić dwa radykalnie różniące się stanowiska? A może G. Lukàcs miał rację, powołując się zresztą na Arystotelesa, określając człowieka jako *zoon politikon*, z czego miało wynikać, że jednostka ludzka znajduje się w sprzężeniu zwrotnym z innymi podmiotami tegoż gatunku, albo mówiąc inaczej, czy nie jest tak, że z istoty człowieka nie da się tego sprzężenia wyeliminować? Czy w tym kontekście

u takich postaci, jak: Achilles, Edyp, Antygona, Werter, Don Kichot, Anna Karenina czy Vautrin da się oddzielić cechy osobiste od kontekstu społecznego, z którego postaci te wyrosły?

Za inny przykład posłuży opublikowany na łamach „Studiów Semiotycznych” artykuł A. Bogusławskiego, którego tematem jest koncepcja zdań warunkowych K. Ajdukiewicza. Jest ważne, że — napisany na zamówienie redakcji czasopisma — artykuł ten stanowi głos w dyskusji, zapoczątkowanej przez innego badacza — J. J. Jadackiego. Swój tekst Bogusławski rozpoczyna w taki oto sposób:

W tańcu ze mną na nutę Ajdukiewiczowską, do którego skłonił Kolegę Jadackiego i mnie prof. Pelc (ja tylko taniec trwający od dawna samotnie kontynuowałem), Kolega Jadacki wykonał pewne *faux pas*; ile mnie się takich przydarzyło od chwili, kiedy znalazłem się w miłej dla mnie skądinąd parze, niech ocenią inni (a zwłaszcza sam mój Szanowny Partner). Kolega Jadacki zajął się głównie krytyką mojej wypowiedzi o pracy Ajdukiewicza; ponadto przedstawił własny obraz semantyczno-pragmatyczny zdań warunkowych (i, dodam, wielu innych). Ten ostatni wymagałby osobnego omówienia: jest on, mimo pewnych zbieżności z tym, co sam byłbym skłonny powiedzieć o zdaniach warunkowych, w istotny sposób różny od mojej wizji. W tym miejscu tańca warunkologicznego nie podejmę (1986: 249).

Jak widzimy, poważny, trudny artykuł naukowy o tematyce logiczno-semantycznej zaczyna się od metafory tańca — w pewnym stopniu niepoważnie (przypomnijmy sobie tu na chwilę wspomniany wyżej infantylizm komunikacyjny). Czytelnik rozumie, że autor tekstu niejako zakłóca porządek stylistyczny, co może prowadzić do złamania obowiązującej w komunikacji zasady kooperacji (zob. Grice 1975: 45), jeden z wymogów której brzmi: „Bądź zorganizowany!” (w oryginale: „Be orderly!”). Można jednak wątpić, że Bogusławski w sposób świadomy łamie zasadę kooperacji — przecież wówczas artykuł naukowy byłby bezużyteczny. W sytuacji, gdy jeden z wymogów komunikacji zostaje pogwałcony, lecz sama zasada kooperacji nadal obowiązuje, często powstają implikacje komunikacyjne, np. takie jak ironia, hiperbola czy metafora. Jednak w zabiegu Bogusławskiego trudno doszukać się jakiegoś celowego efektu. Czy chodziło mu o zabawienie czytelnika, o szczególny rodzaj fascynacji — przyciąganie uwagi? Jest to wątpliwe. Najbardziej nadająca się tu interpretacja — moim zdaniem — powinna wychodzić z założenia, że pewne zjawiska w komunikacji (nawet w sferze komunikacji publicznej) mogą zachodzić „ot tak, po prostu”. Nie wszystko w komunikacji jest funkcjonalne, celowe, perspektywiczne⁷ — pewne zachowania językowe powstają

⁷ Szczególnie tego dowodzi fakt istnienia konwencjonalnych, czyli nieillokucyjnych, aktów mowy, zob. Kiklewicz 2007: 102 i n.

na skutek specyficznych nastawień mentalnych, emocjonalnych, uzualnych i in. jednostek. „Przypadek Bogusławskiego” należałoby zatem zakwalifikować do typu zachowań w stylu postmodernistycznym: autor jak gdyby ulega chwilowej zachciance, zostaje uniesiony na fali wyobraźni, która podrzuca mu metaforę tańca — być może dlatego, że sprawia to piszącemu przyjemność⁸. Wolna ta dygresja (na temat tańca) zajmuje nieznaczną część wstępu (później Bogusławski do metafory tańca już nie wraca), więc porządek wypowiedzi jest kontrolowany, a zasadzie kooperacji nic grozi. Jednak fakt pewnej gry z konwencją artykułu naukowego jest tu oczywisty.

Przypadki Toeplitza czy Bogusławskiego (a można je mnożyć — por. np. bardzo charakterystyczne ze względu na styl artykuły naukowe M. Fleischera) są interesujące także tym, że mamy tu do czynienia z autorami o bardzo wysokiej randze naukowej, którzy czują się upoważnieni do tego, aby preferować własną manierę przekazu i w pewnym stopniu lekceważyć wymogi gatunku. Trudno wyobrazić sobie sytuację, w której zostałby zaakceptowany (i opublikowany) lekceważący wymogi gatunkowe artykuł, napisany przez młodego, początkującego autora. Innymi słowy: „Quod licet Jovi, non licet bovi”. Kontekst komunikacji objawia się tu w postaci osobowości autora (o czym mowa będzie jeszcze dalej): uwzględnienie faktu, że autor jest wybitnym autorytetem w danej dziedzinie, znacząco zmienia charakter interpretacji tekstu, sprzyja tolerancji odbiorcy w stosunku do treści, formy tekstu, a także jego funkcji pragmatycznej.

Najbardziej radykalne zmiany — pod wpływem kultury postmodernizmu — zaszły w sferze komunikacji medialnej, która została zdominowana przez nastawienie pragmacentryczne — stąd określenie „pragmatyka bez semantyki”, zastosowane do współczesnych dyskursów dziennikarskich, PR-owskich i reklamowych w monografii: Kiklewicz 2012: 51 i n.

