

Stanisław Podobiński

Mówienie i pisanie jako kategorie efektywnego bądź nieefektywnego działania

Nadawca tekstu, mówionego bądź pisanego, bo termin tekst rozszerzył tak dalece swe znaczenie, że w skrajnych przypadkach, np. dla semiotyków tekstem jest nawet ulica - zatem tekstu jakiegokolwiek nadawca, używający języka jako kodu, mającego odbiorcę przekonać do głoszonych tez, poglądów, najogólniej, przekonać go do siebie, świadomie lub nieświadomie konstruuje go tak, by cel ten osiągnąć.

Jest oczywiste, że nadawca posiłkować się może, i nierzadko to robi, kodem gestywno-mimicznym, główny jednak punkt ciężkości jego pisania lub mówienia oparty jest na wygenerowanym, czyli wytworzonym i zaprezentowanym, tekście.

Tekst może być konstruowany naprędce, spontanicznie albo też jest uprzednio mniej lub bardziej starannie przygotowany, nadawca z reguły jednak ma odbiorcę widzianego lub wirtualnego, tj. wyobrażanego, potencjalnego, jeśli na przykład jest to odbiorca radiowy, telewizyjny, nieobecny w chwili tworzenia tekstu - "mowy", pisma, dzieła literackiego, naukowego i podobnych.

Odbiorca obecny wpływać może na tworzony tekst zasadniczo - wyrazem twarzy, ruchem rąk, reakcją oczu i podobnie, co znacznie może modyfikować kształt wypowiedzi, może też tę wypowiedź wręcz przerwać.

Odbiorca wyobrażany także wpływ taki ma, jednak nadawca ma go jedynie obecnego w tle, w wyobraźni, liczy się z jego reakcjami, niekiedy nawet na nie czeka, są one bowiem dla niego inspirujące, "podbechtujące go" nawet, jak to niekiedy określają aktorzy.

Istotną jednak rolę w przekazywaniu tekstu odgrywa jego struktura, czyli uformowanie, ustrukturuwanie go właśnie, nie ma przecież dwu tekstów całkiem jednakowych, jak nie ma dwu identycznych odbiorców. Odbiorca może być indywidualny lub zbiorowy, nadawca zaś tak naprawdę jest jeden, nawet jeśli występuje w imieniu zbiorowości czy, wówczas gdy używa formy pluralis maiestatis, znanej nam i z konstytucyjnych wstępów typu: My z Bożej łaski, król polski, książę ruskie, pruskie, et cetera, et cetera. Natomiast po stronie odbiorcy jest możliwa jedna lub wiele percepcji, zależnie od ilości odbiorców, gdy zaś jest to odbiorca zbiorowy, percepcja owa zależna jest od wieku, płci, doświadczeń życiowych i lekturowych, typu wrażliwości, nastroju, zainteresowań uprzednich tymże tematem i wielu innych jeszcze wyznaczników perceptywności. Nadawca wówczas owe wyznaczniki winien uwzględniać, jeśli dotyczy to tekstu oralnego, natomiast jeśli jest to tekst pisany, czyli graficzny, winien odpowiadać innym nieco

wymogom, bowiem stopień konwencjonalności jest tu większy, tyczy zaś i kompozycji tegoż tekstu, i używanego - skonwencjonalizowanego także - słownictwa, którego stopień uoficjalnienia jest zazwyczaj znacznie wyższy.

Tekst pisany winien spełniać także wymóg poprawności ortograficznej i interpunkcyjnej, o ile bowiem wadliwie skonstruowany tekst mówiony istnieje jedynie chwilowo lub momentalnie, a jego ulotność jest wieńca, nad czym boleją radiowcy świadomi bolesnego dla nich faktu, że ich kunszt realizatorski może zaistnieć w eterze jedynie na chwilę, a wszystkiego archiwizować niepodobna, o tyle autorzy tekstów pisanych mogą liczyć na trwałość swego tekstu.

Natomiast dotarcie do odbiorcy w znaczeniu: porwanie go, zainteresowanie a nawet zafrapowanie go jest znacznie trudniejsze i wymaga albo niezwyklej charyzmy mówiącego czy mówcy, albo niezwyklego także daru słowa, orzężonego niekiedy z zastosowaniem chwytów retorycznych, tj. powtórzeń, pytań retorycznych, stawiania tez i obalania ich w efektowny sposób, w sposób nierzadko demagogiczny, jeśli go dokładniej zanalizować, odbiorca przeciętny jednak tego zwykle nie robi, ulegając bezwiednie elokwencji i "natchnieniu" mówiącego. Niekiedy jest to czcza grandilokwencja, popis będący efektem znajomości zachowań zbiorowych pod wpływem określonego tekstu.

