

# To, co skryte między słowami



**AGNIESZKA PISKORSKA**

Instytut Anglistyki  
Uniwersytet Warszawski  
a.piskorska@uw.edu.pl

Dr nauk humanistycznych Agnieszka Piskorska jest adiunktem Instytutu Anglistyki UW. Jej zainteresowania to teoria komunikacji i przekładoznawstwo powiązane z wiedzą na temat poznania i psychologii emocji.

**To, co mówimy, ma nie tylko dosłowne znaczenie – zawiera też wiele innych treści. A odbiorca naszych wypowiedzi czerpie z nich dodatkowe korzyści**

Komunikacja poprzez język naturalny, taki jak polski czy angielski, niesie za sobą ryzyko nieporozumienia, gdyż poza treścią przekazaną słowami wysyłamy też pewne komunikaty pomiędzy nimi. Przyjrzyjmy się choćby takiej sytuacji: Piotr pyta Marię, czy obejrzałyby jeszcze raz film „Zakochani w Rzymie”, ona odpowiada „Uwielbiam Roberto Benigniego”. Pytanie Piotra przekazuje propozycję obejrzenia filmu, a odpowiedź ma być rozumiana jako przyjęcie tej propozycji. O ile nie jest potrzebna dokładna znajomość sytuacji w celu właściwego zrozumienia pytania Piotra, to już aby odczytać intencję stojącą za odpowiedzią Marii, trzeba wiedzieć, że Benigni jest aktorem występującym w „Zakochanych w Rzymie”.

Można teraz zadać pytanie, czy oprócz tej wiedzy dostępnej obojgu uczestnikom rozmowy coś jeszcze jest potrzebne do osiągnięcia wzajemnego zrozumienia? Może się wydawać, że jeśli tylko Piotr pamięta, że Benigni występuje w „Zakochanych w Rzymie”, to odpowiedź Marii automatycznie objawi mu się jako przyjęcie jego propozycji. Zauważmy jednak, że możliwe jest wyciągnięcie przez Piotra innego wniosku, np. że Maria, zamiast oglądać drugi raz film, w którym Benigni gra rolę drugoplanową, wolałaby obejrzeć inny, ze swoim ulubionym aktorem w roli głównej. Musi więc istnieć, oparty na ogólnych zasadach, mechanizm interpretacji wypowiedzi, nakierowujący

odbiorcę na zrozumienie właściwej intencji mówiącego, która bywa przekazana jako implikatura, czyli właśnie rodzaj wniosku wynikającego z połączenia wypowiedzenia i jego kontekstu.

## Benigni, czyli „tak”

Według Teorii Relewanacji (TR) takim uniwersalnym mechanizmem rządzącym interpretacją wypowiedzi jest Zasada Relewanacji. Sprowadza się do tego, że przetwarzamy informacje tak, aby uzyskać jak największe korzyści poznawcze przy jak najniższym wysiłku umysłu. Należy dodać, że „korzyści” i „wysiłek” rozumiemy jako parametry pracy ludzkiego mózgu, a nie świadome decyzje jego posiadacza. Korzyścią będzie np. zwiększenie wiedzy o świecie lub wyeliminowanie fałszywych informacji. Wysiłek natomiast związany jest najczęściej z dostępnością kontekstu do przetwarzania informacji – im łatwiej wydobyć z pamięci informację, która może przyczynić się do relewanacji wypowiedzenia, tym jest on mniejszy. Jako uczestnicy procesu Relewanacji nie musimy znać Zasady Relewanacji, aby jej przestrzegać. Co więcej, nie jesteśmy w stanie jej nie przestrzegać, ponieważ stosuje się ona automatycznie do przetwarzania każdego bodźca komunikacyjnego.

