

WALDEMAR DOMACHOWSKI



## EFEKTYWNOŚĆ KOMUNIKOWANIA A EFEKTYWNOŚĆ POROZUMIEWANIA SIĘ

ABSTRACT. Waldemar Domachowski, *Efektywność komunikowania a efektywność porozumiewania się* [Effectiveness of communication vs efficacy of communication] edited by M. Obrębska, L. Bakiera, „Człowiek i Społeczeństwo” vol. L: *Psychologiczne konteksty komunikacji interpersonalnej* [Psychological contexts of interpersonal communication], Poznań 2020, pp. 31–46, Adam Mickiewicz University. ISSN 0239-3271, <https://doi.org/10.14746/cis.2020.50.3>.

This article aims at describing the evidence for the efficacy of communication. The author differentiates effectiveness and efficacy of communication, as well as communication *per se* and communication with each other. He argues that there can be no discussion about the efficacy of communication without establishing its effectiveness. A communication process can be ineffective either when there is no recipient of the communicate or when the message is not received due to, for example, a noise. Even though the effectiveness can be measured using a nominal scale, the efficacy requires at least an ordinal scale. The author bases his conclusions on the theory of communication models, intentionality and, proposed by him, “a constant species”.

Keywords: communication, effectiveness, efficacy, communication models, “constant species”

Waldemar Domachowski, Uniwersytet Szczeciński, Instytut Psychologii, ul. Krakowska 69, 71-017 Szczecin, domah12@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2177-0912>.

### Wprowadzenie

Zagadnienie efektywności jest w psychologii ujęte dość niejednoznacznie. Zwłaszcza jeśli dążymy do określenia jej w sposób liczbowy lub jakkolwiek inny dający możliwość porównywania. Najczęściej o efektywności jest mowa w kontekście wykonywania czegoś, działania, a i wtedy nie przyjmuje

to jednoznacznej postaci. Względnie łatwo zdefiniować liczbową efektywność i znaleźć jej miary wszędzie tam, gdzie pewna liczba wytworów może przypadać na jakąś jednostkę czasową. Tutaj bardziej efektywną określa się taką działalność, która w porównywalnej jednostce czasu dostarcza więcej wytworów. Podobnie gdy miarą efektywności uczynić wartość wytworzonego wytworu, choć wtedy częstym źródłem niejasności bywa relacja popytu i podaży. Trudności pojawiają się, gdy interesuje nas efektywność rozumiana jako wielkość wysiłku wymagana do wytworzenia produktu. Przede wszystkim dlatego, że miary wkładanego wysiłku są nieostre, uzależnione od wielu innych czynników, takich jak choćby (w odniesieniu do danego człowieka) zdolności czy umiejętności. Zanikają one, gdy interesuje nas efektywność narządu zmysłu na poziomie np. dolnego (górnego, różnicy) progu sprawności zmysłu itp. (por. np. Ciccarelli i White, 2014). Wnosimy wówczas, że bardziej efektywny jest próg, który do swego uruchomienia wymaga mniej energii. Przy progu górnym może być dla nas istotna ta wartość energii, która uszkadza narząd zmysłu, przy progu różnicy zaś to, który jest bardziej czuły (mniejsza jest wielkość różnicy energii uruchamiającej dostrzeżenie różnic) itd. Wydaje się, że definicje i miary efektywności względnie łatwo można konstruować wszędzie tam, gdzie dysponujemy już wcześniej określonymi sposobami pomiaru (szczególnie takimi, które stosunkowo łatwo dają się zaadaptować nawet z odległej dziedziny), zwłaszcza kryteriami, które umożliwiają przekładanie pomiaru na postać wyrażającą się w postaci liczbowej.

Już jednak pomiar np. odczuwania natężenia bólu nastęrcza wiele trudności. Jeśli chcemy, przykładowo, powiedzieć, że bardziej efektywnie funkcjonuje ta osoba, która pod wpływem bólu później się dezorganizuje, żeby to określić, potrzebujemy właśnie miary odczuwanego natężenia bólu. Możemy oczywiście przyjąć, że im bardziej zdeorganizowane zachowanie, tym wyższy poziom bólu. Pomijam w tym momencie pomiar „dezorganizacji” bądź jej definicję, lecz każdy z własnego doświadczenia wie, że różnica w natężeniu bólu przejawia się m.in. tym, iż wcześniej lub później nas on „dezorganizuje”, przejawiając się pogorszeniem naszego wykonania. Równocześnie każdy wie, że trudno powiedzieć, czy „mój” ból i „jego” ból są takie same („Twój ból jest lepszy niż mój” – słowa piosenki Kazika). Problem polega na tym, że jest to miara wysoce uzależniona od innych, na ogół w żaden sposób niemierzonych w danym momencie czynników. Staje się więc miarą wysoce deklaratywną. Stąd np. jedną z najbardziej rozpowszechnionych miar bólu w świecie psychologicznym, lekarskim, dentystrycznym itp. jest określenie przez pacjenta natężenia bólu

w skali 10-punktowej. Jeśli interesuje nas porównywanie ludzi na podstawie ich odporności na ból, to kluczowe staje się określenie równej dla wszystkich „zawartości bólowej” sytuacji bodźcowej. Wymaga to posiadania miary, dzięki której taką zawartość możemy zmierzyć, a wyniki porównać. Podobnie jest z pomiarem siły/natężenia motywacji. Nawet laik jest w stanie powiedzieć, że jeśli zarobek będzie uzależniony od liczby wykonanych wytworów, to sumę pieniędzy za pojedynczy wytwór możemy traktować jako miarę siły motywacji. Aczkolwiek należy pamiętać, że pozwala to jedynie porównać siłę motywacji zewnętrznej, pomijając to, że ta sama wartość pieniężna dla różnych osób może mieć subiektywnie zróżnicowaną siłę motywującą do działania. Nie daje się to jednak zastosować tam, gdzie efektywność ma polegać np. na znalezieniu lepszego rozwiązania problemu (pomijam tu znowu pomiar lepszego/gorszego).