Gremia o statusie inteligentkim bardziej podatne są na argumentację mającą polor intelektualny, na zdroworozsądkowość w argumentacji, na wyszukiwanie analogii w historii odległej i na odwoływanie się do - rzeczywistej lub założonej - erudycji odbiorców, bądź też do historii najnowszej w krajach ościennych, zwłaszcza zachodnich - to Polaków porywa, "bierze", jak się to potocznie określa.

Do odbiorcy mniej wykształconego - czy niewykształconego - skuteczniejsze okazują się teksty apelujące do jego emocji, do jego doświadczeń, do jego rodzinnych odniesień, do tradycji jego wioski lub miasta, jego narodu, do grupy narodów, np. do jego "europejskości" i podobnie.

To zazwyczaj jest apel do zbiorowych uwikłań, do pewnych powiązań, jakie ma z innymi, a które go do czegoś zobowiązują.

Niewątpliwie wspólna sprawa, wspólny cel do osiągnięcia, np. podwyżka płac, urzeczywistnianie innych dążeń czy roszczeń dają mówiącemu w imieniu innych więcej siły, w tym i siły przekonywania, jeśli zaś występuje w imieniu innych, znajduje więcej metod perswazji.

Perswazja bowiem, czyli przekonanie werbalne kogoś - indywidualnego lub zbiorowego - jest realizacją istotnej funkcji języka, czyli właśnie funkcji perswazyjnej (główniej obok: poznawczej, komunikatywnej i estetycznej - funkcji języka). Perswazję wzmacniają lub, oczywiście, osłabiają, **czynniki prozodyczne**: intonacja, zawieszenie głosu i inne tegoż rodzaju. Badania wykazują, że elementy homiletyki, jak i erytyki, a więc nauki o przekonującym i porywającym mówieniu oraz o prowadzeniu sporów - jeśli są obecne nazbyt widocznie w tekście mówionym, przynoszą skutek odwrotny od zamierzonego. Sugerują bowiem upozowanie mowy, nasycenie jej elementami nie-szczerowości, jak to postrzegają badani.

By więc być skutecznym, należy to robić z wyzyskaniem wiedzy o sztuce przemawiania czy pouczania - kazać, w staropolskim swym pierwszym znaczeniu, znaczyć: mówić pouczająco, (ale) porywająco, dydaktyzująco, lecz z wyzyskaniem technik prze-

mawiania - z rozplanowaniem toku wywodu, wnioskami praktycznymi i, co nie jest bez znaczenia, w oparciu o własne doświadczenia mówiącego, te jednak często, zwłaszcza jeżeli są połączone z istotnymi doświadczeniami mówiącego, przekonują najszybciej.

W języku pisanym skuteczność osiąga się podobnie, lecz z pewnymi odmiennościami, wynikłymi z innej struktury tekstu pisanego.

Tu odpowiednie rozmieszczenie tekstu w obrębie całości tekstu na stronie, odpowiednich akapitów zaznaczających odrębności myślowe, właściwe tzw. światła, dające efekt estetyczny i ułatwiające percepcję wzrokową, mają istotny wpływ na postrzeganie tekstu pisanego jako atrakcyjnego lub nie, zatem skutecznego lub nie.

Także sposób konstruowania myśli, budowy wywodów, a w beletrystyce zwłaszcza - w prozie i dramacie - budowa dialogów, determinują odbiór tekstu. Dobór słownictwa - zharmonizowanego z tematem, trzymanie się ram konwencji tekstu zależnie od tego, czy to tekst naukowy, publicystyczny, artystyczny czy potoczny - jest tu ogromnie ważny. Także użycie wielkich liter - ze względów szacunkowych, prestiżowych, zwłaszcza w korespondencji prywatnej - jest tu istotne; pisanie zaimków wielką literą jest tu nieodzowne.

Zanika co prawda epistolografia, czyli sztuka pisania listów, wyparta przez faksy, łącza komputerowe, telefony i kartki pocztowe, tym więcej więc cenimy wysiłek, jaki ktoś wkłada w ręczne skreślenie pięknie położonym piórem tekstu do nas.