Wracając do naszego przykładu – możemy teraz wyjaśnić, dlaczego odpowiedź Marii jest przez Piotra rozumiana jako przyjęcie propozycji obejrzenia filmu. Najłatwiej dla niego dostępnym kontekstem dla zrozumienia wypowiedzi „Uwielbiam Roberto Benigniego” jest jego wcześniejsze pytanie o chęć obejrzenia „Zakochanych w Rzymie”. Kiedy pada nazwisko aktora, informacja, że gra on w tym filmie, zostaje odświeżona w pamięci Piotra i staje się dla niego łatwo dostępna. Widać więc, że wysiłek związany z tą linią interpretacji jest niewielki, natomiast korzyść znaczna – Piotr uzyskuje odpowiedź na swoje pytanie. Alternatywna interpretacja zawierająca implikaturę, że Maria chce obejrzeć którykolwiek obraz z Benignim wymagałaby o wiele więk-



szego wysiłku – Piotr musiałby przypomnieć sobie inne filmy z Benignim, o których być może słyszał, ale informacje o nich nie są tak łatwo dostępne w jego pamięci. Również korzyść poznawcza z takiej interpretacji byłaby niewielka – Piotr nie uzyskałby konkretnej informacji, jaki film chce obejrzeć Marysia.

Teoria Relewanacji wyjaśnia też, dlaczego zamiast odpowiedzieć na pytanie „tak” lub „nie”, wykorzystujemy implikaturę. Pozornie odpowiedź taka zwiększa wysiłek przetwarzania, jednak towarzyszą temu dodatkowe korzyści poznawcze. W rozważanym przypadku Maria nie tylko przyjmuje propozycję Piotra, ale dodatkowo utwierdza go w przekonaniu, że uwielbia włoskiego aktora oraz że sympatia do niego jest pretekstem do obejrzenia filmu po raz drugi.

### **Radość w luźno rozumianej Warszawie**

Czy Zasada Relewanacji kieruje interpretacją wypowiedzi wyłącznie na poziomie implikatur? Byłoby tak, gdyby wszystkie inne treści komunikowane przez mówiącego były dokładnie przekazywane poprzez środki językowe, czyli znaczenie poszczególnych słów w połączeniu ze składnią, strukturą informacji i intonacją. Jednak TR mówi, że jest to raczej wyjątek niż reguła. W wielu przypadkach pojęcia, jakie pojawiają się w umyśle ludzkim w danej sytu-

cji komunikacyjnej, są pełniejsze niż znaczenie słów użytych do ich przekazania. Zilustrujmy to kolejnym przykładem: po otrzymaniu pozytywnej recenzji swojego artykułu Piotr mówi „Cieszę się”. W tej sytuacji myśl Piotra, którą chce zakomunikować, odpowiada dość precyzyjnie określonego rodzaju radości – nazwijmy ją zadowoleniem z dobrze wykonanej pracy. Z pewnością Piotr cieszyłby się inaczej z wygranej w Totolotka lub na wiadomość, że zostanie ojcem. W każdym z tych przypadków mógłby jednak użyć tego samego czasownika do opisu swego stanu. Wynika z tego, że sformułowanie „cieszyć się” koduje tylko bardzo ogólną treść pojęcia, które w konkretnej sytuacji może wypełniać się treścią od „skakać ze szczęścia” do „odczuwać chłodną satysfakcję” i taki właśnie precyzyjny komunikat jest odczytywany przez odbiorcę.

W innych przypadkach może być tak, że choć język precyzyjnie koduje pojęcie, mówiący używa słowa w sposób przybliżony. Wyobraźmy sobie, że w rozmowie z nowo poznanym znajomym z Japonii Piotr mówi, że mieszka w Warszawie. Choć Warszawa to nie mgliście określony stan ducha, lecz konkretny obszar, z wytyczonymi administracyjnie granicami, wypowiedź ta w swej dosłownej warstwie również nie odpowiada dokładnie temu, co myśli Piotr. Tak naprawdę mieszka on w podwar-

**Zasada Relewanacji sprowadza się do tego, że przetwarzamy informacje tak, aby uzyskać jak największe korzyści poznawcze przy jak najniższym wysiłku umysłu**

## Teoria Relewancji o komunikacji werbalnej

szawskim Piasecznie, ale mówiąc, że mieszka w Warszawie, nie pragnie przecież wprowadzić odbiorcy w błąd, a wręcz przeciwnie, chce dać mu możliwość odczytania implikatur dotyczących otoczenia, w którym żyje na co dzień. Można więc przyjąć, że Piotr wyraża myśl „Mieszkam w luźno rozumianej Warszawie”, aby odbiorca mógł wywnioskować, że Piotr korzysta z przywilejów mieszkania w stolicy, jednocześnie ponosząc koszty, takie jak stanie w korkach itp. Z podobnymi przypadkami „poluźnienia” dosłownego znaczenia mamy do czynienia również wtedy, gdy mówimy, że kawałek pizzy jest trójkątny (a ma zaokrąglony jeden bok), że w nocy nie ma ruchu na ulicach

plaszcz”. Przyjmijmy, że jej intencją jest zażartowanie z własnej niechęci do najprostszych nawet form krawiectwa. Dążąc do maksymalizacji relewancji, rozmówca Alicji Antoni powinien odczytać jej nastawienie do wypowiedzi jako żartobliwe, co pozwoliłoby mu czerpać korzyści poznawcze w postaci implikatur oraz afektywne, w postaci reakcji humorystycznej i/lub poczucia solidarności z Alicją.