Z analogiczną trudnością możemy mieć do czynienia, gdy szukamy bardziej (lub mniej) efektywnego sposobu radzenia sobie ze stresem. W takim przypadku na ogół działanie „mierniczego” sprowadza się do opisu sytuacji, w jakiej znajdzie się ktoś, kto skorzysta z takiej bądź innej drogi radzenia sobie ze stresem i zadeklaruje, że któraś z opcji działania w takich sytuacjach jest „lepsza” od innych. Lepsze (gorsze) staje się tu synonimem efektywności. Oczywiście, takich sytuacji może być więcej niż dwie, abstrahując od tego, czy te drogi (bądź ich konsekwencje) można ze sobą porównywać, czy też nie.

## Kompetencje komunikacyjne

Gdy w centrum rozważań postawimy zagadnienie efektywności komunikacji, określenie jej miar staje się jeszcze bardziej skomplikowane. Wydaje się, że najłatwiej to czynić na poziomie czysto behawioralnym. Tutaj interesuje nas przede wszystkim to, czy odbiorca komunikatu zachował się zgodnie z oczekiwaniami nadawcy, który odpowiedni komunikat mu przekazał. Ale nawet na tym poziomie mogą się rodzić wątpliwości. Na przykład czy owo „zgodnie” oznacza drogę, którą poszedł odbiorca, czy raczej miejsce, do którego doszedł.

Dość obiecujące w tym kontekście wydaje się wprowadzenie pojęcia kompetencji komunikacyjnej – gdyż taka kompetencja może być u jednego z porównywanych partnerów większa, mniejsza bądź równa, a to zakłada możliwość, a właściwie nieodzowność jej pomiaru (niekoniecznie liczbowego). Pisarek (2008) mówi o trzech podstawowych, najczęściej w literaturze

przedmiotu analizowanych kompetencjach komunikacyjnych. Wyróżnia też czwartą, nazwaną „medialną”, która jednak wydaje się specyficznym przykładem trzeciej, toteż nie będzie tu poddana rozważaniom. Podstawą pierwszej z nich jest zaproponowana jeszcze przez Chomsky’ego (2015) kompetencja językowa, stanowiąca uwewnętrzną zdolność do tworzenia i rozumienia zdań w danym języku, również takich zdań – jak wskazuje Pisarek – które odnoszą się do sytuacji dotychczas nieznanej. Dotyczy to także gramatyki, co umożliwi osobom, które się komunikują, podział zdań na takie, które są pod względem gramatycznym poprawne, i takie, które są niepoprawne. Pojawia się pytanie, czy ta propozycja pozwala się odnieść do tytułowego zagadnienia efektywności komunikowania się bądź porozumiewania. A dokładniej – do miar takiej efektywności. Gdyby pozostać na intuicyjnym poziomie rozumienia tego zagadnienia, to odpowiedź mogłaby brzmieć: „tak”. Intuicyjnie możemy przyjąć, że – przykładowo – im poprawniej pod względem gramatycznym będzie sformułowane zdanie, tym komunikacja będzie efektywniejsza. Im większa gramatyczna poprawność, tym większy wpływ intencji nadawcy na zachowanie odbiorcy itp. Albo – im lepiej nadawca dobierze słowa, by adekwatnie przekazać swoje intencje odbiorcy, tym bardziej efektywny będzie komunikat. Takiego twierdzenia nie możemy już jednak sformułować w odniesieniu do miar efektywności. Nie proponuje się tu dających się spożytkować miar ani gramatyczności, ani zawartości słownikowej wypowiedzi, ani koniecznej liczby zdań przekazujących intencje itp. A dopiero one mogłyby posłużyć do tworzenia miar (nie tylko takich, które dają się przełożyć na liczby) stopnia efektywności umiejętności językowej, a w konsekwencji – efektywności kompetencji komunikacyjnej. Pisarek (2008: 65) stwierdza jedynie, że „miarą udatności wypowiedzi jest [...] dostosowanie treści i formy wypowiedzi do komunikacyjnej i językowej kompetencji odbiorcy”. Jest to jednak miara, która nie tyle pozwala porównywać efektywność wypowiedzi, ile jedynie uruchamia obszar dla porównań intuicyjnych czy estetycznych. Warto zresztą zauważyć, że Pisarek mówi tu o „udatności wypowiedzi”, a nie efektywności wypowiedzi. To jednak, co może być przedmiotem zainteresowania językoznawcy, niekoniecznie daje przydatne narzędzie psychologowi zainteresowanemu porównywaniem efektywności kompetencji komunikacyjnej.

Kolejną z kompetencji omawianych przez Pisarkę jest kompetencja kulturowa, którą sprowadza on do nieświadomej (w jego terminologii: zinterioryzowanej) znajomości reguł nadawania specyficznego dla danej kultury znaczenia zachowaniom niekomunikatywnym, acz niosącym