Tradycyjne dziennikarstwo było ufundowane na funkcji przedstawieniowej, mimetycznej. Zgodnie z wymogiem odniesienia teksty dziennikarskie powinny zawierać opis rzeczywistych zdarzeń, dlatego Z. Bauer pisze, że nadawca i odbiorca niejako zawierają „pakt faktograficzny” (2000: 146). We współczesnych dyskursach dziennikarskich zaszła zauważalna przemiana polegająca na radykalnym wzroście perswazyjności. Nic dziwnego, że zgodnie z definicją A. Awdiejewa/G. Habrajskiej styl dziennikarsko-publicystyczny charakteryzuje się nastawieniem na perswazję, tzn. na „wywieranie wpływu na odbiorców” (2006: 192). W opinii wspomnianych badaczy perswazja w prasie, radiu i telewizji „ma powodować

⁸ W związku z tym można przywołać dane przez D. Kolbuszewską (2008: 191) określenie kultury postmodernizmu jako „kultury łapania przyjemności”.

zmiany lub umocnienie ich systemów przekonań i motywować ich zachowanie się w społeczeństwie”.

Problemowi rozmycia granic między funkcją informacyjną a funkcją oddziałującą we współczesnej komunikacji medialnej specjalną uwagę poświęcił P. Nowak (2006: 250 i n.). Píše, że w tradycji mediów masowych (w tzw. dziennikarstwie klasycznym) obowiązywał model transmisji, zakładający rozgraniczenie dwóch rodzajów wypowiedzi dziennikarskich — informacyjnych i publicystycznych. Tradycyjne gatunki informacyjne charakteryzują się aktualnością, ulotnością, nowością, antycypowaniem zainteresowania odbiorców, przewidywalnością w sposobie konstrukcji przekazu. Z punktu widzenia teorii informacji oraz komunikacji jako transmisji danych teksty informacyjne muszą zawierać pewną równowagę nowości, oryginalności i stereotypowości, rutynowości, czyli posiadać zoptymalizowany stopień entropii, czyli, jak pisze Nowak, „ziarnistości”.

Nowak pisze, że tak rozumiany proces przekazu informacji nie prowadzi do komunikacji, tzn. interakcji podmiotów, gdyż nadawca i odbiorca faktycznie „mają do czynienia” nie ze sobą, lecz z tekstem, który jest produkowany (przez jednego) i odbierany, interpretowany (przez drugiego).

Z kolei gatunki publicystyczne charakteryzują się niewysoką ziarnistością, tzn. czytelnością, konwencjonalnością na poziomie formy i struktury komunikatów (Nowak określa je jako „nietransparentne” oraz „nieprzezroczyste”). Ich adresatami są osoby zróżnicowane pod względem kompetencji komunikacyjnych i kulturowych, a ich wartość poznawcza jest znacznie mniejsza niż gatunków informacyjnych. Nadawcy medialni w wypowiedziach publicystycznych odwołują się do informacji znanych odbiorcom i raczej aktywizują już posiadaną wiedzę.

Dychotomiczne rozgraniczenie dwóch form komunikacji medialnej — informacji i publicystyki — jest uzasadnione dla dziennikarstwa tradycyjnego, które, jak pisze Nowak, było ufundowane na pojęciu komunikacji jako transmisji danych. W kulturze postmodernizmu dychotomia ta uległa rozmyciu — na skutek rozwoju funkcji perswazyjnej. Nowak pisze, że rewolucja związana z upowszechnieniem Internetu i satelitarnej telefonii komórkowej to nie tylko rewolucja obyczajowa, to także gruntowna zmiana w postrzeganiu istoty komunikacji oraz w sposobie funkcjonowania mediów w społeczeństwie: „zrównanie” nadawcy i odbiorcy, rozszerzenie się sfery ich rzeczywistej lub pozornej interakcji podważyła dominującą rolę tradycyjnych mediów w tworzeniu i przekazywaniu informacji. Zmiana charakteru informacji medialnej polega, generalnie rzecz biorąc, na tym, że, jak twierdzi Nowak, w porównaniu z

jej prawdziwością, obiektywnością „istotniejsza staje się kwestia [...] skuteczności pragmatycznej, efektywności oddziaływania na odbiorców”.

Dążenie do obiektywizmu wpisane w informacyjną funkcję mediów stało się mniej istotne niż aktywizowanie odbiorcy, skłonienie go do autentycznego uczestnictwa w komunikacji. Doprowadziło to w efekcie do umieszczania w newsach, relacjach czy sprawozdaniach wyrazów i konstrukcji jawnie wartościujących, zawierających w różnym stopniu subiektywne oceny i opinie. [...] Ich wykorzystanie w serwisach radiowych, wiadomościach telewizyjnych czy nagłówkach lub lidach prasowych jest już tak powszechne, że nie budzi żadnych zastrzeżeń, choć jeszcze kilkadziesiąt lat temu byłoby traktowane jako naruszenie kodeksu dziennikarskiego. Dziennikarze rzadko więc obecnie w wiadomościach jedynie informują, częściej komunikują odbiorcom i/lub komunikują się z odbiorcami przez wprowadzanie ocen i opinii według różnych kryteriów wartościowania (Nowak 2006: 253).

W tradycyjnym dziennikarstwie, jak pisze Nowak, „odbiorca uzyskiwał informacje, które poszerzały jego wiedzę, ale nie miały charakteru sprawczego, ich interakcyjność była wygaszona, odbiorcy byli z reguły milczącymi, biernymi adresatami wypowiedzi dziennikarza” (2006: 255). Odwrotnie — we współczesnych mediach zachodzi zjawisko „ożywienia” komunikacji:

Odbiorca nie tylko percypuje informację o faktach, lecz jednocześnie przyswaja [...] coś, co wcześniej było mu obce, odnajduje własny punkt odniesienia do danej informacji i wykorzystuje ją w życiu. Informacja medialna staje się początkiem procesu komunikacji, który rozciąga się daleko poza czas samego trwania przekazu, angażują się w niego inne osoby, otoczenia i komunikaty [...] (ibidem).

Taki model komunikacji publicznej jest preferowany także w teorii konstruktywizmu. Zgodnie z założeniem N. Luhmanna funkcja mediów polega na odtwarzaniu i, w pewnych granicach, kreowaniu struktur społecznych. Luhmann jest zdania, że systemy społeczne są tworzone, „kiedy komunikacja rozwija się z komunikacji” (2004: 78). Zdecydowanie przeciwstawia się on założeniu, że komunikacja jest operacją przekazywania czegośkolwiek — działa ona multiplikująco, tzn. z komunikacji powstaje kolejna komunikacja. Dlatego — według M. Fleischera — komunikacja zaczyna się od rozumienia, a nie od wiadomości (2007: 61).

