

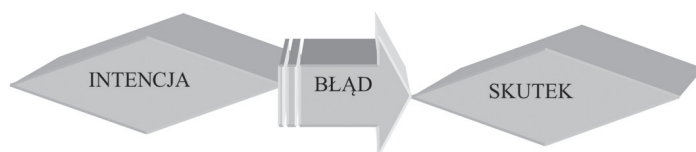
ANNA GRANAT

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej

Intencja, błąd i skuteczność komunikacyjna w przekazie medialnym

An intention, an error and communication effectiveness in a mass-media message

W tytule artykułu zamieściłam obok siebie dwa terminy – intencja i skuteczność – istotne dla przekazu medialnego, a zadaniem, które sobie postawiłam, jest próba zbadania mocy wpływu błędu przekazu na wzajemne zależności jego celu i skutku. Triadę tę umieściłam w takiej kolejności nie bez przyczyny. Komunikacja zakłada nadawcę z jego intencją i odbiorcę, na którego komunikat wpływa z określonym skutkiem, postulatycznie założonym w intencji nadawcy. Z jaką mocą na tę relację może wpłynąć błąd?



Rys. Opracowanie własne.

Aby przyjrzeć się problemowi owych zależności w mediach, zacznę od zarysowania problemu intencjonalności.

Teoria intencjonalności jest teorią przedmiotów świadomości – zajmuje się relacjami między aktami świadomości / lub samymi podmiotami aktów / a przedmiotami tych aktów. Jakkolwiek już w średniowieczu sformułowano zagadnienie intencjonalności, powstanie współczesnej teorii intencjonalności wiąże się z poglądami F. Brentany. Jedną z kluczowych tez jego filozofii mówi, że każdy akt posiada swój przedmiot, jest skierowany na przedmiot. Teza ta stała się punktem wyjścia późniejszych rozważań dotyczących intencjonalności; przejęli ją

w zasadzie bez większych modyfikacji Twardowski, Meinong, Husserl a wraz z tym ostatnim, inni fenomenologowie (Ingarden)¹.

I jeszcze zacytuję słowa Johna Searla:

Lingwistyka jest w pewnej mierze stosowaną nauką o intencjonalności [...]. Przedmiotem jej są te, historycznie zdeterminowane i zawarte w umysłach użytkowników różnych języków naturalnych, treści, które odpowiadają za ludzką kompetencję językową. Podobnie jak w przypadku ekonomii, spoiwem lingwistyki jest ludzka intencjonalność [...]. Czysta i stosowana teoria intencjonalności jest zarówno tym, czego potrzebujemy, jak i tym, co ostatecznie możemy uzyskać, uprawiając nauki społeczne².

Jak widać, zagadnienie intencjonalności należy do pola zainteresowań zarówno filozofów, psychologów, jak i językoznawców. Aby zrealizować cel artykułu, skoncentruję się na rozumieniu intencji przyjętym przez Paula Grice'a i Johna R. Searla, ponieważ ich teorie uważam za znakomicie ilustrujące problem intencjonalności przekazu medialnego, a co za tym idzie także jego skuteczności. Sam zaś przekaz medialny pojmuję jako swoistą interakcję o charakterze konwersacyjnym nadawcy z odbiorcą na poziomie intencjonalnym.

W artykule zatytułowanym „Meaning” [Znaczenie] Grice³ daje następującą analizę [...]. Powiedzieć, że mówiący M ma coś na myśli przez X, to powiedzieć, że intencją, z jaką M wypowiada X, jest wywołanie jakiegoś skutku w słuchającym S dzięki temu, iż rozpozna on tę intencję. [...] Mówiąc, usiłuję przekazać pewne rzeczy mojemu słuchaczowi, dając mu