informację. Inaczej ujmując, osoba, która posiada kompetencję kulturową, podczas interpretowania czyjegoś zachowania korzysta ze znajomości dodatkowych (przyswojonych np. w procesie socjalizacji) wzorców interpretacji zachowań niekomunikatywnych. W kontekście efektywności komunikowania i porozumiewania się funkcja ta nie wydaje się oferować żadnych miar – nie tylko takich, które dałyby się przenieść na poziom liczbowy. Umożliwia jedynie dość ogólnikowy sposób wnioskowania, sprowadzający się do tego, że bardziej efektywna jest ta kompetencja kulturowa, która w procesie nadawania znaczenia może się odwołać do ważniejszych (lub większej liczby) interpretacyjnych reguł kulturowych. Nie dostarcza jednak narzędzi, które by takie reguły pozwalały wyróżnić. Zdobył się na to np. Hofstede (2000), który zaproponował sposób postępowania umożliwiający – jego zdaniem – wyodrębnienie takich reguł i porównywanie dzięki temu kultur, instytucji czy społeczności. Nadal jednak nie daje to narzędzi umożliwiających porównywanie efektywności komunikowania. Przywołano tu koncepcję Hofstede, chcąc pokazać, że możliwe jest określenie w ramach tej orientacji reguł kulturowych, które pozwalają nadawcy stworzyć wypowiedzi w oparciu o jego kompetencje kulturowe po to, by – korzystając z kompetencji kulturowych odbiorcy – wywołać pożądane znaczenie przekazywanej informacji. Z oczekiwaniem, że to doprowadzi do pożądanego zachowania odbiorcy.

W ramach analizy kompetencji kulturowych Pisarek podejmuje rozważania dotyczące znanego modelu Grice'a (1977) oraz jego późniejszych rozszerzeń dokonanych przez innych autorów. Według niego ten model ma uchodzić za niezależny od uwarunkowań kulturowych. Określa się w nim warunki niezbędne do podtrzymania konwersacji. Grice formułuje postulat istnienia czterech reguł ogólnych w odniesieniu do tego zagadnienia (inni autorzy rozszerzyli je do sześciu i więcej). Dla niniejszych rozważań istotne jest jednak to, że żadna z podanych maksym nie daje możliwości ich wykorzystania dla pomiaru efektywności komunikowania. Jak np. zmierzyć to, w jakim stopniu ktoś mówi prawdę (zwłaszcza gdy oczekuje się, że prawdę mówi ten, kto uważa coś za prawdziwe), czy jego wypowiedź jest „bardziej”, czy też „mniej” prawdziwa od innej. Albo – z tego samego nurtu rozważań – jak w tym kontekście wykorzystać maksymę skromności, rozumianą jako pomniejszanie swej chęci do mówienia o sobie pochwalnie, na rzecz zwiększenia uwag krytycznych. W odniesieniu do efektywności komunikacji te reguły dałyby się wykorzystać jedynie wtedy, gdyby miarą efektywności czynić „podtrzymanie konwersacji” (taki był zresztą zamiar autora reguły). Już jednak uporządkowanie kolejności proponowanych przez

Grice'a i innych autorów reguł zrodziłoby wiele trudności, zapewne nie do pokonania – przede wszystkim dlatego, że reguły te mają walor reguł jakościowych, pomiar efektywności zaś wymaga miar co najmniej porządkowych.

Warto jeszcze raz podkreślić, że wprowadzenie pojęcia kompetencji komunikacyjnej aż się prosi o określenie jej zobiektywizowanych miar. Nic zadowalającego jednak pod tym względem nie uzyskano przede wszystkim z powodu bardzo wysokiego poziomu skomplikowania problemu. Występuje tu znaczna liczba czynników pośredniczących, dla których zasad pomiaru także nie określono. W to miejsce pojawiają się pomiary na poziomie czysto intuicyjnym albo wyłącznie miary relacyjne (lepsze/gorsze) lub jakościowe czy czysto deklaratywne.

## Modele komunikacji

Innym obszarem, na którym można poszukiwać przesłanek dla formułowania miar efektywności komunikowania, są modele komunikacji. Obszernych przeglądów takich modeli dokonała Bogusława Dobek-Ostrowska (1999, 2006). Jako pierwszy omawia model Harolda D. Lasswella z 1948 r., aczkolwiek dla celów tego artykułu korzystniej zacząć od modelu matematycznego Claude'a Shannona i Warrena Weavera. Jest to jeden z modeli linearnych, obrazujący drogę, jaką przebywa informacja od nadajnika do odbiornika. Na tej drodze napotyka różne przeszkody i jest poddawana zniekształceniom. Autorów tego modelu interesowało, jak powinna zostać zorganizowana informacja, by sygnał wysłany z nadajnika był takim samym sygnałem w odbiorniku. Zakłócenia mogą wystąpić na jednym z trzech poziomów: technicznym (np. przypadkowe trzaski w urządzeniu), semantycznym (rozumienie znaczeń kodów przez nadawcę i odbiorcę – np. posługiwanie się tym samym lub różnym językiem) i wreszcie na poziomie efektywności, a więc tego, czy cel zawarty w sygnale nadajnika został w taki sam sposób odebrany przez odbiornik. Wpływu czynników, których obecność można zaobserwować na poziomie semantycznym (w odniesieniu do człowieka, który nadaje bądź odbiera informację – czynników psychologicznych albo kulturowych), bliżej nie analizowali, koncentrując się przede wszystkim na elementach technicznych. Ich model zawiera kluczowe terminy charakterystyczne dla urządzeń technicznych: nadajnik i odbiornik. Dysponowanie miarą niepewności (np. bitami informacji) pozwala określić, czy informacja obecna w sygnale wyemitowanym przez nadajnik jest równa zawartości informacyjnej sygnału odebranego przez odbiornik. Z tego punktu widzenia