W podobny sposób Nowak pisze o szczególnej roli Internetu, który umożliwia „rozszerzoną mediatyzację”, tzn. wykorzystanie przez odbiorcę pochodzącej z mediów informacji w celu tworzenia kolejnych newsów. To oznacza, że zachodzi — w pewnych granicach — rów-

nouprawnienie podmiotów komunikacji: nadawcy i odbiorcy. Teraz jest przewidywana nie tylko aktywność nadawcy, lecz także aktywność odbiorcy, co — w przekonaniu Nowaka — przyczynia się do „tworzenia społeczeństwa komunikacji” (2006: 256).

Nobilitacja kontekstu

Dominacja funkcji pragmatycznej idzie w parze z wysuwaniem się na pierwszy plan roli kontekstu. Jak wynika z badań G. Batesona (o tym mowa była w poprzedniej sekcji), we wszystkich formach komunikacji, zdominowanych przez nastawienie pragmatyczne nadawcy, zachodzi szczególne uwydatnienie otoczenia interakcji — zjawisko to będę kwalifikował jako kontekstualizację. Powiązanie między prymatem pragmatyki a kontekstualizacją polega na tym, że znaki naturalne okazują się najskuteczniejszym środkiem realizacji funkcji sprawczej komunikatów, zwłaszcza jeżeli chodzi o szczególny typ oddziaływania — wpływ na stany emocjonalne adresatów. Taki charakter ma np. informacja wizualna, która z reguły jest bardziej sugestywna w porównaniu z informacją językową. Na udowodnienie tego stwierdzenie przytoczę przykład. Mieszkający w USA rosyjski pisarz i publicysta Alexander Genis (2002) pisze o fenomenie „martwych tekstów”, który stał się szczególnie zauważalny w latach 90. XX w., gdy odeszły w niebyt setki, a nawet tysiące książek autorów z epoki „rozwinętego socjalizmu”. Genis m.in. przywołuje przykład NRD, w jego opinii — najbardziej czytającego kraju wschodniego bloku, gdzie po upadku muru Berlińskiego wszystkie „niepotrzebne” książki zrzucono do kupy i zasypano ziemią. Informacja ta niewątpliwie robi wrażenie, jednak jeszcze silniejsze wrażenie sprawia opublikowane na łamach niemieckiej gazety „Süddeutsche Zeitung” (2005/11) zdjęcie, przedstawiające sytuację magazynowania nieużywanych, przygotowanych do zniszczenia książek (co prawda w innym kraju niż Niemcy).



Drugim (poza nastawieniem na pragmatykę) czynnikiem kontekstualizacji jest wspomniana już w poprzednim punkcie presja mowy potocznej, a mianowicie — upowszechnienie się zasad komunikacji potocznej. Dla tego obszaru komunikacji jest charakterystyczna *substancjonalność*, tzn. powiązanie tekstu ze środowiskiem interakcji werbalnej (Warchała 2003: 40). Fakt, że wymiana informacji zachodzi w otoczeniu fizycznym, wspólnym dla partnerów, warunkuje, że komunikat (lub też sekwencja komunikatów w obrębie dyskursu) jest postrzegany (zarówno przez nadawcę, jak i przez odbiorcę) jako w pewnym sensie materialny przedmiot, a raczej jako kolejne zdarzenie w świecie rzeczywistym (czyli w świecie przedmiotów). Stąd szczególna uwaga, którą kieruje się na całość otoczenia interakcji⁹.

Uwikłanie komunikatów w kontekst sytuacji interakcyjnej oznacza, że w pewnym stopniu przybierają one postać *znaków symptomatycznych*, tzn. takich, które wiążą się z relacją przyczynowo-skutkową. Komunikat — szczególnie w sytuacji o wyraźnym ukierunkowaniu perswazyjnym — jest postrzegany jako element jakiejś dynamicznej całości, np. sekwencji stanów rzeczy, zdarzeń, gdy jedno zdarzenie poprzedza lub warunkuje drugie. Wówczas rola kontekstu radykalnie wzrasta, gdyż wiedza o otoczeniu aktu mowy staje się prawie że głównym źródłem prawidłowej interpretacji funkcji pragmatycznej wypowiedzi. Taki stan rzeczy obserwujemy np. w przypadku grzecznościowych i zwyczajowych aktów mowy (zob. Kiklewicz 2010b: 102 i n.), gdy wypowiedź językowa stanowi reakcję na zachodzące w otoczeniu człowieka stany rzeczy.

Do zjawiska kontekstualizacji przyczyniają się także operacje na formie komunikatu, a przede wszystkim jego *dekompozycja*. W drugim punkcie już była o tym, że forma językowa komunikatów jest respektowana o tyle, o ile tego wymaga otoczenie aktu mowy¹⁰. Dlatego zdania w komunikacji potocznej są z reguły krótsze niż zdania w komunikacji oficjalnej. Tendencja do skrótowości objęła także obszar komunikacji publicznej. Tak więc w tekstach prasowych obserwuje się dążenie dziennikarzy do zamykania informacji w

⁹ W tym miejscu pozwolę sobie na dygresję związaną z pracą wybitnego czeskiego filologa i semiotyka J. Mukařovský'ego (1966/1975) o celowości i niecelowości w komunikacji językowej. Otóż Mukařovský pisał o tekstach artystycznych (zwłaszcza modernistycznych), że stanowią efekt szczególnych operacji nad ich formą i strukturą językową. „Dzieła artysty nie zmierzają do żadnego zewnętrznego celu, gdyż same stanowią cel” (1975: 166). Dlatego tekst artystyczny jest postrzegany jako *znak*, a zasada konstrukcyjna, według której został on zbudowany, jest ważniejsza niż wszelkie powiązania tekstu z otoczeniem, w szczególności z sytuacją referencyjną (zjawisko to określa się jako *autoreferencję*, zob. Jaccard 2004: 83). Inaczej jest w komunikacji potocznej, gdzie jednostka językowa funkcjonuje jako *rzecz*, bezpośrednio wpisana w scenariusz zdarzeń. W tym przypadku komunikat językowy, według Mukařovský'ego, „stanowi swego rodzaju fakt przyrody, tzn. taki, którego forma nie budzi zainteresowania odbiorcy („dlaczego?”), lecz jedynie wymaga interpretacji z punktu widzenia oddziaływania na wolę człowieka” (1975: 173).