¹ J. Paśniczek, *Meinongowska wersja logiki klasycznej. Jej związki z filozofią języka, poznania, bytu i fikcji*, [w:] *Realizm. Racjonalność. Relatywizm*, t. 14, Lublin 1988, s. 106. W książce tej na s. 107 w przypisie czytamy: „[...] pod koniec lat sześćdziesiątych a z początkiem siedemdziesiątych głównie dzięki inicjatywie filozofów analitycznych [...] nastąpiło ponowne zainteresowanie się filozofią Meinonga oraz problemami intencjonalności. Pojawiła się nowa, ciekawa interpretacja koncepcji intencjonalności Husserla podana przez Follesdala i wskazująca na pokrewieństwo poglądów fenomenologa z poglądami semantycznymi Fregego (vide D. Follesdall, *Husserl's Notion of Noema*, „Journal of Philosophy”, vol. 66, 1969; D. Follesdall, *An Introduction to Phenomenology for Analytic Philosophers*, [w:] R. E. Olson, A. M. Pahl, *Contemporary Philosophy in Scandinavia*, Baltimore 1972). Wśród filozofów, którzy zajmują się problemami intencjonalności w powiązaniu z zagadnieniami semantycznymi, wymienić można m.in.: G. E. M. Anscombe, R. Aquilę, G. Bealera, R. Chisholma, H. Dreyfusa, D. Follesdala, M. Harney, J. Hintikka, G. Künga, R. McIntyr'a, I. Millera, J. N. Mohanty'ego, A. N. Priora, J. Searle'a, B. Smitha, D. W. Smitha, R. Stalnakera. Badania filozofów zaowocowały niedawno takimi większymi monografiami, jak: Aquila (*Intentionality: A study of Mental Acts*, London 1977), Harney (*Intentionality, Sense, and the Mind*, Hague, Boston, Lancaster 1984), Drefus (*Husserl, Intentionality and Cognitive Science: Recent Studies in Phenomenology*, Cambridge 1982), Miller (*Husserl, Perception, and Temporal Awareness*, Cambridge 1984), Mohanty (*Husserl and Frege*, Bloomington 1982), Searle (*Intentionality. An Essay in Philosophy of Mind*, Cambridge, 1983), Smith, McIntyre (*Husserl and Intentionality. A study of Mind, Meaning, and Language*, Dordrecht 1982).

² J. R. Searle, *Umysł, mózg i nauka*, Warszawa 1995, s. 76.

³ „Philosophical Review”, lipiec 1957, s. 377–378.

do poznania moją intencję przekazania mu właśnie tych rzeczy. Osiągam zamierzony skutek w słuchaczu, dając mu do rozpoznania moją intencję osiągnięcia tego skutku, a z chwilą, gdy słuchacz rozpoznaje, co chce osiągnąć, zostaje to na ogół osiągnięte. Rozumie on, co mówię, z chwilą gdy rozpoznaje, że moją intencją, gdy wypowiadam to, co wypowiadam, jest intencja powiedzenia tej rzeczy⁴.

Dalej Searle wyjaśnił, że:

Wypowiadanie zdania i to, że się je ma na myśli, to sprawa (a) intencji (i-1), by dać słuchającemu do poznania (sprawić, by rozpoznał, by sobie uświadomił), że zachodzą pewne stany rzeczy określone przez pewne reguły, (b) intencji, by dać słuchającemu do poznania (sprawić, by rozpoznał, by sobie uświadomił) te rzeczy za pomocą doprowadzenia go do rozpoznania i-1⁵, oraz (c) intencji, by doprowadzić go do rozpoznania i-1 na mocy jego znajomości reguł dotyczących wypowiadanego zdania⁶.

Przyjęte tu rozumienie intencji zakłada dobór takiego sposobu przekazu komunikatu przez nadawcę, który zagwarantuje umożliwienie odbiorcy odczytanie właściwej intencji, rozpoznanie jej.

Myślę, że truizmem byłoby stawianie pytania o powód konieczności rozpoznania intencji przez odbiorcę. Jest oczywiste, że to właściwe odczytanie ma służyć odniesieniu założonego przez nadawcę skutku na odbiorcy.

Aby konwersacja była skuteczna, muszą zostać spełnione określone warunki. Zbiór praw regulujących zachowania konwersacyjne tworzy łącznie ogólną podstawową zasadę, zwaną zasadą kooperacji⁷: uczyni swój udział konwersacyjny w przewidzianym dla niego momencie takim, jakiego wymaga zaakceptowany cel lub kierunek rozmowy, w którą jesteś zaangażowany.

Ogólną zasadę zachowania konwersacyjnego wspierają cztery maksymy szczegółowe wraz z podmaksymami: 1) Maksyma ilości – uczyni swój udział tak informatywnym, jak to jest wymagane (z punktu widzenia aktualnych celów rozmowy), czyli niech twój wkład w konwersację zawiera tyle informacji, ile potrzeba do aktualnych celów wymiany; nie czyni swego udziału bardziej informatywnym, niż to jest wymagane, czyli niech twój wkład w konwersację nie zawiera więcej informacji niż potrzeba; 2) Maksyma jakości – staraj się czynić swój udział takim, by był zgodny z prawdą, czyli: nie mów tego, co sądzisz, że jest fałszywe;

⁴ J. R. Searle, *Czynności mowy. Rozważania z filozofii języka*, Warszawa 1987, s. 61.

⁵ Czy nie można całkowicie pozbyć się (b)? Nie sądzę. Nie tylko intencją M musi być wytworzenie SD za sprawą tego, że S zna znaczenie zdania, lecz musi też być jego intencją, by S rozpoznał wypowiedzenie zdania jako coś, co wytwarza się z intencją wytworzenia SD. To zaś zakłada intencję, by tak właśnie rozpoznał ową wypowiedź. S, dopóki nie rozpoznaje intencji 1, nie rozumie M. Gdy tylko rozpoznaje intencję 1, rozumie M. Wydaje się zatem, że intencja, by wytworzyć rozumienie, zakłada intencję, by S rozpoznawał intencję 1.