efektywniejsza jest ta informacja, która bardziej redukuje niepewność, jeśli zaś skoncentrować się na przepływie informacji, to jest nim ten przepływ, który lepiej pozwala zapobiegać zniekształceniom informacji. Podobnie można wnioskować o właściwościach nadajnika lub odbiornika czy kanałach przesyłania informacji. Na pozór wydaje się, że analogiczny tok rozumowania daje się zastosować w odniesieniu do komunikowania się ludzi między sobą. Tego zresztą dokonywano, podstawiając w miejsce terminów technicznych nadawcę i odbiorcę. Trudność polega jednak na tym, że ludzie nie tworzą znaczeń odebranych sygnałów wyłącznie na podstawie tego, jaką zawartość informacyjną wyemitował nadawca. Wyobraźmy sobie, że urządzenie mechaniczne ma uruchomić albo przełącznik zielony, albo czerwony. Dopóki zawartość informacyjna (mierzona np. bitami informacji) obu urządzeń się nie wyrówna, dopóty żaden z przełączników nie zostanie uruchomiony. W analogicznej sytuacji zaś człowiek jako odbiorca może stwierdzić: „A mnie się wydaje, że...” albo „Świerzbi mnie prawa dłoń, a więc na pewno ten zielony” czy coś w tym rodzaju. Dobrze to pokazuje model Lasswella (za: Dobek-Ostrowska, 2006), w którym istotne jest nie tylko to, że ktoś występuje jako nadawca informacji, ale także to, kim on jest. Nie wystarczy, że emituje informację – ważne jest także, czym (np. kulturowo) jest ta informacja. Ma znaczenie nie tylko to, że ktoś jest odbiorcą, ale również to, kim (np. społecznie) jest odbiorca. I dopiero to wszystko razem składa się na efektywność komunikacji. Tak więc trop „bitów informacji” jako miary efektywności komunikacji między ludźmi się nie sprawdzi. Podobnie jak odporność komunikatu na zniekształcenia. I nic w tym dziwnego, bo nie taka była jego rola. Co nie zmienia faktu jego częstego wykorzystywania jako linearnego modelu przepływu informacji między ludźmi przez proste zastąpienie nadajnika nadawcą, a odbiornika odbiorcą.

Modele, które przyciągały wzmożoną uwagę badaczy zwłaszcza w latach 80. i 90. XX w., wprowadziły do rozważań o komunikowaniu się pojęcie sprzężenia zwrotnego. Według Dobek-Ostrowskiej (2006) tego ujęcia nie da się wyraźnie powiązać z jakimś nazwiskiem, funkcjonuje raczej jako nurt rozważań. Zmieniło to dotychczasowy model linearny na model cyrkulacyjny, w ramach którego partnerzy w poszczególnych cyklach porozumiewania się zamieniali się rolami „nadawcy” i „odbiorcy” informacji, co wprowadza do analizy procesu porozumiewania się całkowicie nową jakość. Zwłaszcza z punktu widzenia zasygnalizowanego na wstępie rozumienia przekazu efektywnego jako takiego, który prowadzi u jednego z partnerów (odbiorcę) do zachowania pożądanego przez innego (innych) uczestnika procesu porozumiewania się (nadawców). Wydaje się, że sprzężenie zwrotne jest

tu szczególnie istotne. Pokazuje mianowicie, że porozumiewanie się to ciągły proces uzgadniania znaczenia krążącej między partnerami informacji. W ramach tego ujednociania mogą się ujawnić i kompetencje komunikacyjne partnerów, i ich właściwości psychologiczne oraz społeczne. Ten model o wiele lepiej nadaje się do analizy komunikacji między ludźmi. Aczkolwiek nie daje się nie zauważyć tego, że nadal jest to model „sztywnej” komunikacji. Ta sztywność jest zapewne konsekwencją tego, że powstał jako rozwinięcie modelu linearnego, który mówi o istnieniu nadawcy i odbiorcy, dodając jedynie, że ich role ciągle się wymieniają. Dzięki temu mogą się oni wzajemnie poinformować, na jakim etapie uzgadniania znaczeń swoich komunikatów się aktualnie znajdują. Model taki pokazuje, że wymieniana informacja służy nie tylko wywołaniu pożądanego zachowania, ale także temu, by pokazać partnerowi, jak został odebrany (i zrozumiany) jego komunikat.

Rodzi się pytanie, czy w ramach tego modelu można mówić o efektywności komunikowania. Wydaje się, że wyraźnie eksponuje on element efektywności działań komunikacyjnych. Na ogół model ten jest wykorzystywany do analiz procesów przekonywania, perswazji, zmiany postaw itp. W ramach takich procesów istotne jest przede wszystkim to, czy inicjator komunikowania się osiąga swój cel. I w tym sensie to, czym jest zainteresowany, sprowadza się do skutecznego wywołania pożądanego zachowania. Jest to jednak zainteresowanie nie tyle efektywnością, ile skutecznością. Jeśli, przykładowo, wziąć pod uwagę dwa tory perswazji wyróżnione przez Richarda E. Petty’ego i Johna Cacioppo (1980; por. Petty, Cacioppo, Strathman i Priester, 2007), to uwagi tych autorów zmierzają do określenia, kiedy zastosować dany tor perswazji, by osiągnąć pożądaną zmianę zachowania. Nie koncentrują się na ustaleniu, czy któryś z torów perswazji pozwala osiągnąć zamierzony cel szybciej, sprawniej, mniejszym nakładem sił, środków itd. Interesuje ich przede wszystkim to, w jaki sposób w danych warunkach można być skutecznym. A zatem interesuje ich skuteczność, a niekoniecznie efektywność. W rezultacie uzyskujemy odpowiedź sprowadzającą się do dwóch tylko stanów: albo przekaz był skuteczny (wyzwolił pożądaną zmianę zachowania), albo taki nie był. Oczywiście, możemy „skuteczność” rozciągnąć i zadeklarować, że z jakiegoś powodu osiągnięty skutek jest „lepszy” lub „gorszy” od innych, ale tak naprawdę wynik działań ma postać zero-jedynkową. Działanie komunikacyjne było skuteczne albo nieskuteczne. Ewentualnych pomiarów możemy więc dokonywać tylko w takich ramach. Powyżej przeciwstawiono sobie skuteczność i efektywność. Najprościej można byłoby powiedzieć, że skuteczność dotyczy rezultatów podjętego działania i w zasadzie przyjmuje