¹⁰ W związku z tym można przytoczyć ironicznie wypowiedzenie rosyjskiego pisarza Andrzeja Bitowa: „Gdy się zbyt dużo czeka od spotkania, czasem zapomina się powiedzieć *Dzień dobry*”.

obrębie zdania prostego (m.in. przy zastosowaniu nominalizacji). Poza tym zachodzi (chyba ogólna we wszystkich językach europejskich) tendencja do zmniejszenia długości zdania. Według danych H.-H. Lügera (1995: 23 i n.) w niemieckich tekstach prozy artystycznej z XVIII w. liczba długich, zawierających ponad 28 wyrazów zdań wynosi 41,33%, podczas gdy we współczesnych tekstach prasowych — 23,64%. W podobny sposób zmieniła się proporcja zdań prostych i złożonych: u autorów z XVIII w. wygląda ona jako 24% (zdania proste) vs. 60% (zdania złożone), a u współczesnych dziennikarzy — 46 % vs. 47%.

Takie „uwolnienie się” spod presji formy językowej znalazło swój wyraz w pojawieniu się nowych teorii lingwistycznych, opartych na filozoficznym empiryzmie. Jeden ze zwolenników takiego traktowania języka, W. A. Zwiegincew, pisał: „Znaczenie jest w stanie pokonać każdy opór języka — pod warunkiem, że jest ono przyporządkowane określonej sytuacji” (1976: 178).

Koncentrowanie uwagi na aspektach funkcjonowania znaków językowych, a więc w pewnym stopniu — dekonstrukcja ich struktury linearnej, stała się cechą charakterystyczną postmodernistycznych dyskursów artystycznych (zob. Bobrowska 2010: 103 i n.). Szczególnie to widać przy porównywaniu paradygmatów literatury artystycznej — realistycznego/pozytywistycznego i postmodernistycznego. W poprzednich publikacjach (Kiklewicz 2007: 62 i n.; 2012: 122 i n.) zestawiałem postulaty pozytywizmu i postmodernizmu na podstawie twierdzeń dwóch badaczy: I. Fika (1961: 64 i n.) i R. Nycza (1993). Z uwagi na szczególne znaczenie tej konfrontacji pozwolę sobie na przywołanie w tym artykule jej najważniejszych fragmentów. O ile w pozytywizmie obowiązuje postulat spójności: elementy zorganizowane być winny w organiczną całość, o tyle w postmodernizmie, jak pisze Nycz, struktura semantyczna tekstu stanowi „koniunkcję wykluczających się alternatyw” (1993: 115), dlatego „jednego całościowego znaczenia [...] nie można ani sparafrazować, ani wyeksplikować” (1993: 117 i n.). Postulat samodzielności w literaturze pozytywizmu oznacza, że dzieło sztuki powinno tworzyć organizm zrozumiały bez pomocy elementów nie zawartych w samym dziele, podczas gdy w postmodernizmie „koncepcja tekstu [...] modelowana jest [...] na pojęciu cytatu jako inter- i metatekstowego konstrukt. [...] Rozpatrywany [...] poza wszelkim kontekstem — w ogóle nie ma znaczenia lub [...] podatny jest na najrozmaitsze interpretacje” (Nycz 1993: 48 i n.). „Autonomia tekstu jest iluzją („nie ma tekstu samego w sobie”); tekst nie może być bowiem pojęty poza środowiskiem innych tekstów” (ibidem: 89). W literaturze klasycznej obowiązywał postulat zrozumiałości: powinien istnieć klucz zrozumienia dzieła przez rzeszę odbiorców. Postmodernizm zre-

zygnował też z tego wymogu. Teraz „każde odczytanie jest nieodczytaniem. [...] Rozumienie jest specjalnym przypadkiem błędnego rozumienia” (Nycz 1993: 49 i n.).

W monografii: Kiklewicz 2012: 113 i n., zjawisko kontekstualizacji współczesnych dyskursów publicznych zostało opisane przy uwzględnieniu kilku typów kontekstu. Omówiono: 1) kontekst kulturowy, w szczególności ideologiczny — zespół „doświadczeń pozajęzykowych” (Nęcki 2000: 97), tzn. wiedzę o świecie, a także przekonania, wierzenia, założenia itp.; 2) kontekst sytuacyjny (proceduralny) — układ sytuacji komunikacyjnej, konfiguracja takich jej elementów, jak uczestnicy, obserwatorzy, scena, atrybuty i in.; 3) kontekst społeczny — relacje interpersonalne w aktach mowy, takie jak równość — nierówność, współpraca — przyjaźń, dominowanie — uleganie i in.; 4) kontekst intencjonalny (w szczególności zadaniowy) — stany i zamierzenia partnerów komunikacyjnych, zaprogramowane efekty zainicjowanych działań komunikacyjnych; 5) kontekst intertekstualny — obszar powiązań międzytekstowych.

W tym artykule, a mianowicie w jego ostatniej sekcji, omówię jeden z tych typów kontekstualizacji — nasilenie kontekstu sytuacyjnego. Wybór ten tłumaczy się tym, że tradycyjnie w dyskursach publicznych kontekst sytuacyjny z reguły jest zminimalizowany, co wynika ze specyfiki komunikacji masowej: nadawca i odbiorca nie mają bezpośredniego kontaktu zmysłowego. Aktualizacja kontekstu sytuacyjnego w dyskursach publicznych jest zjawiskiem, które najbardziej wyraźnie dowodzi zmian, które zaszły we współczesnej kulturze komunikacji.

Kontekst sytuacyjny w dyskursach publicznych

Kontekst sytuacyjny (czy też konsytuacja) obejmuje takie elementy fizycznego otoczenia dyskursu, jak interlokutorzy (nadawca i odbiorca, ew. występujący jako mediatorzy), osoby trzecie (informator, adresat docelowy, obserwator/widz/świadek), scena, tzn. miejsce i warunki komunikacji, okoliczności — takie jak czas, przyczyna, atrybuty, tło zdarzeniowe, a także narzędzia komunikacji, w tym media (nadajnik, odbiornik) oraz środki pomocnicze interpretacji przekazu (słowniki, encyklopedie, mapy itd.).