⁶ J. R. Searle, *Czynności mowy. Rozważania z filozofii języka*, Warszawa 1987, s. 67.

⁷ P. Grice, *Logika i konwersacja*, „Przegląd Humanistyczny” 1977, z. 6.

nie mów tego, dla czego nie masz należytego uzasadnienia, wystarczających podstaw; 3) Maksyma odniesienia (stosunku) – mów na temat, czyli niech to, co mówisz, będzie relewantne; 4) Maksyma sposobu – mów zrozumiale (przejrzyście): unikaj niejasności wyrażania; unikaj niejednoznaczności (wieloznaczności); mów zwięźle (unikaj niepotrzebnej rozwlekłości); mów w sposób uporządkowany. Podejście Grice'a uszczegółowiła Robin Lakoff⁸, później zaś Geoffrey Leech⁹ (1983). Lakoff uściśliła to, co ważne dla zjawiska grzeczności, podając dwie reguły – 1) Wyrażaj się jasno; 2) Wyrażaj się grzecznie, a to w jej ujęciu znaczy: nie bądź natrętny; daj możliwość wyboru; bądź przyjazny; stwórz partnerowi przyjazne odczucie. Leech pośród zasad organizacji kontaktu interpersonalnego wymienił reguły: 1) Aprobaty, 2) Skromności, 3) Minimalizacji niezgody, 4) Atrakcyjności treści.

Reguły te wielu badaczy uważa za nieprzystosowalne do tekstów medialnych z różnych względów, jednakże ja chciałabym je wziąć pod uwagę ze względu na specyfikę poddanego analizie przykładu, który można określić jako tekst konwersacyjny w pewnej płaszczyźnie (o czym dalej). Powyższe reguły oczywiście pozostają w sferze postulatywnej, a media je wykorzystują lub nie w sposób świadomy bądź przypadkowy, w zależności od celu, jaki w danym momencie przyświeca inicjatorowi skomplikowanej, wielowymiarowej interakcji z czytelnikiem, słuchaczem, widzom, internautą.

Teraz należałoby odpowiedzieć na pytanie, jakie intencje przyświecają nadawcy. W tym miejscu sytuacja komplikuje się dodatkowo, ponieważ pojęcie „nadawcy medialnego” jest bardzo złożone. Składowymi są wszystkie czynniki decydujące o tym, jaka treść zostanie opublikowana, począwszy od wydawcy (instytucji / przedsiębiorstwa), preferencji właściciela, ogólnych celów instytucji, po decyzje i intencje przyświecające poszczególnym konkretnym osobom decydującym o zakresie i hierarchii zawartości przekazu. Nie będę zatem zgłębiać tego złożonego problemu, ponieważ celem artykułu jest zwrócenie uwagi jedynie na aspekt wpływu błędu na skuteczność realizacji intencji. W związku z tym, dla uproszczenia, przyjmę (nie chcąc jednak mylić lub mieszać tak zupełnie różnych pojęć jak „cel” – ‘to, do czego się dąży’ i „funkcja” – ‘zadanie do spełnienia w celu zrealizowania dążenia’), że globalna intencja przekazu medialnego jest wpisana w jego funkcje. Jakże zatem funkcje przypisuje się mediom? W tej sprawie już Walery Pisarek apelował:

Teoretycznie poprawna i praktycznie użyteczna klasyfikacja funkcji środków masowych powinna:

- rozróżniać funkcje zamierzone od niezamierzonych,
- rozróżniać funkcje pożądane od niepożądanych,

⁸ R. Lakoff, *The logic of politeness; or, minding your P's and Q's*, 1973.

⁹ G. Leech, *Principles of Pragmatics*, 1983.

Rozróżniać funkcje pełnione wobec nadawcy, odbiorcy i szerszej społeczności,
Rozróżniać funkcje wydzielane według kryteriów celu, sposobu, zakresu, obiektu i skutku komunikowania¹⁰ oraz, co – moim zdaniem – jest najważniejsze:
- przestrzegać zasady niemieszania funkcji pośrednich z funkcjami bezpośrednimi¹¹.

Postaram się zatem dokonać swego rodzaju trawestacji funkcji mass mediów, wymienianych przez H. D. Lasswella, Ch. R. Wrighta, P. F. Lazarsfelda i R. K. Mertona oraz D. McQuaila¹², a także B. Dobek-Ostrowską i R. Wiszniowskiego, za B. McNoirem¹³, aby na podstawie zadań wysnuć wnioski i odpowiedzieć na pytanie, jakie intencje przyświecają ich postulatowi realizacji.