postać zero-jedynkową. Efektywność natomiast kieruje uwagę na czynniki, które zostają wykorzystane po to, by osiągnąć pożądaną stan. Pozwala stwierdzić, czy droga, jaką się podąża w kierunku uzyskania oczekiwanego zachowania, jest „lepszą” od innych. Kryteria tego „lepszego” mogą być różne – zarówno ilościowe, jak i jakościowe. Takie choćby jak szybkość uzyskania pożądanego stanu, koszty tego działania, liczba koniecznych kroków, rozległość skutków, miejsce ich zakotwiczenia (np. nadzieja na nagrodę vs internalizacja) itd. Omawiany w tym miejscu model wprowadzający sprzężenie zwrotne pozwala na analizę efektywności działań komunikacyjnych z uwzględnieniem co najmniej dwóch warunków. Po pierwsze, że miar efektywności nie będziemy poszukiwali w osiągniętym celu komunikowania się. Po drugie zaś, że zgodzimy się, iż w odniesieniu do różnych czynników miary efektywności będą różne. Sprzężenie zwrotne postulowane przez ten model ułatwia realizację tego drugiego warunku, ponieważ daje możliwość łatwiejszego wyboru zmiennych i tworzenia metod ich pomiaru. Żeby mówić o skutecznej komunikacji, musi zostać osiągnięte pożądaną zachowanie partnera. Żeby mówić o bardziej (lub mniej) efektywnej komunikacji, należy mierzyć drogi osiągnięcia tego pożądanego stanu.

Prowadzone do tego momentu rozważania wskazują, że dopiero na poziomie modeli cyrkulacyjnych obrazujących komunikowanie się ludzi pojawia się zapotrzebowanie na miary efektywności komunikacji. Wynika to z wprowadzenia sprzężenia zwrotnego, które kieruje uwagę nie tylko na skuteczność procesu, ale i daje stronom możliwość kontrolowania, czy użyte przez nie środki są „lepsze” bądź „gorsze” dla ujednoczenia oczekiwań i zachowań.

Ronald B. Adler, Lawrence B. Rosenfeld i Russell F. Proctor II (2006) zaproponowali jeszcze bardziej pogłębiony (i zrywający z dotychczasową tradycją, choć domyślnie oparty na sprzężeniu zwrotnym) model porozumiewania się. W jego ramach w miejsce „nadawcy” i „odbiorcy” wprowadzają: „porozumiewający się”. Pomijają także klasyczne sprzężenie zwrotne, ponieważ model z takim wyróżnionym elementem usztywniłby ich rozważania. Mówią natomiast o tym, że w tym samym momencie wszystkie porozumiewające się strony są jednocześnie i nadawcami, i odbiorcami. Nie ma więc odstępów czasowego (jak przy sprzężeniu zwrotnym) między emisją informacji, reakcją na nią i kolejną emisją informacji uzależnioną od informacji przekazanej poprzez sprzężenie zwrotne. Ujęcie to wydaje się zwracać uwagę na jeszcze jedną właściwość porozumiewania się, związaną z jego efektywnością. W dotychczas analizowanych modelach zainteresowanie koncentrowało się przede wszystkim na nadawcy. To stosowane przez niego działania miały być „efektywne”. I tu byłyby

skoncentrowane ewentualne miary takiej efektywności po konstatacji, że podjęte działania komunikacyjne były skuteczne. Natomiast w ramach tego modelu na skuteczność działań wpływają zachowania komunikacyjne zarówno jednej, jak i drugiej strony, i to w tym samym momencie. Stąd miary efektywności wypracowane na potrzeby modeli cyrkulacyjnych tracą swą moc. Weźmy przykładowo pod uwagę modne dziś zachowania komunikacyjne znane pod nazwą asertywności. Gdyby założyć, że tylko jedna strona dysponowała asertywnością, to mielibyśmy zapotrzebowanie na miarę efektywności komunikacji asertywnej. Jeśli jednak obie strony byłyby asertywne, to nie wystarczy nam stwierdzenie, że jedna ze stron jest bardziej, a inna mniej asertywna, abstrahując w tym momencie od tego, która w ten sposób byłaby skuteczna. Konieczny stałby się także pomiar tego, co się dzieje z efektywnością komunikowania się, gdy zainteresowane strony działają w ten sam sposób w tym samym momencie. Takie miary nie mogłyby uniknąć pomiaru wpływu takich czynników jak np. role społeczne porozumiewających się, ich znajomość kodów kulturowych, stopnia opanowania konstrukcji zdań, reguł gramatycznych i podobnych czynników, których obecność ujawniano we wcześniejszych rozważaniach. O ile z punktu widzenia porozumiewających się istotne byłoby przede wszystkim to, czy działanie komunikacyjne było skuteczne, czy nie, o tyle dla psychologa ważne staje się określenie, które działania komunikacyjne są bardziej, a które mniej efektywne. Ostatni z analizowanych modeli wydaje się szczególnie uwypuklać ten element.