Maksymalnie wysoka zależność interpretacji przekazu od kontekstu sytuacyjnego jest cechą komunikacji w świecie zwierząt, a także komunikacji międzyludzkiej na stadium pierwotnym. Amerykańscy badacze M. Cole/S. Scribner (1974) przeanalizowali sytuacje, gdy przekaz informacji jest możliwy pod warunkiem, że chodzi o rzeczy, obecne w akcie mowy, tzn. bezpośrednio obserwowane przez interlokutorów. Są to, po pierwsze, wcześniej opisane

przez J. Piageta sytuacje tzw. naiwnego realizmu dzieci w wieku do 7-8 lat, a także zbadane przez A. R. Luriję sytuacje w społeczeństwach pierwotnych. Ten typ komunikacji rozprószył się w epoce postmodernizmu, co daje podstawę badaczom, aby twierdzić o kryzysie współczesnej kultury (zob. Jarosz 2004; Skudrzyk 2005: 110; Kolbuszewska 2008: 182; Gałązka 2010: 16).

Presja kontekstu sytuacyjnego znajduje swój wyraz przede wszystkim w trzech zjawiskach: 1) wizualizacji; 2) personalizacji oraz 3) determinizmu technologicznego. Krótko przedstawię każde z nich.

Wizualizacja. W epoce postmodernizmu rozprószyła się kultura widowiskowa, nazywana także kulturą obrazu (jako alternatywa dla tradycyjnej kultury słowa pisanego/drukowanego): sfera komunikacji publicznej została zdominowana przez informację w formie wizualnej, obrazowej, odtwarzającej poniekąd scenę i okoliczności przekazu (Jamieson 1988: 57). Usuwanie na drugi plan informacji werbalnej oznacza, że przekaz coraz bardziej ma charakter analogowy (zob. Skudrzyk 2005: 109). Badania E. F. McQuarrie'ego/D. G. Micka (2003: 586) dowiodły, że informacja wizualna jest przetwarzana w szybszy i łatwiejszy sposób — tym właśnie można tłumaczyć zjawisko wizualizacji, powołane do życia szybkim tempem współczesnych procesów komunikacyjnych, napływem informacji oraz koniecznością oszczędzania środków przekazu.

Do eksplozji kultury wizualnej szczególnie przyczyniły dyskursy reklamowe, w których często, jak pisze niemiecki badacz E. Straßner (2002: 15), wykorzystuje się niezdeterminowany charakter informacji wizualnej, a mianowicie jej otwartość na wiele odmiennych interpretacji. Dlatego obrazy — będące nieodłącznym elementem ogłoszeń reklamowych — tak skutecznie pełnią funkcję sugestywną oraz identyfikacyjną: odbiorca (podświadomie lub świadomie) dokonuje próby identyfikacji siebie lub swojego otoczenia z obrazem.

Z widowiskowością jest związana inna cecha współczesnej komunikacji społecznej — **synergiczność**, rozumiana tu jako współdziałanie wielu elementów przekazu informacyjnego, zarówno internalnych — należących bezpośrednio do struktury komunikatu, jak i eksternalnych — należących do otoczenia. Tak więc U. Kocher (2004: 47) zwraca uwagę na fakt, że rola środków parawerbalnych wzrasta w warunkach manipulacji poprzez mówienie nieprawdy. Dlatego w odniesieniu do sfery reklamy J. Warchała wprowadza pojęcie **tekstu globalnego**,

który w trakcie procesu wymiany informacji staje się dopiero tekstem będącym wypadkową znaczeń cząstkowych, niesionych przez różne kody — werbalne, ikoniczne, prok-

semiczne, gestyczne — wraz z innymi naturalnymi kontekstami i konwencjami interpretacyjnymi [...] (2007: 684).

Powszechnym zjawiskiem stała się widowiskowość w dyskursach politycznych. Jak pisze G. G. Poczępcow (2000: 15 i n.), środowisko wizualne w polityce zawsze odgrywało znaczącą rolę — obrazy od dawien dawna były skutecznym instrumentem propagandy. Znaki tego typu — w postaci ikon — były ważnym czynnikiem rozpowszechnienia chrześcijaństwa. W krajach o totalitarnym ustroju politycznym (np. w bolszewickiej Rosji), a w także we współczesnych kampaniach wyborczych zastąpiono je plakatem politycznym. Kampanie wyborcze zmieniły się dziś o tyle, że coraz mniej są eksponowane programy polityczne partii lub poszczególnych kandydatów (których różnice często są minimalne) — bardziej liczą się elementy retoryczne, medialne, takie jak wygląd zewnętrzny kandydata, fakty jego biografii, maniera mówienia i ubierania się, osoby towarzyszące (należące do jego zaplecza ideologicznego), symbolizujące daną formację kolory i in.

Ikoniczny charakter przekazu coraz bardziej nasila się także w dyskursach dziennikarskich. T. Piekot pisze, że „typografia ma charakter funkcjonalny”, a więc „wszystkie rozwiązania typograficzne powinny prowadzić do efektywnego i ekonomicznego zapoznania czytelnika z informacjami” (2006: 71 i n.). Szata graficzna tytułów prasowych nie tylko jest podporządkowana wymogom ergonomicznym (na przykład służy celowi „przykucia uwagi”), lecz także przyczynia się do kreowania informacji, w szczególności informacji o charakterze aksjologicznym. Według Piekota „rozwiązania wizualne nie tylko zapewniają mediom atrakcyjność, ale także pełnią ważną funkcję semantyczną. Mogą mianowicie zmniejszyć lub zwiększyć wartość wydarzenia” (ibidem). Za najbardziej reprezentatywną dla tego nurtu badań Piekot uważa analizę G. Kressa/T. van Leeuwena (2006) dotyczącą graficznego układu pierwszej strony gazet (tzw. „layout”). Z analiz tych badaczy wynika, że „sensy niesione przez kod wizualny mogą nie tylko wspierać, ale nawet podważać odczytanie sugerowane werbalnie” (cyt. za: Piekot 2006: 72).

Przed ikonizacją semiosfery (termin A. Skudrzyk) nie obroniły się także dyskursy akademickie i edukacyjne. M. Piechota (2010: 236 i n.) pisze o roli wizualizacji w edurozrywce, tzn. w procesie edukacji, który niesie w sobie treści o charakterze rozrywkowym. Uatrakcyjnienie sfery nauki znajduje m.in. wyraz w nowej formie prezentacji naukowej, która dziś jest masowo realizowana za pomocą środków multimedialnych, zwłaszcza programu komputerowego Power Point. Na ten szczególny rodzaj dyskursu akademickiego zwrócono już uwagę w badaniach lingwistycznych, zob. Perry 2011.

Personalizacja. Szczególnie ważnym elementem komunikacji analogowej jest eksponowanie nadawcy komunikatu: człowiek nie tylko przekazuje tekst innemu człowiekowi, lecz sam staje się tekstem. W doktrynie postmodernizmu wyraźnie zaznaczył się kult podmiotowości, tzn. preferowanie podmiotu jako źródła przetwarzanej przez odbiorcę informacji, innymi słowy — koncepcja człowieka jako tekstu.