FUNKCJE MASS MEDIÓW	INTENCJE MASS MEDIÓW
Według H. D. Lasswella funkcje należy rozpatrywać z punktu widzenia ich wkładu w istnienie i rozwój społeczny	
Obserwacja otoczenia – dostrzeganie ważnych i interesujących zmian w otoczeniu człowieka oraz informowanie o nich	Wpływanie na odbiorców – zmiana ich stanu wiedzy poprzez dostarczenie wyników obserwacji zmian w otoczeniu, dostarczenie informacji
Korelacja reakcji na otoczenie – dostarczanie wzorów skoordynowanych działań służących jednostkom, instytucjom czy społeczeństwu w celu zwalczania zagrożeń czy wykorzystywania szans	Wpływanie na odbiorców – zmiana ich postawy, zachowania w celu poprawy ich bezpieczeństwa i funkcjonowania
Transmisja dziedzictwa – przekazywanie kolejnym pokoleniom najważniejszych elementów dziedzictwa kulturowego dotyczących skutecznego działania (zwłaszcza zwalczania zagrożeń czy wykorzystywania szans) oraz przekazywanie wzorów zachowań (najpełniej określających tożsamość jednostek i zbiorowości) w celach integracyjnych	Wpływanie na odbiorców – zmiana ich postawy, zachowania w celu poprawy ich bezpieczeństwa i poprawy funkcjonowania oraz zintegrowania
Ch. R. Wright rozpatrywał zarówno funkcje mass mediów, jak i ich dysfunkcje, które niosą zagrożenia	

¹⁰ Trufanowa w cytowanej pracy (S. W. Trufanowa, *Свойства и соотношения функций советской прессы*, [w:] *Проблемы теории печати*, Izdatielstwo Moskowskiego Uniwersytetu, red. W. D. Pelt, Moskwa 1973) postuluje uwzględnianie w opisie funkcji jej celu, środków, kierunku i charakteru.

¹¹ W. Pisarek, *O mediach i języku*, Kraków 2007, s. 46.

¹² A. Kozłowska, *Oddziaływanie mass mediów*, Warszawa 2006, s. 74–77, za: M. Mrozowski, *Media masowe. Władza, rozrywka i biznes*, Warszawa 2001, s. 113–116.

¹³ B. Dobek-Ostrowska, R. Wiszniowski, *Teoria komunikowania publicznego i politycznego*, s. 120–121.

Funkcja informacyjna – gromadzenie i rozpowszechnianie informacji o bieżących wydarzeniach wewnątrz społeczeństwa i w jego otoczeniu	Wpływanie na odbiorców – zmiana ich stanu wiedzy poprzez dostarczenie odbiorcom zgromadzonych informacji
Funkcja interpretacyjna – nakłanianie do podejmowania pewnych kroków	Wpływanie na odbiorców – skłonienie ich do działań
Funkcja socjalizacyjna – przekaz wartości i norm społecznych w ramach socjalizacji	Wpływanie na odbiorców – skłonienie ich do działań o charakterze socjalizacyjnym
Dostarczanie rozrywki – relaksacja i redukcja napięć	Wpływanie na odbiorców – skłonienie do poprawy ich stosunku wobec nadawcy przez zapewnianie im komfortu psychicznego, sprawianie przyjemności
Funkcja ekonomiczna (dodana do powyższej typologii przez badaczy mass mediów krajów kapitalistycznych) – dążenie do zysku i kształtowanie popytu na reklamowane produkty (stymulowanie obrotu rynkowego)	Wpływanie na odbiorców – nakłanianie ich do zakupu produktu lub usługi, wykorzystywanie finansowe odbiorców
P. F. Lazarfeld i R. K. Merton ujęli funkcje z punktu widzenia następstw działań mass mediów	
Funkcja nadawania statusu – koncentrowanie uwagi społecznej i nadawanie rangi ważności rozmaitym kwestiom	Wpływanie na odbiorców – utwierdzenie w przeświadczeniu, że media mają moc nadawania rangi – podnoszenie własnej rangi
Funkcja wzmacniania norm społecznych – nagłaśnianie i piętnowanie przypadków zachowań naruszających normy społeczne	Wpływanie na odbiorców – utwierdzenie odbiorców w przekonaniu o misji mediów polegającej na ujawnianiu i piętnowaniu nieprawidłowości – podnoszenie własnej rangi
Narkotyzująca dysfunkcja – postępujące uzależnianie odbiorców od mass mediów powodujące ograniczenie kontaktów międzyludzkich	Wpływanie na odbiorców – uzależnianie ich od siebie – finansowe wykorzystywanie odbiorców
D. McQuail wymienił pięć funkcji	
Informacja – informowanie o zdarzeniach, warunkach w kraju i na świecie; stosunkach związanych ze sprawowaniem władzy oraz ułatwianie innowacji, adaptacji, postępu	Wpływanie na odbiorców – zmiana ich stanu wiedzy poprzez dostarczenie odbiorcom zgromadzonych informacji
Korelacja – wyjaśnianie, interpretowanie zdarzeń i informacji, dostarczanie wsparcia autorytetom i normom, socjalizowanie, koordynowanie działań, ustalanie priorytetów i sygnalizowanie ich statusu	Wpływanie na odbiorców – skłonienie do podjęcia działań zgodnych z sugestiami mediów