## Komunikowanie a porozumiewanie się

Podstawową różnicą między tymi dwoma terminami jest to, że pierwszy oznacza, iż następuje jedynie emisja informacji. Drugi traktuje o procesie uzgadniania znaczeń informacji – ponieważ w procesie porozumiewania się następuje wymiana informacji. Tym, co uruchamia odpowiednie zachowanie, jest znaczenie, jakie zostało przypisane odebranej informacji. W literaturze przedmiotu zamiast „porozumiewania się” nadal przeważnie używa się terminu „komunikowanie się”, choć ten pierwszy pojawia się coraz częściej, ze względu na to, że jest pozbawiony odniesień do innych obszarów aniżeli uzgadnianie znaczeń wymienianej przez ludzi informacji<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> W tym artykule terminy „komunikowanie się” i „porozumiewanie” używane są zamiennie, choć autor nie ukrywa, że bardziej odpowiada mu termin „porozumiewanie się”.

Do rozważań nad analizą procesu komunikowania Domachowski (1993) włączył intencjonalność. Wprowadził to pojęcie przede wszystkim po to, by odróżniać komunikaty niewerbalne od zachowań. Wiele komunikatów niewerbalnych bowiem ma postać zachowań, które mogą przenosić znaczenia. Mogą, ale nie muszą. To, czy te znaczenia się ujawnią, czy też nie, jest uzależnione od intencji stron, które takie zachowania emitują. Aby zachowanie mogło się stać komunikatem niewerbalnym, konieczne jest, aby jego nadawca miał intencję, by zachowanie to przenosiło znaczenie. Jeśli takiej intencji nie ma, zachowanie to nie staje się komunikatem niewerbalnym. Nie staje się komunikatem również wtedy, gdy nie ma odbiorcy. Takie rozróżnienie byłoby jednak zbyt proste, by mogło być wystarczające. Występuje tu także (lub może występować) druga strona, która takiemu zachowaniu może przypisać intencję. Oczywiście, tak jak wcześniej, może – ale nie musi. Jeśli jednak przypisze, wówczas to, co dla emitenta zachowania jest tylko zachowaniem, dla odbiorcy tego zachowania staje się komunikatem niewerbalnym. Te elementy mogą się ujawnić dopiero wtedy, gdy pojawią się co najmniej dwie strony tego procesu. A więc gdy będziemy mieli do czynienia z porozumiewaniem się.

Co prawda Domachowski toczył te rozważania w odniesieniu do komunikacji niewerbalnej, ale z łatwością można je przenieść także na grunt komunikacji językowej. Wystarczy wyobrazić sobie kogoś, kto przed lustrem przygotowuje się do wystąpienia publicznego, aktora uczącego się roli na pamięć czy kogoś, kto mówi do siebie na głos lub głośno ze sobą dyskutuje. Gdyby jednak zadano nam pytanie o to, czy mamy tu do czynienia z intencją przypisania znaczenia, to mielibyśmy wątpliwość co do tego, czy ona wystąpiła, czy nie. I nawet gdybyśmy się dowiedzieli, że ktoś te wypowiedzi podsłuchiwał, odpowiedź nie stałaby się łatwiejsza. A gdyby to pytanie dotyczyło nie przypisania intencji, lecz tego, czy było to działanie skuteczne? Jeśli kontynuować wcześniejsze rozumienie skuteczności, to dochodzimy do wniosku, że intencjonalność nie jest czynnikiem, który musi wpłynąć na wnioskowanie o skuteczności. O skuteczności będziemy wnioskowali na podstawie tego, czy oczekiwania nadawcy pokryją się z zachowaniami odbiorcy, a niekoniecznie na podstawie tego, jaką intencją obdarzył odbiorca swoje zachowanie (to samo dotyczy nadawcy). Oznacza to, że o skuteczności możemy mówić jedynie, gdy komunikuje się ze sobą co najmniej dwóch partnerów. A więc kiedy mamy do czynienia z procesem porozumiewania się, a nie tylko komunikowania. Nie oznacza to, że nieintencjonalne zachowania komunikacyjne nie wpływają na działania innych. Nie jesteśmy tylko w stanie stwierdzić, czy są to zmiany skuteczne. Nie możemy się wypowiadać

o skuteczności dopóty, dopóki nie poznamy intencji nadawcy, a te intencje nie uzyskają postaci, które da się porównać z zachowaniami odbiorcy. Taką analizę daje się zrealizować w ramach każdego z omawianych modeli komunikowania się.

Wynika z tego, że jeśli chcemy się wypowiedzieć na temat skuteczności komunikowania się, to musi ono być intencjonalne i musimy dysponować możliwością stwierdzenia, czy skutki tego oddziaływania były zgodne z tą intencją. Samo komunikowanie nie wystarczy. Dopiero porozumiewanie się umożliwia wnioskowanie o intencjonalności.

Czy takie same wnioski dotyczą efektywności porozumiewania się? I tak, i nie. W przypadku skuteczności jesteśmy zainteresowani skutkiem intencjonalnego zachowania komunikacyjnego. W zdecydowanej większości wystarczy pomiar tej skuteczności na poziomie zero-jedynkowym. W przypadku efektywności jesteśmy zainteresowani tym, które elementy zachowań komunikacyjnych i w jakim zakresie przyczyniły się do uzyskania owego skutku. Aby próbować ustalić, czy jakiś element zachowań komunikacyjnych w większym lub mniejszym stopniu przyczynił się do owej skuteczności, trzeba najpierw stwierdzić, że wystąpił pożądaný skutek, a więc że działanie komunikacyjne było skuteczne. Stąd koncentracja na skuteczności preferuje modele liniowe jako podstawę analizy. Koncentracja na efektywności zwraca uwagę na modele zawierające sprzężenie zwrotne – ponieważ to, co jest nazywane sprzężeniem zwrotnym, może dotyczyć nie tylko poszczególnych kanałów przesyłania informacji, ale i różnych postaci komunikatów. Korzystając z tego samego teoretycznego ujęcia, badacz może sobie wybrać, wpływ którego z komunikatów na osiągnięty skutek porozumiewania się będzie mierzył. Istotne jest tylko to, by dysponował co najmniej miarą porządkową, dzięki której oszacuje stopień przyczynienia się do skutecznego działania komunikacyjnego. Jeśli, przykładowo, chcielibyśmy oszacować, w jakim stopniu „umiejętność komunikowania się” wpływa na sukces komunikacji, musimy dysponować miarami owej „umiejętności”. Jeśli natomiast chcemy określić, który z procesów składających się na proces porozumiewania się przyczynił się (i w jakim stopniu) do określenia procesu porozumiewania się jako skutecznego, musimy posiadać miary o wspólnym dla tych procesów mianowniku. Warto przy tej okazji zauważyć, że wprowadzone do modeli komunikacji „sprzężenie zwrotne” – zwłaszcza w omawianym wcześniej ujęciu Adlera, Rosenfelda i Proctora II (2006) – dodaje do możliwych obszarów porównań jeszcze jeden. Jest nim umiejętność wykorzystania informacji dostarczonej przez sprzężenie zwrotne do modyfikacji własnego przekazu.