Antropocentryzm nie jest odkryciem postmodernizmu, gdyż zasada teoriopoznawcza „homo — mensura” powstała już w starożytności, w kręgu sofistów, którzy utrzymywali, że struktura społeczna jest tworzona przez poszczególne jednostki. C. Mielczarski w związku z tym przywołuje słowa Protagorasa: „Człowiek jest miarą wszystkich rzeczy”, podkreślając, że zasada antropocentryczna pojawiła się „w epoce rozkwitu demokracji ateńskiej, która zapewniła daleko idącą, aczkolwiek nie absolutną, wolność słowa i myśli. [...] Indywidualizm sofistów jest filozoficzną podstawą i istotą europejskiej kultury demokratycznej” (2010: 16). Nawiązuje tu podobieństwo do współczesnej epoki postmodernizmu, który rozpowszechnił się w krajach demokracji zachodnioeuropejskiej i amerykańskiej, jak również w krajach Europy Centralnej i Wschodniej po zmianach ustrojowych w latach 90. ubiegłego stulecia.

O nasileniu podmiotowości czy też osobowości mówi np. fakt, że, jak pisałem w drugim punkcie, w tekstach naukowych coraz bardziej jest eksponowane indywidualne stanowisko badacza, co znajduje m.in. wyraz w zmianie gramatycznej organizacji wypowiedzi.

Na charakter przekazu istotny wpływ ma status społeczny nadawcy, a także jego tzw. cechy habitualne: płeć, wiek, wzrost, wygląd zewnętrzny. W żartobliwy sposób przedstawia to anegdota dziennikarska (na temat Aleksandry Jakubowskiej):

- Panie Kazimierzu, stało się coś strasznego, za co ktoś powinien ponieść surową karę.
- Ale kto?
- Oświeceniowiec, panie Kazimierzu.
- A co on zrobił, panie Wojtku?
- Otóż pani Ola była tak oświeclona, że widać było jej wąsy (T. Lis).

Osobowość autora ma niebagatelne znaczenie w dyskursach artystycznych, o czym pisał K. Cysewski (1994: 273 i n.). Badacz ten zastanawiał się nad tajemnicą oddziaływania „Ballad i romansów” Adama Mickiewicza, ich doniosłej roli w dziejach literatury polskiej. Przecież — pisał Cysewski — „dzieła częstokroć doskonalsze i głębsze takiej historycznoliterackiej i światopoglądowej roli nie odegrały”. Fenomen Mickiewicza Cysewski tłumaczył „czynnikami zewnętrznymi”, „promującymi”, a w pierwszej kolejności zaliczał do nich „tajemniczy [...] «program» związany z losem i rolą człowieka, autora cyklu”. W podob-

ny sposób Leszek Turkiewicz w artykule prasowym „Saganka umarła...” („Angora”. 2004/41) pisze: „Saganka¹¹ była ważniejsza od swoich książek, sławniejsza od swych postaci, bo była bohaterką sagi własnego życia”.

Ze względu na zjawisko personalizacji zasługuje na uwagę także fragment z opublikowanego w „Tygodniku Powszechnym” (23 I 2011) wywiadu z brytyjskim reżyserem filmowym i telewizyjnym Kenem Loachem, który na pytanie dziennikarza: — A może właśnie zatrudnienie znanego aktora przyciągnęłoby ludzi do kin?, odpowiedział: — Ten pomysł dobrze brzmi w teorii, w praktyce jest dla mnie niewykonalny. Gaże gwiazd drastycznie podnoszą budżet. A wtedy, żeby film się zwrócił, trzeba chodzić na kompromisy i zrezygnować z wolności twórczej. Przede wszystkim jednak: znana twarz zmienia sens filmu.

Determinizm technologiczny oznacza nasilenie roli środków technicznych przekazu informacyjnego, w szczególności nadawanie tym środkom statusu znakowego. Zgodnie z ideologią determinizmu technologicznego, który zyskał na popularności szczególnie w latach 60-70. ubiegłego stulecia, na fali tzw. rewolucji naukowo-technicznej, postęp techniczny określa kierunki rozwoju oraz charakter całej cywilizacji i kultury. Do nurtu determinizmu technologicznego należał m. in. znany kanadyjski badacz M. McLuhan — autor słynnego postulatu: „Środek przekazu jest przekazem”. „Kształtujemy nasze narzędzia, a potem one kształtują nas” — pisał McLuhan (2004: 17). Ideę prymatu mediów można przedstawić za J. Morbitzerem, jednym z polskich interpretatorów McLuhana:

[...] Zmiany społeczne i kulturowe nie są spowodowane treściami przekazywanymi za pośrednictwem określonych środków przekazu, lecz samą obecnością i oddziaływaniem mediów na środowisko człowieka. Sposób (forma) przekazu zmienia treść, sama zaś treść ma w przekazie podrzędne znaczenie (2006: 102).

Rola artefaktów, w tym narzędzi komunikacji, z biegiem historii podlega modyfikacji: początkowo pośredniczą one między człowiekiem a środowiskiem, natomiast w późniejszych stadiach rozwoju kultury same stają się obiektem uwagi, refleksji i oddziaływania, np. przy zastosowaniu pośredników drugiego rzędu — sprzętu testującego, regenerującego itd. Ciekawe jest to, że artefakty wchodzą w pewne stadium personalizacji, tzn. zaczynają inspirować działania podmiotów. Jest to szczególnie zauważalne w dyskursach medialnych: priorytetowy status mediów masowych: prasy, radia, telewizji, sprawia, że informacja, przesyłana przez dziennikarzy, rzeczników prasowych, copywriterów itp., jest przyswajana bez należytej kontroli poznawczej odbiorców, nie jest poddawana weryfikacji.

¹¹ Chodzi o znaną francuską pisarkę Françoise Sagan.