Ciągłość – wyrażanie dominującej kultury, rozpoznawanie subkultur i nowych tendencji rozwojowych w kulturze, współtworzenie i podtrzymywanie wspólnoty wartości	Wpływanie na odbiorców – skłonienie do przyjęcia postaw zgodnych z sugestiami mediów
Rozrywka – dostarczanie przyjemności, możliwości odprężenia i oderwania się od rzeczywistości, redukcja napięć społecznych	Wpływanie na odbiorców – skłonienie do poprawy ich stosunku wobec nadawcy przez zapewnianie im komfortu psychicznego, sprawianie przyjemności
Mobilizacja – prowadzenie kampanii na rzecz celów społecznych w rozmaitych sferach	Wpływanie na odbiorców – skłonienie do podjęcia działań i przyjęcia postaw zgodnych z sugestiami mediów
B. Dobek-Ostrowska i R. Wiszniowski, za B. McNoirem wskazali na funkcje mass mediów w społeczeństwie demokratycznym	
Funkcja informacyjna – informowanie o wydarzeniach	Wpływanie na odbiorców – zmiana ich stanu wiedzy poprzez dostarczenie odbiorcom zgromadzonych informacji
Funkcja edukacyjna – tłumaczenie znaczenia oraz wagi wydarzeń i faktów, objaśnianie i analizowanie	Wpływanie na odbiorców – skłonienie do przyjęcia postaw zgodnych z sugestiami mediów
Funkcja reklamowa (ang. <i>Publicity</i>) instytucji rządowych i politycznych – stanie na straży interesów grup społecznych	Wpływanie na odbiorców – skłonienie do przyjęcia postaw zgodnych z sugestiami mediów
Funkcja perswazyjna – obrona politycznych racji i przekonań – kanał artykulacji poglądów i programów politycznych oraz ich transmisji w kierunku masowego odbiorcy	Wpływanie na odbiorców – skłonienie do przyjęcia postaw i podjęcia działań zgodnych z sugestiami mediów

Tabela: Funkcje i intencje mass mediów. Źródło: opracowanie własne na podstawie: A. Kozłowska, *Oddziaływanie mass mediów*, Warszawa 2006, s. 74–77, 105.

Analiza zaprezentowanych funkcji mass mediów skłania do wyciągnięcia wniosku, że zadania stawiane przed środkami masowego przekazu wynikają z głównego ich celu, jakim jest wpływanie na odbiorców. M. Mrozowski¹⁴ wymienił trzy podstawowe płaszczyzny wpływu: płaszczyznę poznawczą, emocjonalną i behawioralną, co pozostaje spójne z wyłonionymi intencjami. W sferach tych mieszczą się intencje:

- posiadania wpływu na zmianę stanu wiedzy odbiorców poprzez dostarczenie im informacji,
- skłonienia do zmiany postaw odbiorców,

¹⁴ M. Mrozowski, *Między manipulacją a poznaniem. Człowiek w świecie mass mediów*, Warszawa 1991, s. 255 i następane.

- skłonienia do działań odbiorców,
- związania odbiorców z nadawcą dzięki zapewnianiu komfortu psychicznego odbiorcom, sprawianiu im przyjemności,
- skłonienia odbiorców do zakupu produktu lub usługi, czyli wykorzystywanie finansowe odbiorców,
- spowodowania podniesienia własnej rangi w oczach odbiorców.

Reasumując, można, przynajmniej na potrzeby niniejszego artykułu, przyjąć, że głównym celem przyświecającym mediom jest wpływanie na odbiorców. Czy zatem i w jakim stopniu błąd w tekście może wpłynąć na skuteczność przekazu? Czy błąd może spowodować, że przekaz nie wpłynie we właściwy sposób na odbiorców?