## Stała gatunkowa

W tej samej pracy Domachowski (1993) wprowadza pojęcie stałej gatunkowej. Rozwija to szerzej w artykule *Stała gatunkowa i jej związki z indywidualnymi i interakcyjnymi komunikatami niewerbalnymi* (2017). Koncepcja dotyczy możliwości odbierania i przetwarzania informacji przez różne gatunki, dysponujące narządami zmysłów o zróżnicowanych parametrach. Ten wątek można rozszerzyć, wskazując na to, że proponowany nurt myślenia nie ogranicza się wyłącznie do poszczególnych zmysłów, lecz obejmuje także (w przypadku człowieka) zaplecze kulturowe, posiadaną wiedzę, posługiwanie się językiem, konsekwencje procesu socjalizacji i podobne czynniki. Joseph P. Forgas, Kipling D. Williams i Ladd Wheeler (2005: 22) wprowadzają w tym kontekście pojęcie umysłu społecznego, który ich zdaniem ma podkreślać „ściśłą zależność między sferą umysłu a sferą zachowań”.

Pojęcie stałej gatunkowej do pewnego stopnia umożliwia porównywanie zwierząt i ludzi, podczas gdy pojęcie umysłu społecznego znajduje zastosowanie wyłącznie w odniesieniu do ludzi. Oba podejścia jednak pozwalają wnosić, że różne gatunki, różne społeczności i poszczególne jednostki mają zróżnicowany dostęp nie tylko do możliwości odbioru informacji, ale także nadawania znaczeń informacji odbieranej. O ile odbiór informacji byłby silniej związany z narządami zmysłów, o tyle „umysł społeczny” wykazuje przede wszystkim związek z nadawaniem znaczeń. To w tych obszarach wydają się najsilniej tkwić elementy ułatwiające porównywanie efektywności komunikowania się.

Podkreślano wcześniej, że o skuteczności zachowań komunikacyjnych wnioskujemy, gdy dostrzeżemy, że intencje nadawcy doprowadziły do wystąpienia u odbiorcy skutków, które były odzwierciedleniem intencji nadawcy. I znowu, tak jak w poprzednim podrozdziale, o skuteczności nie daje się wnioskować, gdy emitowana informacja nie znajduje swojego odbiorcy. Nie znajduje swojego odbiorcy zarówno informacja, która jest nadawana w toku wyłącznie „komunikowania” (w komunikacji niewerbalnej bardzo wyraziście mamy wówczas do czynienia z „zachowaniem”), ale i wówczas, gdy nie może zostać odebrana mimo obecności drugiej strony. Bardzo łatwo takie przykłady znaleźć, porównując ludzkie i zwierzęce zmysły. To na tym były m.in. oparte sukcesy konia Hansa w latach 30. ubiegłego wieku. Koń ten wraz ze swoim opiekunem występował na pokazach

jako „koń, który umie liczyć”. Tak naprawdę liczył opiekun, a koń stukał kopytem i przestawał to robić, gdy dochodził do liczby, którą wyliczył opiekun. W zachowaniu opiekuna pojawiały się wówczas sygnały (nieważne, zamierzone czy niezamierzone), które kazały koniowi zaprzestać stukania. Istotne było to, że sygnały te (swoimi zmysłami) dostrzegał koń, lecz dla narządów zmysłów widzów były one niedostrzegalne. Możemy tu zaobserwować sytuację komunikowania (porozumiewania) się. Intencja opiekuna konia mogła być dwójaka. Po pierwsze, przekazać zwierzęciu komunikat, który skłoni je do zaprzestania uderzania kopytem w taki sposób, by nie dostrzegł tego widzowie. Po drugie natomiast, przekonać widzów, że mają do czynienia z koniem, który umie liczyć. W obu przypadkach zachowanie komunikacyjne było skuteczne i możemy to zobrazować zarówno w modelu liniowym, jak i cyrkulacyjnym. Podobnie, korzystając z danych dotyczących sprawności wzroku u człowieka (por. Domachowski, 1993), trudno oczekiwać, by uchylenie kapelusza jako komunikowanie powitania było dostrzeżone przez partnera z odległości większej niż 30–40 metrów. W tym przypadku nie możemy się wypowiedzieć, czy zachowanie komunikacyjne było skuteczne. Nie dlatego, że intencja komunikującego nie była znana, nie dlatego, że nie dało się poznać zachowania odbiorcy itd. Działanie nie było skuteczne, albowiem komunikujący nie uwzględnił tego, czy odbiorca mógł jego komunikat odebrać. O skuteczności takiego zachowania komunikacyjnego nie możemy się w tej sytuacji wypowiedzieć, mimo że mamy do czynienia z intencją porozumiewania się. Co nie znaczy, że nadawca komunikatu nie może przypisywać odpowiedniemu zachowaniu odbiorcy (w przypadku braku odwzajemnienia jego gestu) np. niegrzeczności, złego wychowania lub zamiaru uczynienia afrontu. Tym bardziej nie możemy się wypowiadać o efektywności tego procesu poza jednym elementem: kompetencji komunikacyjnej, która wymaga uwzględnienia możliwości ludzkiego wzroku. Natomiast gdyby ta odległość mieściła się w granicach sprawności ludzkiego wzroku i nastąpiło odwzajemnienie powitania, wówczas moglibyśmy podjąć się określenia czynników, które zapewniają temu skutecznemu działaniu większą lub mniejszą efektywność. Brak skuteczności działania komunikacyjnego powoduje, że próby zmierzające do określenia efektywności wydają się tracić rację bytu. W odpowiednim równaniu brakuje elementu odpowiadającego za wyznaczenie obszaru, ze względu na który dokonuje się porównań. Nie tylko porównań dotyczących sprawności ludzkich zmysłów, które można potraktować jak kanały przekazu informacji (tak jak w koncepcji stałej gatunkowej, gdzie – dodajmy – pozwala się dokonywać wielu pomiarów na poziomie co najmniej skali

