

Emanuel Kulczycki
emanuel@ekulczycki.pl
Instytut Filozofii
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

Czy możemy wyciągnąć sami siebie z jeziora, ciągnąc za własne włosy? O problemie komunikowania o komunikacji

Streszczenie: *Celem artykułu jest nakreślenie podstawowej charakterystyki procesów komunikacyjnych. Dodatkowo niniejszy tekst zakłada krótkie wprowadzenie w specyfikę humanistycznych badań nad komunikacją. Zagadnienie to prezentowane jest z perspektywy komunikologii. Dlatego też autor podnosi zagadnienie samoodnośności komunikacji, procedur komunikacji oraz kwestii uświadamiania sobie, kiedy komunikacja szwankuje.*

Słowa kluczowe: *komunikacja społeczna, problem samoodnośności, model transmisyjny, skuteczna komunikacja, teoria komunikacji*

Wprowadzenie

Tytułowe pytanie nie jest ani postawione przez pomyłkę, ani nie jest żartem. Choć może na takie wyglądać, gdyż jedynie Baron Münchhausen mógł twierdzić, że taki sposób ratowania się z opresji może zostać zakończony sukcesem. Zatem jaka była moja intencja?

W badaniach nad komunikacją twierdzi się niekiedy, że wszyscy się komunikują i nie można się nie komunikować. Oznacza to, że cokolwiek robimy... i tak komunikujemy. Amerykański antropolog Ray Birdwhistell pisał wręcz, że telefon, który nie dzwoni, może nam komunikować np. że nikt nas nie chce zaprosić na randkę. Bo gdyby ktoś chciał, to przecież właśnie by zadzwonił. Tylko że stawianie sprawy z *komunikacją* w taki sposób, nie ułatwia nam zrozumienia tego, czym owa komunikacja jest. Ponieważ doprowadza to do sytuacji, że cokolwiek powiemy o czymkolwiek — i tak mówimy o komunikacji. Nie ułatwiają nam tego również różne skojarzenia z komunikacją *miejską* i transportem (te jednak są w pewien sposób — etymologicznie i pojęciowo — uzasadnione).

Raczej nikt z pełną powagą nie odpowie na tytułowe pytanie: tak, możemy wyciągnąć siebie za własne włosy z jeziora. Dlaczego? Ponieważ bardzo szybko uczymy się (i jesteśmy uczeni), że w tym celu potrzebujemy „siły zewnętrznej” — spoza danego systemu. Wiemy zatem, że ktoś musi stanąć obok i nas wyciągnąć; ewentualnie potrzebujemy zewnętrznego punktu oparcia. Dokładnie w ten sam sposób — czyli „obok” — staje biolog badający np. wiewiórki czy biedronki. Biolog bada wiewiórkę np. przy użyciu mikroskopu, odpowiednich programów komputerowych. Entomolog może badać chrabąszcze dzięki przyrządom optycznym, a lekarz pacjenta dzięki np. stetoskopowi. Nie jest zatem tak, że biolog bada wiewiórkę przy użyciu... wiewiórki.

Problem samoodniesienia

Sprawa komplikuje się zasadniczo, gdy za przedmiot badań naukowcy biorą nie to, co jest względem nich zewnętrzne — pewien system fizyczny i biologiczny — ale badają działania ludzkie, czyli praktyki społeczne, których podmiotami są ludzie. Już Arystoteles pisał w starożytności, że tam gdzie refleksja sięga ku działaniom człowieka (czyli w sferę *praxis*), tam nie można formułować praw, a jedynie pewne zależności. Jednakże to nie brak możliwości formułowania praw jest największym wyzwaniem. Jest nim problem samoodniesienia.