Aby odpowiedzieć na te pytania, posłużę się tekstami internetowymi, zawierającymi ten sam błąd językowy oraz zamieszczonymi pod nimi dyskusjami internautów. Wybór takiego materiału egzemplifikacyjnego wynika z tego, że tekst internetowy stanowi rodzaj przekazu medialnego, którego skuteczność weryfikują umieszczane pod nim wypowiedzi internautów o charakterze konwersacyjnym. Prawdziwe jest twierdzenie o „osieroceniu tekstu internetowego”:

Zbliżenie do siebie w latach 60. kategorii tekstu i kategorii mowy doprowadziło więc do ponownego pogodzenia sfery tekstualnej i sfery kulturowych wartości, teraz na nowo objętych wspólnymi teoriami interpretacji humanistycznej. Zbliżenie takie rozpatrywane na gruncie badań nad Internetem, przynoszące możliwość traktowania zdarzeń / jednostek komunikacyjnych (językowych) funkcjonujących w Sieci jako teksty i akty mowy jednocześnie, czyni naturalnym zadanie pytania o to, czym różni się status językowych / tekstowych śladów pozostawionych w Sieci od statusu aktów językowych występujących w komunikacji bezpośredniej, twarzą w twarz? Jeśli traktujemy sieciowe akty mowy w ten sposób, że można rozpatrywać je jako teksty [...], adekwatnym wydawałoby się stanowisko zadomowione na gruncie literaturoznawstwa, a mianowicie głoszące, że teksty pisane, (często jednocześnie fikcjonalne), których interpretacja dokonuje się poza naturalnym kontekstem wypowiedziania tu i teraz, określane być mogą za Jonatanem Cullerem jako „teksty osieroczone”, a więc takie, które wykazują odchylenie od „pełnej obecności i normatywnej kontekstualności komunikacji twarzą w twarz”¹⁵.

Mimo to, dzięki temu, że takie teksty można wraz z wypowiedziami czytelników traktować jako swego rodzaju całości treściowe z wpisaną w nie zarówno intencją nadawcy, jak i jej skutkiem, realne staje się potraktowanie ich jako swoistych aktów mowy, których globalną intencją jest wpłynięcie na odbiorcę w sferze poznawczej, emocjonalnej i behawioralnej. Można zatem odnieść do nich przywołaną wcześniej teorię reguł konwersacji. Ze względu na specyfikę przy-

¹⁵ S. Fish, *Z uszanowaniem od Autora...*, [w:] *Interpretacja, retoryka, polityka*, red. A. Szahaj, Kraków 2002, s. 188; M. Kosińska, *O tekstach jako aktach mowy w kontekście relacji między teorią interpretacji a teorią kultury*, [w:] M. Drożdż, I. S. Fiut i in., *Człowiek w świecie mediów*, Kraków–Kielce 2012, s. 110.

wołanych poniżej przykładów skoncentruję się jedynie na maksymie sposobu, a szczegółowiej na kwestii dziennikarskiej sprawności językowej¹⁶.

Oto treść artykułu¹⁷, który ukazał się 29 stycznia 2012 roku na lubelskiej stronie portalu internetowego „Onet”:

Siermiężne mrozy niestraszne morsom
29 sty 12, 11:04

KT

Radio Lublin



Mróz nie straszny jest lubelskim Morsom. Tradycyjnie jak w każdą niedzielę, będą się kąpać w wodach Bystrzycy, tuż przy tamie Zalewu Zemborzyckiego, gdzie nurt rzeki jest wartki i woda cieplejsza od powietrza.



Fot. Jędrzej Wojnar / Agencja Gazeta

Dla lubelskich morsów sezon kąpielowy trwa cały rok. Kąpią się w środy i niedziele o godzinie 12.00. Do klubu należy ponad 40 osób i chętnych przybywa.

Warunkiem pływania w zimnej wodzie jest dobry stan zdrowia -szczególnie zdrowe serce oraz dobry układ krążenia. By zostać morsmem trzeba najpierw brać zimne prysznicze i zimne kąpiele w wannie przez co najmniej 2 tygodnie.

- Zimne kąpiele dają nam wielką satysfakcję i przyjemność. Nie przeziębiamy się - grypa i inne choroby są nam obce. Po wyjściu z wody mamy fantastyczne uczucie-odnosimy wrażenie młodszych i posiadamy mnóstwo energii do życia'- chwalą się lubelskie Morsy na swojej stronie internetowej.

Jak widać, w tytule artykułu pojawił się błąd leksykalny, polegający na zamianie wyrazu „siarczysty”, charakterystycznego dla utartego wyrażenia „siarczysty mróz” na wyraz „siermiężny” o niewłaściwym w tym kontekście znaczeniu metaforyzującym, przy czym przez błąd rozumiem:

¹⁶ Wszystkie cytowane teksty z Internetu są kopiami z oryginału, dlatego nie zostały poddane korekcie językowej.

¹⁷ KT, *Siermiężne mrozy niestraszne morsom*, <http://wiadomosci.onet.pl/regionalne/lublin/siermiezne-mrozy-niestraszne-morsom,1,5011402,wiadomosc.html> [dostęp: 08.04.2013].