interwałowej), również porównywania efektywności „umysłu społecznego”. Pomiary dokonywane w tym obszarze nie powinny być realizowane na poziomie niższym aniżeli porządkowy, rezerwując skalę nominalną dla pomiaru skuteczności.

Ciekawym obszarem ustaleń dotyczących efektywności porozumiewania się jest „szum”, którego istnienie postulują w zasadzie wszystkie modele komunikowania się. Określają tym terminem czynniki, które w toku porozumiewania się utrudniają odbiór komunikatów i tym samym mogą doprowadzać do braku skuteczności przekazu. Punktem wyjścia badań nad efektywnością porozumiewania się może się więc stać np. odporność na szum – szum, który może wystąpić zarówno na poziomie narządów zmysłów, jak i na poziomie „umysłu społecznego”. Z drugiej jednak strony warto pamiętać, że czynniki składające się na szum mogą doprowadzać do braku skuteczności zachowań komunikacyjnych, uniemożliwiając w ten sposób pomiary ich efektywności – czynniki, które bez obecności odpowiadającego im szumu mogłyby stać się podstawą określania efektywności. Gdy jednak dostatecznie skuteczny szum się pojawia, może doprowadzić do braku skuteczności porozumiewania się, toteż w takiej sytuacji jakikolwiek pomiar efektywności staje się bezprzedmiotowy.

## Wnioski

Na podstawie przeprowadzonych tu analiz można się skłaniać do sformułowania następujących wniosków. Po pierwsze, podejmując badania nad zachowaniami komunikacyjnymi, trzeba by rozdzielić zagadnienia skuteczności zachowań komunikacyjnych od zagadnień ich efektywności. Są to jednak czynniki ściśle ze sobą powiązane. Po drugie, efektywność zachowań komunikacyjnych zależy zarówno od „stałej gatunkowej”, jak i „umysłu społecznego”. Po trzecie, poszczególne modele porozumiewania się zwracają uwagę na mniejszą lub większą rolę różnych czynników określających efektywność tego procesu, natomiast we wszystkich w taki sam sposób można określać skuteczność porozumiewania się. Po czwarte, ważnym czynnikiem w procesie dociekań powinien być „szum”. Może on spowodować utratę przez zachowania komunikacyjne jakiegokolwiek skuteczności, czyniąc ustalenia dotyczące efektywności bezpodstawnymi. I wreszcie, po piąte, podstawą wnioskowania o skuteczności komunikowania się jest z jednej strony znajomość intencji nadawcy, a z drugiej strony znajomość konsekwencji zachowania komunikacyjnego.

## Literatura

- Adler, R.B., Rosenfeld, L.B., Proctor II, R.F. (2006). *Relacje interpersonalne*. Poznań: Rebis.
- Chomsky, N. (2015). *Aspects of the Theory of Syntax*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Ciccarelli, S.K., White, J.N. (2014). *Psychology*. Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Dobek-Ostrowska, B. (1999). *Podstawy komunikowania społecznego*. Wrocław: Wydawnictwo Astrum.
- Dobek-Ostrowska, B. (2006). *Komunikowanie polityczne i publiczne*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Domachowski, W. (1993). *Psychologia społeczna komunikacji niewerbalnej*. Toruń: Wydawnictwo Edytor.
- Domachowski, W. (2017). Stała gatunkowa i jej związki z indywidualnymi i interakcyjnymi komunikatami niewerbalnymi. W: W. Domachowski, A. Kucharski (red.), *Granice komunikowana się* (s. 11–24). Szczecin: Volumina.pl Daniel Krzanowski.
- Forgas, J.P., Williams, K.D., Wheeler, L. (2005). *Umysł społeczny*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Grice, P. (1977). Logika i konwersacja. *Przegląd Humanistyczny*, 6, 85–99.
- Griffin, E. (2003). *Podstawy komunikacji społecznej*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Hofstede, G. (2000). *Kultury i organizacje*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Petty, R.E., Cacioppo, J.T. (1980). The elaboration likelihood model of persuasion. W: L. Berkowitz (red.), *Advances in Experimental Social Psychology*, vol. 19 (s. 123–205). New York: Academic Press.
- Petty, R.E., Cacioppo, J.T., Strathman, A.J., Priester, J.R. (2007). Myśleć czy nie myśleć: badając drogi perswazji. W: T.C. Brock, M.C. Green (red.), *Perswazja. Perspektywa psychologiczna* (s. 101–146). Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Pisarek, W. (2008). *Wstęp do nauki o komunikowaniu*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.