Zagadnienie samoodnośności polega na tym, że o języku mówimy w języku. A badać komunikację możemy tylko w ramach komunikacji. Wszak z kimś musimy podzielić się naszymi przemyśleniami i wynikami, ktoś musi być w stanie sprawdzić poprawność naszego wnioskowania — to są przecież podstawowe warunki, jakie stawia się nauce i refleksji: intersubiektywna komunikowalność i sprawdzalność wyników badań. Oznacza to zatem, że zarówno przedmiotem badawczym, jak i narzędziem badawczym jest komunikacja. W przykładzie z biologiem i wiewiórką rozumowanie to brzmiało absurdalnie. W przypadku komunikacji tak nie jest, aczkolwiek sprawa zasadniczo się komplikuje.

Oczywiście naukowcy odrzucili już możliwość uzyskania „boskiego oglądu”, czyli obserwatora trzeciego stopnia, co miałyby nam pozwolić mówić o praktykach komunikacyjnych w sposób obiektywny i „niezapośredniczony”. Mielibyśmy być w stanie wyjść (metodologicznie) z siebie i stanąć obok. Czegoś takiego nie da się zrobić: jesteśmy zmuszeni mówić o komunikacji w ramach komunikacji. Dlatego jest to takie trudne i powoduje mnóstwo problemów.

Każdy jest ekspertem w komunikacji?

Z komunikacją jest jak z piłką nożną. Każdy oglądający mecz w telewizji staje się nagle znawcą tematyki i świetnym („wirtualnym”) szkoleniowcem. Skoro każdy „się komunikuje”, może zatem wygłaszać tezy na temat tego, czym komunikacja jest i jak powinna wyglądać.

Trzeba sobie jednak uświadomić, że wykonywanie pewnych działań nie oznacza od razu, że jesteśmy znawcami tematyki związanej z tymi działaniami. Ktoś może pięknie śpiewać, ale wcale nie musi wiedzieć, czym jest tonacja, skala, rytm, a tym bardziej nie musi posiadać wiedzy, dlaczego tak pięknie śpiewa i jak można kogoś nauczyć tej umiejętności. Wykonywanie danej czynności (śpiewanie, komunikowanie) polega m.in. na wykorzystywaniu wiedzy operacyjnej (*know-how*). Często mówimy: „Wiem, jak to zrobić, ale nie wiem, jak to opisać — daj pokażę ci!”. Ponieważ wiedza operacyjna w dużym stopniu jest trudna, niekiedy wręcz niemożliwa, do zwerbalizowania. Drugi rodzaj wiedzy (związany np. z tym, czym jest tonacja, skala i rytm) jest tzw. „wiedzą, że” (*know-that*) — w ramach tej wiedzy posiadamy pewnego rodzaju twierdzenia, definicje i sądy odnoszące się do różnych czynności — dzięki niej potrafimy w sposób uzasadniony opisać to, co robimy.

Dlatego to, że w „jakiś sposób” codziennie się komunikujemy, nie oznacza, że robimy to dobrze i wiemy, czym owo komunikowanie jest. Ale zatem kto nam może

powiedzieć po pierwsze, czym jest komunikacja i po drugie, jak się dobrze komunikować?

Te dwa zagadnienia określają główny obszar badań nad komunikacją. Pierwszy — najczęściej w ujęciu opisowym — stara się komunikację zdefiniować, opisać jej rodzaje i poziomy (np. interdyscyplinarna, grupowa, organizacyjna itd.). Drugi natomiast, stara się na bazie np. przesłanek filozoficznych, określić jak powinna wyglądać komunikacja (np. w ramach etyki komunikacji podkreśla się, że do rozmowy powinniśmy podchodzić z chęcią uzyskania porozumienia).

Kształtowanie kompetencji komunikacyjnych nie musi być zatem oparte na metodzie prób i błędów. Możemy sięgnąć do różnych ujęć i teorii oraz zobaczyć, w jaki sposób (i czy w ogóle) może nam się to przydać.

Kiedy zaczynamy myśleć o komunikacji?