Błąd [...] to innowacja funkcjonalnie nieuzasadniona [...]. Ocena funkcjonalnej przydatności innowacji jest możliwa wtedy, kiedy się przyjmie pogląd, że zmiany te mogą się przyczyniać do osiągnięcia przez język stanu optymalnego albo też być zmianami „na gorsze”. Wychodząc z tego założenia, jako innowację funkcjonalnie uzasadnioną ocenimy innowację, która – jeżeli się przyjmie – zbliży język do doskonałości [...]. Język doskonały to taki, który zaspokaja wszystkie potrzeby komunikatywne swoich użytkowników w sposób wymagający od nich najmniejszego wysiłku¹⁸.

Powyższy tekst pojawił się o 11.04 i nie trzeba było czekać długo na reakcje czytelników. Autor artykułu wywołał spore emocje, ale nie tyle samym tematem, co sposobem jego prezentacji. Już o 11.46 pojawił się komentarz następującej treści:

~nemrod : „siermiężne” mrozy? a co to za pseudo-dziennikarz wymyślił takiego potworka językowego? polecam zajrzeć do jakiegokolwiek słownika i najpierw sprawdzić znaczenie słowa „siermiężny”, zanim napisze się takie bzdury
29 sty 12, 11:46 | ocena: 100% | odpowiedzi: 6

Cóż takiego zauważył „nemrod”? Zwrócił uwagę na znaczenie słowa „siermiężny” w związku z wyrazem „mrozy”. Według *Słownika języka polskiego* PWN: „siermiężny: 1. «używany na siermięgi»; 2. «noszący siermięgę»; 3. «prosty, zgrzebny i nieefektywny»; 4. «charakteryzujący się brakiem obycia, gburowatością»; •siermiężnie •siermiężność”¹⁹. Czytelnika wiedzącego, że o dużych mrozach zwykło się mówić „siarczyste”, a nie „siermiężne”, zbulwersował ten *lapsus* i skłonił do krytyki dziennikarza (nazwał go, *notabene* używając błędnego zapisu, „pseudo-dziennikarzem”). „Nemrod” nazwał też „siermiężne mrozy” „potworkiem językowym” i wyraził akt mowy rady, zwracając się bezosobowo do autora tekstu, aby sprawdzał znaczenia słów, których nie zna. W ten sposób „nemrod” zainicjował interakcję, w której wzięło udział sześć osób. Udzieliły mu one internetowych „odpowiedzi”:

Pierwsza z nich stanowi opinię na temat autora „siermiężnych mrozów” (a może także „nemroda”), wyrażoną śmiechem za pomocą emotikonu:

~boo do ~nemrod: Ktoś chciał zabłysnąć znajomością trudnych wyrazów ;)
29 sty 12, 12:42 | ocena: 100%

„fsx” również ze śmiechem, tym razem posługując się żartem, zaopiniował dziennikarza (a może i „Nemroda”):

¹⁸ D. Buttler, H. Kurkowska, H. Satkiewicz, *Kultura języka polskiego*, t. 1, Warszawa 1987, s. 21.

¹⁹ *Słownik języka polskiego* PWN, <http://sjp.pwn.pl/haslo.php?id=2520504> [dostęp 07.04.2013].

~fsx do ~nemrod: jeden facet do drugiego:wiesz nie lubię jak ktoś używa wyrazów, nie znając ich znaczenia, a drugi po namyśle pyta: a masz na to jakieś alibi?

29 sty 12, 12:47 | ocena: 100% | odpowiedzi: 1

Trzecia odpowiedź ma również postać anegdoty dotyczącej nieznamomości znaczeń słów:

~Rozmawiają dwie Panie, małżonki do ~fsx: Rozmawiają dwie Panie, małżonki świeżo upieczonych magistrów:

Czy Pani mąż używa perspektyw?

Nie proszę Pani, mój mąż to plenipotent!

30 sty 12, 09:06 | ocena: 100%

Kolejna wypowiedź ma charakter informacyjno-pouczający. Nawiązuje do wypowiedzi „nemroda”, ale opiniuje tylko sprawność dziennikarską:

~intelekt redaktora okazał się być siermiężny! do ~nemrod: siermiężnysiermiężny ~ni

1. «taki, jak siermiega, używany na siermiegi; prosty, zgrzebny»

Siermiężne płótno.

Siermiężna kapota.

2. «noszący siermięę, ubogi»

Chłop siermiężny.

Lud siermiężny.

3. «charakteryzujący się brakiem obycia, gburowatością; nieokrzesany, gburowaty»

Siermiężne obyczaje.

ALE MROZU SIERMIĘŻNEGO NIE MA. Widocznie to tylko intelekt redaktora okazał się być siermiężny!