Nowe technologie komunikacyjne, zwłaszcza Internet, umożliwiają przekaz informacji w formie hipertekstu. Pojęcie hipertekstu zostało wprowadzone w 1965 roku przez amerykańskiego matematyka i filozofa T. H. Nelsona i oznacza istniejący w przestrzeni multimedialnej zespół mniej lub bardziej zamkniętych bloków informacyjnych (tzw. węzłów tematycznych czy też leksji), połączonych z tekstem bazowym. Rodzaj czerpanej z tych bloków informacji jest rozmaity: z punktu widzenia kontekstualizacji jest ważne, że Internet umożliwia odbiorcy odtworzenie całej sceny zdarzeniowej, kryjącej się za treścią przekazu. Za przykład może posłużyć przypadek Iwana Uchowa — rosyjskiego mistrza w skoku wzwyż na Olimpiadzie 2012 r. w Londynie. Złoty medal Uchowa odbił się szczególnym echem w rosyjskiej opinii publicznej — żadnemu innemu z medalistów nie poświęcono tyle uwagi na forach internetowych. Przyczynę takiego stanu rzeczy można tłumaczyć prehistorią udziału Uchowa w Olimpiadzie, a mianowicie skandalem z jego udziałem w ubiegłorocznych zawodach w szwajcarskiej Lozannie: rosyjski sportowiec pojawił się w sektorze do skoków... zupełnie pijany¹². „Występ” Uchowa nagrano na wideo i zamieszczono na Internecie w serwisie You Tube¹³. Dzięki temu odbiorca dziennikarskiej informacji o zwycięstwie Iwana Uchowa na Olimpiadzie ma dodatkowy dostęp do „sytuacji życiowej” tej postaci, odbiera wizualny obraz osoby, a ponadto poznaje opinie i komentarze internautów, np. takiego rodzaju: „Alcohol makes champions :)”. To wszystko przyczynia się do wzbogacenia, swoistej amplifikacji odbioru, wnosi do przekazu elementy ekspresji i rozrywki.

Zakończenie

Rola kontekstu w komunikacji językowej jest odmienna w zależności od typu kultury: według E. Halla (1959/1987), w kulturach o niskiej kontekstowości o przebiegu interakcji decydują elementy werbalne, podczas gdy w kulturach o wysokiej kontekstowości pierwszeństwo ma środowisko komunikacyjne. Profilowanie, czyli charakter eksploatowania, kontekstu zależy także od historycznie nacechowanych paradygmatów kultury. Współczesna epoka postmodernizmu charakteryzuje się nasileniem roli kontekstu w komunikacji społecznej, coraz bardziej zredukowanym zastosowaniem znaków językowych na rzecz semantyzacji sceny i fizycznych okoliczności interakcji. Tak rozumiany kontekstocentryzm wynika z obiektywnie zachodzącego we współczesnej kulturze wzrostu informacji. Powoduje to konieczność

¹² Uchow długo nie mógł zdjąć spodni sportowych — musiał zaczekać na pomoc jednego z rywali; jego rozgrzewka składała się z dziwnych, nieskoordynowanych ruchów. Żadnej wysokości tego dnia Uchow oczywiście nie pokonał, runąwszy na matę pod poprzeczką.

¹³ Jest on dostępny pod adresem: http://www.youtube.com/watch?v=738IkYjWGZ4&feature=player_detailpage.

jej selekcji — m.in. za pomocą takich zabiegów jak gatekeeping, agenda setting oraz framing. Selekcji i „uramowienia” informacji dokonuje się przy uwzględnieniu systemów wartości podmiotów — indywidualnych lub grupowych, a także przy uwzględnieniu mediów i kanałów komunikacyjnych. W tej sytuacji sam fakt wyboru informacji staje się informacją.

Zmiany w strukturze dyskursów publicznych wymagają zmian w ich badaniu środkami nauki. Teraz już nie jest wystarczające zastosowanie metod badawczych jednej dyscypliny: lingwistyki, semiotyki, politologii, hermeneutyki i in. Nowa funkcjonalność dyskursów masowych powinna być interpretowana w ujęciu interdyscyplinarnym. Zmieniająca się rzeczywistość społeczna potrzebuje od badaczy nowego myślenia — ufundowanego na zasadach synergizmu i integracjonizmu.

Literatura

- Awdiejew A./Habrajska G. (2006), Wprowadzenie do gramatyki komunikacyjnej. 2. Łask.
- Bateson, G. (1985), Mind and nature. A necessary unity. Fontana.
- Bauer, Z. (2000), Gatunki dziennikarskie, [w:] Bauer Z./Chudziński E. (red.), Dziennikarstwo a świat mediów. Kraków, 143-173.
- Baylon, C./Mignot, X. (2008), Komunikacja. Kraków.
- Bogusławski, A. (1986), Jeszcze o Ajdukiewicza koncepcji „wyrażania” (w związku z artykułem Jacka J. Jadackiego „O zdaniach warunkowych”), [w:] Studia Semiotyczne. XIV-XV, 249-270.
- Cole, M./Scribner, S. (1974), Culture a thought. A psychological introduction. New York / London / Sydney etc.
- Cysewski, K. (1994), Romantyczne nowatorstwo i tradycja. O „Balladach i romansach” Mickiewicza. Słupsk.
- Czyżewski, M./Kowalski, S./Piotrowski, A. (2004), Rytualny chaos. Studium dyskursu publicznego, Wrocław.
- Dönninghaus, S. (2006), Demokratisierung der russischen Wissenschaftssprache, [w:] Acta Neophilologia. VIII, 33-47.
- Fik, I. (1961), Wybór pism krytycznych. Warszawa.
- Fleischer, M. (2007), Zarys ogólnej teorii komunikacji, [w:] Habrajska, G. (red.), Mechanizmy perswazji i manipulacji. Łask, 29-72.
- Gałązka, W. (2010), Duch czasu... najwyższej oglądalności, [w:] Odra. 2, 16-21.
- Genis, A. [Генис, А.] (2002), Культурология. Раз! Москва.
- Grice H. P. (1975), Logic and conversation, [w:] Cole P./Morgan J. L. (red.), Syntax and semantics. III. New York, 41-58.
- Hall, E. (1959), The Silent Language. Garden City / New York. [Tłum.: (1987), Bezgłośny język. Warszawa.]
- Jaccard, J.-Ph. (2004), „Cisfinitum“ и Смерть, [w:] Буренина, О. (red.), Абсурд и вокруг. Москва, 75-91.
- Jamieson, K. H. (1988), Eloquence in an Electronic Age. The Transformation of Political Speechmaking. Oxford / New York.
- Jarosz, B. (2004), Przestrzeń graficzna w przekazach multimedialnych w dobie dominacji kultury obrazu, [w:] Morbitzer, J. (red.), Materiały XIV ogólnopolskiego sympozjum naukowego „Komputer w edukacji”. Kraków, 73-77.
- Kiklewicz, A. (2007), Zrozumieć język. Szkice z filozofii języka, semantyki, lingwistyki komunikacyjnej. Łask.
- Kiklewicz, A. (2010a), Modelowanie parametryczne przestrzeni komunikacyjnej (aspekty stylistyczne), [w:] Graszewicz, M./Jastrzębski, J. (red.), Teorie komunikacji i mediów, t. 2. Wrocław, 55-67.

