

Akt komunikacji językowej

Model według Romana Jacobsona

Składniki aktu komunikacji językowej

kontekst

komunikat

nadawca

.....

odbiorca

kontakt

kod

NADAWCA

nadawca

indywidualny

zbiorowy

pierwotny

wtórny

znany

nieznany

posługujący się prawdziwym
imieniem i nazwiskiem

posługujący się
pseudonimem

- **Nadawca** to osoba wypowiadająca tekst, ale również jego twórca, czyli autor lub redaktor. Kiedy opowiadamy znajomym o naszych przygodach wakacyjnych, jednocześnie tworzymy i przekazujemy wypowiedź.
- Zdarzają się jednak bardzo skomplikowane sytuacje, w których zauważamy „rozwarstwienie” nadawcy. Na przykład nadawcami wiadomości składającej się na serwis informacyjny emitowany w telewizji są:
 - prezenter odczytujący tekst,
 - dziennikarz tworzący informację,
 - redaktor korygujący tekst pod względem językowym,
 - agencja informacyjna udostępniająca wiadomość,
- w końcu możemy też mówić o nadawcy instytucjonalnym, czyli kanale telewizyjnym, który nadał ten serwis informacyjny.

ODBIORCA

odbiorca

indywidualny

zbiorowy (w tym masowy)

zamierzony

niezamierzony

- **Odbiorca** to osoba (odbiorca indywidualny) lub grupa osób (odbiorca zbiorowy), które odbierają komunikat przekazywany przez nadawcę. Jeśli odbiorca jest zamierzony nazywamy go **adresatem**. Pojęcie adresata jest zatem węższe od pojęcia odbiorcy. Czasami jednak wypowiedź trafia do osób, dla których nie jest przeznaczona. Z taką sytuacją mamy do czynienia np. w przypadku podsłuchu.
- Cechy odbiorcy, a także liczebność grupy, na którą składają się odbiorcy, przesądzają o formie komunikatu. Tę samą treść inaczej wyrazimy w stosunku do nauczyciela, rodzica, kolegi, a inaczej, gdy kierujemy ją do kilkusetosobowego grona audytorium wykładu lub wielomilionowej widowni telewizyjnej. Umiejętność dostosowania formy komunikatu do odbiorcy jest niezbędna w komunikacji, a brak kompetencji w tym zakresie staje się przyczyną błędów stylistycznych i rozmaitych nieporozumień.
- Nadawca i odbiorca mogą wymieniać się swoimi rolami, co obserwujemy np. w rozmowie, czyli w sytuacji dialogu. Taki charakter coraz częściej ma też komunikacja medialna, zwłaszcza internetowa, co przejawia się m.in. w tym, że odbiorca jakiegoś tekstu może go skomentować: w ten sposób przyjmie rolę nadawcy.

KONTAKT, KOMUNIKAT, KOD, KONTEKST

- Aby komunikacja była udana, między nadawcą a odbiorcą musi wytworzyć się **kontakt pośredni lub bezpośredni**, **ale zawsze musi mieć charakter** psychiczny, co oznacza, że obaj muszą mieć wolę współdziałania. W przypadku kontaktu bezpośredniego ważne jest też, by w komunikacji mówionej nadawca nawiązał i utrzymywał z odbiorcą kontakt fizyczny, czyli wzrokowy lub słuchowy. Niedopuszczalne jest, by mówiący przez całą swoją wypowiedź patrzył w podłogę, w sufit lub w dal. Komunikacja nie będzie też udana, gdy odbiorca np. pod wpływem czynników zewnętrznych, takich jak hałas lub ciemność, nie będzie mógł usłyszeć lub odczytać treści przekazywanej przez nadawcę.
- **Komunikat** to treść przekazywana odbiorcy przez nadawcę. Komunikat musi być o czymś, czyli ważne jest, by miał odniesienie do jakiejś rzeczywistości: by był osadzony w **kontekście**. Wypowiedź musi się przecież odnosić do pojęć i wartości wspólnych nadawcy i odbiorcy, musi być osadzona w określonym miejscu i czasie, a więc w konkretnej sytuacji komunikacyjnej. Dzięki temu część informacji można pominąć, ponieważ sugeruje je sytuacja. Warto dodać, że komunikat jest przekazywany przez nadawcę do odbiorcy **kanałem** komunikacyjnym: wzrokowym (np. artykuły zamieszczone w prasie, publikacje książkowe, komunikacja przy użyciu języka migowego), słuchowym (audycje radiowe), wzrokowo-słuchowym (np. program telewizyjny, rozmowa z sugestywną gestykulacją), oraz dotykowym (alfabet Braille'a).
- Każdy komunikat musi być sformułowany w jakimś języku, a więc jego tworzywem jest konkretny **kod**. Wyróżniamy kody werbalne, czyli językowe (ich podstawą są słowa), oraz kody pozawerbalne, wśród których najważniejsze to:
 - gesty, położenie i ruchy naszego ciała,
 - ton głosu, jego siła, intonacja,
 - kod graficzny, na który składają się emotikony, charakter pisma, rodzaj i wielkość zastosowanej czcionki.

Ćwiczenia

- W opisanych sytuacjach nadawca nie dostosował komunikatu do właściwości odbiorcy. Wskaż błędy i niestosowności w wypowiedziach, a następnie tak zredaguj tekst, by uwzględnić cechy odbiorcy, ale nie zmienić sensu komunikatu. Omów wszystkie składniki komunikatów.
- **a)** Dziadek do sześciolatniego wnuczka: „Drogi młodzieńcze, zważywszy na twoją niekompetencję w zakresie zasad savoir-vivre'u, będę musiał zastosować wobec ciebie daleko idące sankcje”.
- **b)** Para narzeczonych do pracownicy urzędu stanu cywilnego: „My się chcieliśmy hajtnąć i chcemy zapytać, jakie papiery musimy złożyć. I jeszcze jedno: czy da się ten ślub załatwić na przyszły miesiąc? No bo wie pani, nam się nie chce dłużej czekać”.
- **c)** E-mail uczennicy skierowany do nauczyciela: „Drogi Panie Profesorze, czy mogę się z Panem umówić na poprawę sprawdzianu, który nie poszedł mi w zeszłym tygodniu? Teraz na pewno zabłysnę i będzie Pan ze mnie szalenie dumny :). Gorąco pozdrawiam Natałka z IC”.