Tekst pisany - tyczy to także szyldów, ogłoszeń w prasie i podobnych - winien być, co oczywiste, napisany bezbłędnie językowo. Jakiegokolwiek uchybienia w tym względzie podważają zaufanie do instytucji lub osoby, których teksty te dotyczą.

Ogłoszenia w prasie - jest interesujące lecz i bolesne, że ogłoszenia w czasopismach są najbardziej poczytnymi kolumnami naszych pism, jak wykazują sondaże - wymagają też szczególnej pieczołowitości, wręcz akrybii w ich redagowaniu. Niektórym czytelnikom tychże ogłoszeń najpewniej nie przeszkadza fakt, że niejednokrotnie napisane są błędnie, np. *Przyjmę studentkę na pokój. Młody rencista*¹. Lub też: *Atrakcyjne ex-modelki całodobowo. Czy: ADA DUŻO ROBI MAŁO GADA; SUPER ATRAKCYJNE DZIEWCZYNY ZAPRASZAJĄ, ABY ZOSTAĆ NIEWOLNIKIEM ZADZWOŃ; FULL-MASAŻ !!!*, także: *FULL MASAŻ, SEXMASAŻE PANIOM* czy: *SEX SPECJALISTKI, SPRAGNIONE ESXU (! S.P.)* konsekwentnie, na domysł odbiorcy - klienta, z niby-niezamierzoną pomyłką. Błędy ortograficzne, widać, ofertodawców nie zrażają.

Takie ogłoszenia mówią wiele o osobie dającej je, trudno jednak wykluczyć bez - ogromnie trudnych badań w tej mierze - czy nie są to błędy zamierzone, celowe, by pozyskać klienta - przekonanego, że usługa będzie tańsza lub że ofertodawca jest fachmanem, ale tylko w swojej, nigdy w humanistycznej, dziedzinie czy "branży" jak się to niekiedy określa, co jest językową socjotechnicznością, "socjo-lingwo-technika".

Panie w Biurach Ogłoszeń naszych lokalnych gazet wspominają, że choć nie jest to ich obowiązkiem, niekiedy dokonują korekt w ogłoszeniach z błędami, co jedni przyjmują z wdzięcznością, inni ze wstydem, inni zaś z oburzeniem, właśnie w wymie-

¹ Wszystkie cytaty pochodzą z Życia Warszawy z rubryki: **Towarzystwie**, w kolumnie: **Ogłoszenia drobne**. Niestosowanie znaków interpunkcyjnych oraz błędy językowe wynikać mogą, trudne to do docieczenia, ze skąpstwa, z ignorancji, z zamysłu zwrócenia uwagi wedle mechanizmu tu opisanego.

nionych przed chwilą powodów - mówią wprost, że chcą, by to wyglądało "po ludzku", jak to określają, bo wówczas **normalny człowiek prędzej to kupi**, a niektóre oferty kierowane są właśnie do tzw. normalnych ludzi.

Generalnie, mówiąc lub pisząc winniśmy ustalić, jaki jest nasz status w stosunku do odbiorcy, czyli z jakiej to robimy pozycji. Następnie *kim jest odbiorca i jakie on ma oczekiwania. Dalej, o czym chcemy mówić*. No - i rzecz **zasadnicza - po co?** Kształt estetyczny istotny również ogromnie. Wzgląd na te czynniki mieć musimy zawsze wówczas, ilekroć chcemy coś mówić lub pisać skutecznie, co z całą pewnością wpływa na jakość naszego życia.

Bibliografia

Brzeziński J., Psychologia stosowana czy stosowanie psychologii - związek teorii z praktyką (na przykładzie związków psychologii z praktyką edukacyjną), w: K. Doktor, E. Hajduk (red.), Humanizm - Prakseologia - Pedagogika, Wrocław 1988.

Derbis R., Skala do badania poczucia odpowiedzialności, Częstochowa 1993.

Kmita J., Szkice z teorii poznania naukowego, Warszawa 1976.

Konarzewski K., Podstawy teorii oddziaływań wychowawczych, Warszawa 1983.

Kotowa B., O wartościowaniu w badaniach nad kulturą, w: O kulturze i jej badaniu. Studia z filozofii kultury, Warszawa 1985.

Mysłakowski Z., Kształcenie i doświadczenie, Warszawa 1961.

Nowak L., Wstęp do idealizacyjnej teorii nauki, Warszawa 1977.

Podobiński S. (wraz z A. Jakubczak), Język mówiony mieszkańców Częstochowy, Ziemia Częstochowska, T. XVII, Częstochowa 19.