Punktem wyjścia dla zrozumienia tego, jak problematyczne jest samo komunikowanie o komunikacji jest uświadomienie sobie momentu, w którym myślimy o „swojej komunikacji z otoczeniem”. Innymi słowy: kiedy myślę o przebiegu, procesie i elementach swojej komunikacji? Jeśli wszystko przebiega tak, jak sobie zaplanujemy (często przykładana jest tutaj kategoria *skuteczności*), w ogóle nie myślimy o tym, dlaczego wszystko kończy się sukcesem. Dopiero wtedy, gdy coś idzie nie tak, jak powinno, zaczynamy sobie uświadamiać, że komunikacja szwankuje. Kiedy nasze relacje z przyjaciółmi układają się świetnie, nie zadajemy sobie pytania: „Dlaczego oni mnie tak dobrze rozumieją?”. Kiedy szef jasno i klarownie wydaje nam polecenia i przyjmuje od nas zrealizowane zadania, nie pytamy sami siebie: „Co sprawia, że tak dobrze odczytuje to, co chcę mu powiedzieć?”. Komunikacja realizuje się bez naszej uwagi — co nie znaczy, że jest to działanie nieświadome! Po prostu wyuczyliśmy się jej tak mocno, że nie musimy się na niej skupiać (robimy to nawykowo). To tak jak kierowca samochodu nie myśli w trakcie jazdy o każdym biegu, na którym właśnie jedzie.

Dopiero wtedy, gdy coś nie spełnia naszych wyobrażeń o skutecznej komunikacji, zaczynamy zastanawiać się, jak naprawić ów stan rzeczy. A jak można naprawić komunikację? Tylko poprzez komunikację — i znów wracamy do kwestii autoodniesienia.

Kiedy jesteśmy przekonani, że przełożony ma względem nas niesłuszne zastrzeżenia, wówczas rozpoczynamy rozmowę, zadajemy pytanie, staramy się sprecyzować oczekiwania oraz uzgadniamy definicję pewnych terminów (np. „Co to znaczy *dobry wynik* sprzedaży? Dokładnie ile sztuk mam sprzedać?”). Całe naprawianie komunikacji musi odbywać się w ramach komunikacji — innej opcji nie ma.

Czym jest komunikacja? Jak ją zdefiniować?

Do tej pory nie napisałem w ogóle, czym komunikacja jest — poza tym, że realizuje się w sferze praktyki, czyli *praxis*. Definicja tego pojęcia ma stosunkowo krótką historię, chociaż oczywiście sam termin funkcjonuje dłużej. Wyraz „komunikacja”

wywodzi się od łacińskiego słowa *communicatio*, które pojawiło się w XIV w., i oznaczało utrzymywanie z kimś relacji, wchodzenie we wspólnotę. W wieku XVI komunikację zaczęto łączyć z przekazywaniem, co tłumaczone jest rozwojem poczty i transportu.

Prawdziwe badania naukowe rozpoczęto jednak dopiero w pierwszej połowie ubiegłego wieku i skierowano nacisk przede wszystkim na przesyłanie komunikatów, kodowanie i dekodowanie przekazów. Takie modele teoretyczne, które podkreślają, iż nasza komunikacja polega przede wszystkim na przekazywaniu wiadomości, informacji nazywa się modelami transmisyjnymi. Z drugiej strony inni badacze podkreślają, że to nie do końca tylko o to chodzi. Komunikacja nie realizuje się poprzez samo przesyłanie komunikatów, ale chodzi przede wszystkim o nawiązywanie więzi społecznych, tworzenie wspólnych sensów i znaczeń. Takie podejście reprezentują modele rytualne.

Humanistyka dawno zrozumiała, że nie da się odpowiedzieć na pytanie: „Jak to naprawdę jest?”. Wszystko zależy od ustaleń początkowych, od tego jak zdefiniujemy (umówimy się!) terminy używane w dyskusji. Dlatego wciąż pojawiają się różne definicje komunikacji oraz różne ujęcia.

Komunikacja naukowca z bibliotekarzem

Ale czy coś z tych problemów i rozważań wynika dla komunikacji realizowanej przez bibliotekarzy? Przede wszystkim to, że komunikacja sama z siebie się nie doskonali. My możemy doskonalić nasze praktyki komunikacyjne poprzez uczestnictwo w szkoleniach, warsztatach i lekturę wartościowych publikacji. Jednakże wzrost kompetencji komunikacyjnych musi odbywać się w komunikacji — innej opcji nie ma. Innymi słowy: potrzebny nam jest ciągły trening i kontakt z „drugim”. A kim jest ten drugi? To inny bibliotekarz, czytelnik, naukowiec korzystający z biblioteki.