- Kiklewicz, A. (2010b), *Tęcza nad potokiem... Kategorie lingwistyki komunikacyjnej, socjolingwistyki i hermeneutyki lingwistycznej w ujęciu systemowym*. Łask.
- Kiklewicz, A. (2012), *Czwarte królestwo. Język a kontekst w dyskursach współczesności*. Warszawa.
- Kocher, U. (2004), *Lügen brauchen gute Redner. Überlegungen zu einer Rhetorik der Lüge*, [w:] *Rhetorik*. 23, 41-49.
- Kolbuszewska, D. (2008), *Media i dialog. Jak powstrzymać polską wojnę na słowa?* [w:] Stranz, J. (red.), *Dialog w żywiole wyobraźni*. Poznań, 180-195.
- Krawczenko, A. W. [Кравченко, А. В.] (2001), *Знак, значение, знание*. Иркутск.
- Kress, G./Van Leeuwen, T. (2006), *Reading Images. The Grammar of Visual Design*. London.
- Luhmann, N. (2004), *Einführung in die Systemtheorie*. Heidelberg.
- Lüger, H.-H. (1995), *Pressesprache*. Tübingen.
- Łosiew, A. F. [Лосев, А. Ф.] (1968), *Введение в общую теорию языковых моделей*. Москва.
- McLuhan, M. (2004), *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*. Warszawa.
- McQuarrie, E. F./Mick, D. G. (2003), *Visual and Verbal Rhetorical Figures under Directed Processing versus Incidental Exposure to Advertising*, [w:] *Journal of Consumer Research*. 29, 579-587.
- Mielczarski, C. (2010), *Klasyczni sofiści i pluralizm kultury demokratycznej*, [w:] *Przegląd Humanistyczny*. 2, 13-25.
- Morbitzer, J. (2002), *Media — zniewolić umysł?* [w:] *Konspekt*. XI, 45-49.
- Mukařovský, J. (1966), *Studie z estetiky*. Praha. [Cyt. za wydaniem rosyjskim: *Преднамеренное и непреднамеренное в искусстве*, [w:] Басин, Е. Я./Поляков, М. Я. (red.), *Структурализм: «за» и «против»*. Москва, 164-192.]
- Nęcki, Z. (1996), *Komunikacja międzyludzka*. Kraków.
- Nieszczimienko, G. P. [Нещименко, Г. П.] (1999), *Этнический язык. Опыт функциональной дифференциации. На материале сопоставительного изучения славянских языков*. München.
- Nowak, P. (2006), *Informowanie w przestrzeni komunikacji medialnej*, [w:] *Naruszewicz-Duchlińska, A./Rutkowski, M. (red.), Nowe zjawiska w języku, tekście i komunikacji*. Olsztyn, 250-257.
- Nycz, R. (1993), *Tekstowy świat. Poststrukturalizm a wiedza o literaturze*. Warszawa.
- Perry, F. L. (2011), *Research in applied linguistics: Becoming a discerning consumer*. New York et al.
- Piechota, M. (2010), *Edurozrywka — przyczynek do opisu zjawiska*, [w:] *Graszewicz, M./Jastrzębski, J. (red.), Teorie komunikacji i mediów, t. 2*. Wrocław, 231-240.
- Piersikow, J. M. [Персиков, Я. М.] (1996), *Хвост пчелы: изменение состояния сознания как изменение культурной парадигмы*. Санкт-Петербург.
- Piekot, T. (2006), *Dyskurs polskich wiadomości prasowych*. Kraków.
- Росчерцов, G. G. [Почепцов, Г. Г.] (2000), *Коммуникативные технологии двадцатого века*. Киев.
- Schanze, H. (red.) (2002), *Metzer-Lexikon — Medientheorie — Medienwissenschaft*. Stuttgart — Weimar.
- Skudrzyk, A. (2005), *Czy zmierzch kultury pisma? O synestezji i analfabetyzmie funkcjonalnym*. Katowice.
- Smirnow, I. [Смирнов, И.] (1990), *Бытие и творчество*. Marburg.
- Sperber D./Wilson D. (1986; 1995), *Relevance: Communication and Cognition*. Cambridge — Massachusetts.
- Stalmaszczyk, P. (2010), *Praktyczna semantyka nazw własnych (czyli problemy z interpretacją i tłumaczeniem nazw własnych)*, [w:] Ginter, A. (red.), *Z zagadnień semantyki i stylistyki tekstu*. Łódź, 297-305.
- Straßner, E. (2007), *Text-Bild-Kommunikation Bild-Text-Kommunikation*. Tübingen.
- Tatarinow, W. A. [Татаринов, В. А.] (1988), *Лексико-семантическое варьирование терминологических единиц и проблемы терминографии*. Москва.
- Thun, F. S. de (2006), *Sztuka rozmawiania. W porozumieniu ze sobą i innymi – komunikacja i kompetencje społeczne*. Kraków.
- Toeplitz, K. (2004), *Studnia Leszka... Albo o tożsamości człowieka*, [w:] Toeplitz, K. (red.), *Komu potrzebna jest historia literatury?* Słupsk, 21-27.
- Tomanek, P. (2008), *Kłopoty z „dyskursem”: próba zdefiniowania pojęcia*, [w:] *Przegląd Humanistyczny*. 2, 83-96.
- Uchwanowa-Szmygowa, I. (red.) (2010), *Dyskurs w perspektywie akademickiej*. Mińsk.
- Walker, W. (2001), *Przygoda z komunikacją*. Gdańsk.
- Warchała, J. (2003), *Kategoria potoczności w języku*. Katowice.
- Woźniak, T. (2005), *Narracja w schizofrenii*. Lublin.
- Wysłouch, S. (2001), *Literatura i semiotyka*. Warszawa.

Zwiegincew, W. A. [Звегинцев, В. А.] (1976), Предложение и его отношение к языку и речи. Москва.
Żuk, A. (1998), Dekonstrukcja zdekonstruowana. Logiczna krytyka metody Derridy, [w:] Żuk A. (red.),
Granice języka. Lublin, 53-70.