Preyner M., Status tekstów uznawanych za językoznawcze, w: Językoznawstwo - synchroniczne i diachroniczne. Tom poświęcony pamięci Adama Weinsberga. Red. J. Sambor, J. Linde-Usiekiewicz, R. Huszcza, Warszawa, s. 235-245.

Zamiara K., Kompetencja jako wiedza, w: Kultura artystyczna a kompetencje kulturowe, Warszawa 1989.

Stanisław Podobiński

Effectiveness or ineffectiveness of language usage and their influence on one's quality of life

Summary

Among numerous functions of language, there is - a very important one - persuasive function. It is expressed in exerting influence - through language usage - on language behaviour of other people and the attitude of other people towards us and/or other people in the pre-assumed way.

If a speaker is able to evoke such behaviour of other people that it is in agreement with the generally accepted, preferred and highly esteemed system of values, e.g. beauty, kindness, truth, freedom, justice, legality, respect for the old, willingness to help the suffering and solidarity with the oppressed, respect for tradition

and the like, then the usage of language helps to create the world of humanistic values that favour happiness and dignity in human life.

Otherwise, language usage is of manipulative character, often used for wicked purposes, and the effectiveness of that kind of usage is, in the long range, insignificant.

Teresa Samek

Nowa Analiza Transakcyjna w podnoszeniu jakości życia

Tradycyjna Analiza Transakcyjna obejmuje cztery główne grupy zagadnień:

- I. Struktura osobowości
- II. Analiza transakcji
- III. Gry i narogi psychologiczne
- IV. Analizę skrypty życiowego.

Praktyczna Analiza Transakcyjna prowadzi człowieka do osiągnięcia wglądu w funkcjonowanie i myśli innych ludzi, wewnętrznego "uporządkowania" oraz osiągnięcia wzajemnej autentyczności poprzez zwiększenie samoświadomości. W koncepcji tej transakcja (wymiana) uważana jest za podstawową jednostkę stosunków społecznych. Można śmiało powiedzieć, że wszystkie relacje międzyludzkie są transakcjami. Każda wymiana myśli, uczuć, gestów, dóbr, siły, pomocy dwoma (lub więcej) osobami to transakcja. Także wtedy, gdy człowiek "wchodzi w relacje z samym sobą, a więc: gdy toczy "wewnętrzny dialog", doznaje rozlicznych uczuć, podejmuje decyzje, itp. Dlatego ta koncepcja tak bardzo nadaje się do zastosowania w szerokim zakresie. Ponadto – język Analizy Transakcyjnej jest prosty i zrozumiały dla wszystkich. Warto więc tę teorię uzupełnić tak, by obejmowała wszystkie sfery ludzkiego funkcjonowania, szczególnie, że są już wartościowi prekursorzy, wywodzący się z tradycyjnej Analizy Transakcyjnej a jednak znacznie wychodzący w swej teoretycznej i praktycznej działalności poza jej ramy, jak choćby F.J. Cavalieri czy L. R. Shaw, Simpson itp.

"Jeśli psychologia ma być naprawdę użyteczna i praktyczna, to musi opisywać człowieka jako byt całościowy" – pisze K. Sherwood (1993, s.13). I dalej: "Choć doczeka się już dzisiaj znaczenie emocji, związków międzyludzkich i samoświadomości, to mimo to pomija niewiarygodne zamieszanie. Nadal nie rozumiemy, kim jesteśmy, dlaczego czujemy, myślimy i działamy w ten a nie inny sposób" (j.w., s. 14). Inny autor – K. Wilber mówi natomiast: "Nawet w obrębie szkoły personalnej, różne szkoły psychologiczne bądź terapeutyczne ostro się ze sobą ścierają. W szczególności istnieje, z jednej strony cała szkoła psychologii ego (zarówno psychosocjalizma jak i poznawcza) a z drugiej – "trzecia siła" – psychologia i psychoterapia humanistyczno-egzystencjalna. Im bardziej zagłębiałem się w studia nad nimi, tym bardziej podstawowe znajdowałem różnice, zacząłem się zastanawiać, czy wszystkie te szkoły naprawdę zajmują się tą samą istotą ludzką. Wydawało mi się bardziej prawdopodobne, że świat zaledwie kilka zupełnie różnych gatunków ludzkich, a każda ze szkół wyznaczała reprezentantów jednego gatunku i wokół niego zbudowała teorię. Był człowiek-zabójca, człowiek