Wzajemne oddziaływanie sfery emocjonalnej i poznawczej w komunikacji stanowi przedmiot zainteresowań autorki niniejszego artykułu. Z jednej strony wiadomo, że przetworzenie informacji w kategoriach poznawczych wywołuje określone emocje odbiorcy, z drugiej jednak warto zauważyć, że emocje mogą być też treścią komunikacji. W dodatku celem wypowiedzi może być nie tylko ich przekazanie, ale także ustalenie, że nadawca i odbiorca dzielą podobne nastawienie emocjonalne do tych samych zjawisk i poglądów.

### Niedookreśloność cechująca język i zawodność Zasady Relewancji uświadamia nam wiele źródeł potencjalnych nieporozumień w komunikacji

(bo przecież kilka pojazdów też stanowi ruch), lub że trzeba zaczekać pięć minut (może się okazać, że cztery i pół).

Z podobnych przykładów wynika, że jeśli odbiorca odtwarza w umyśle te pojęcia, które chciał przekazać mówiący, to z pewnością nie dzieje się tak poprzez proste odekodowanie znaczenia słów. To ostatnie może być bardziej ogólne lub bardziej ściśle niż pojęcia obecne w naszych myślach i może w związku z tym wymagać odpowiedniego zawężenia lub poluźnienia. Takie dostrojenie znaczenia to kolejne zadanie poznawcze podlegające Zasadzie Relewancji, która, jak wiemy, pokieruje dobrem kontekstu i ścieżką interpretacji tak, aby odbiorca uzyskał największe korzyści poznawcze, angażując przy tym minimalny wysiłek.

Implikatury i relacje pomiędzy słowem a pojęciem nie wyczerpują sfery działania Zasady Relewancji w komunikacji. Zauważmy, że nie wszystko, co mówimy, służy przekazaniu odbiorcy naszych przekonań na dany temat. Innymi słowy, istnieją różne rodzaje nastawienia nadawcy do treści komunikatu. Możemy całkowicie wierzyć w to, co mówimy, możemy komunikować coś, co uważamy za prawdopodobne, możemy też ironizować lub żartować na jakiś temat. Kiedy Alicji urywa się guzik od dopiero co nabytego płaszcza, mówi ona: „Ojej, będę musiała kupić nowy

### Gdy telefon milczy

Z powyższych rozważań wynika, że zrozumienie wzajemnych intencji w komunikacji na wiele sposobów wykracza poza odekodowanie znaczenia słów. Komunikacja wykorzystująca ograniczony zestaw środków językowych poddawanych interpretacji przez dobrze funkcjonujący mechanizm kierujący się Zasadą Relewancji jest bardziej efektywna niż komunikacja oparta na precyzyjnym kodowaniu każdej myśli nadawcy i z pewnością jej rozwój przyczynił się do przetrwania gatunku ludzkiego. Z drugiej jednak strony niedookreśloność cechująca język i zawodność Zasady Relewancji, która jest jedynie mechanizmem poznawczym, uświadamia nam wiele źródeł potencjalnych nieporozumień w komunikacji. Alicja do dzisiejszego dnia może się zastanawiać, czy Antoni przestał do niej dzwonić, bo uznał ją za osobę niezaradną i rozrzutną... ■

### Chcesz wiedzieć więcej?

- Sperber D., Wilson D. (1995). *Relevance: Communication and cognition*. Oxford: Blackwell. Wydanie polskie: (2011). *Relewancja: komunikacja i poznanie*. Kraków: Tertium.
- Wałaszewska E., Piskorska A. (Red.) (2012). *Relevance Theory: More than understanding*. Newcastle-upon-Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- Piskorska A. (Red.) (2012). *Relevance Studies in Poland. Essays on language and communication*. Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.