Z powyższych ustaleń można zatem wyciągnąć wniosek, że komunikacja zarówno w środowisku bibliotekarskim, jak i na zewnątrz niego, realizuje się bardzo często w sposób nawykowy. Komunikujemy się tak, jak się tego nauczyliśmy. W taki, a nie inny sposób informujemy czytelników (zamiast komunikować, czyli nawiązywać relację) o możliwościach biblioteki. Dopóki nie pojawiają się jakieś duże problemy, nikt się nie skarży. Nie zastanawiamy się, jak to dokładnie działa i czy może działać lepiej.

Polepszanie komunikacji można jednak rozpocząć zanim zacznie się dziać coś złego. Musimy sobie uświadomić, że to, jak inni nas odbierają w komunikacji zależy w dużym stopniu od tego, jak sami podchodzimy do komunikowania (czy uznajemy, że celem komunikacji jest poinformowanie kogoś o możliwości zdobycia takiej to a takiej książki, czy może — w dłuższej perspektywie — zbudowanie relacji).

Badacze komunikacji coraz częściej porzucają perspektywę transmisyjną, uznając, że nie sprawdza się do opisywania tego, co się dzieje pomiędzy ludźmi. Ludzie nie przesyłają komunikatów dla samego przesyłania: chcą w ten sposób wywrzeć jakiś wpływ, zmienić zachowania i nastawienia. To jest celem komunikacji.

Wiele poradników stara się stworzyć algorytm pozwalający na „skuteczne komunikowanie się w siedmiu przejrzystych krokach”. Jednakże jest to tylko wodzenie nas za nos — nie da się zalgorytmizować komunikacji międzyludzkiej (wiedział to już Arystoteles!). Można tworzyć w dużych instytucjach tzw. procedury komunikacji. Ale okazuje się, że dotyczą one jednak najczęściej jedynie procesów obiegu dokumentów — są zdehumanizowane i koncentrują się na wiadomości, a nie na konkretnej osobie.

Musimy o tym pamiętać, gdyż nigdy nie jest tak, że jakaś biblioteka rozmawia z jakąś jednostką naukową. To zawsze będzie rozmawiać jakaś Pani Małgosia z jakimś Panem Jasiem. Instytucje nie rozmawiają — rozmawiają i komunikują się ludzie. I to jest dopiero punkt wyjścia (i nasz zewnętrzny punkt oparcia), który pozwoli nam wyskoczyć z tego problematycznego jeziora.

Bibliografia:

1. ARYSTOTELES. *Metafizyka*. Tłum. K. Leśniak. Warszawa: Wydaw. Naukowe PWN, 1983. ISBN 83-01-04592-2.
2. Doré, G., Bürger, G. A. *Przygody barona Munchhausena*. Tłum. M. J. Januszkiewicz. Poznań: Vesper, 2011. ISBN 978-83-7731-029-8.
3. KULCZYCKI, E. *Teoretyzowanie komunikacji*. Poznań: Wydaw. Naukowe Instytutu Filozofii UAM, 2013. ISBN 978-83-7092-122-4.
4. WINKIN, I. *Antropologia komunikacji. Od teorii do badań terenowych*. Tłum. A. Karpowicz. Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, 2007. ISBN 978-83-235-0290-6.

Kulczycki, E. Czy możemy wyciągnąć sami siebie z jeziora, ciągnąc za własne włosy? O problemie komunikowania o komunikacji. *Biuletyn EBIB* [on-line] 2013, nr 6 (142), *Komunikacja w środowisku* [Dostęp 12.09.2013]. Dostępny w World Wide Web:
<http://open.ebib.pl/ojs/index.php/ebib/article/view/30>. ISSN 1507-7187.