30 sty 12, 09:02

Następna wypowiedź jest jedną z nielicznych, które dotyczą treści artykułu. Ma ona charakter emocjonalny i krytykuje media lubelskie, a przy okazji całą Lubelszczyznę:

~bobby do ~nemrod: siermiężne to są ogólnie notki z lubelskiego ludzie k.....wa ,czy w pierdziszewie nic się nie dzieje ??????

30 sty 12, 09:18 | ocena: 100%

Wypowiedź „bobby’ego” podsumował, ale nawiązując „śmiechem przez łyzy” do wątku zainicjowanego przez „nemroda”, jeszcze jeden internauta:

~dfdfdf do ~bobby: Cóż, w tym smutnym jak p***** mieście nawet mrozy są siermiężne....)

30 sty 12, 11:37 | ocena: 100%

Kolejny wątek dotyczący sposobu określenia mrozów rozpoczął „eee”, starając się zawstydić autora tekstu:

~eee. : Żenujący doprawdy jest poziom języka dzisiejszych „dziennikarzy”. „Siarczyste” a nie „siermiężne”, panie dziennikarzu! Błąd na poziomie III klasy szkoły podstawowej. Jak taki ktoś ukończył studia??? WSTYD.

29 sty 12, 13:29 | ocena: 100%

Wypowiedź ta doczekała się dwóch odpowiedzi, które podają w wątpliwość umiejętności autora artykułu, a konkretnie właściwe przygotowanie do zawodu. Wpisy „ja” oraz „musiał skończyć” sugerują, że artykuł napisała osoba, która została dziennikarzem w wyniku subiektywnej selekcji, polegającej na tym, że o przyjęciu do pracy decydują koneksje rodzinne, a nie kompetencje zawodowe:

~ja do ~eee.: A może nie ukończył!

30 sty 12, 07:38

~musiał skończyć? do ~eee.: A gdzie jest powiedziane, że musiał skończyć? Może na dysleksję i pochodzi z „dobrej rodziny”?

30 sty 12, 09:04

Jako następny pojawia się wątek dotyczący próby wyjaśnienia, jak można by rozumieć fragment tytułu artykułu „siermiężne mrozy”:

~wad : prosty, nieokrzesany wręcz gburowaty ten mróz

29 sty 12, 14:32

W wypowiedzi „eviego” znów pojawił się temat błędów dziennikarskich, co stało się podstawą rozważań na temat jakości lubelskich mediów:

~evi : Kiedyś był „humor z zeszytów szkolnych”, teraz pojawia się kategoria „humor z internetowych wiadomości”. A swoją drogą dziennikarstwo - nie tylko lubelskie - schodzi na psy, którym skądinąd współczuję, nie tylko z powodu „siermiężnych” mrozów..

29 sty 12, 14:33

Jako kolejna pojawiła się druga wypowiedź spośród przytoczonych, dotycząca tematu morsów. Temat zasadniczy artykułu sam „EN” uznał za dodatkowy w całej konwersacji czytelników, co oznajmił wyrażeniem „apropos”, niejako usprawiedliwiając zabranie głosu w dyskusji:

~EN : A TAK APROPOS TO MORSOWANIE NIE JEST WCALE TAKIE ZDROWE JAK MÓWIĄ.. MAM ZNAJOMEGO MORSA I WCALE NIE JEST OKAZEM ZDROWIA - TO WSZYSTKO JEST TROCHĘ NACIĄGANE I ZAKŁAMANE!

29 sty 12, 14:56

Do powyższej wypowiedzi jednak nikt się nie odniósł i po niej znów inter-nauci wrócili do kwestii poprawnościowych:

~. : „odnosimy wrażenie młodszych” ??? odmawiam czytania tego nie trzymającego się całości bełkotu!!!

29 sty 12, 15:34

Powtórzone znaki zapytania i wykrzykniki świadczą o dużym ładunku emocjonalnym tego protestu. Okazało się, że czytelnik dostrzegł także inne błędy językowe w treści artykułu.

„W” podjął się nawet próby zdiagnozowania stanu poprawności tekstów dziennikarskich:

~w. : to chyba premiera komputerowego dziennikarstwa... skoro są już tłumacze komputerowi to będą i dziennikarze, tani i bezpłatni...

29 sty 12, 16:29

Ironiczny i moralizatorski charakter ma wpis „Pana Cerowanego”, który drwiną i radą, a także nazywając tekst „knotem”, wyraził swoje niezadowolenie z powodu braku sprawności dziennikarskiej:

~Pan Cerowany : Tekst perełka. I zdradza zacięcie poetyckie: „... gdzie nurt rzeki jest wartki i woda cieplejsza od powietrza” Przed pisaniem następnego knota, autorowi KT radzę „najpierw brać zimne prysznice i zimne kąpiele w wannie przez co najmniej 2 tygodnie” 29 sty 12, 16:39

Kolejna wypowiedź dotycząca „siermiężności” to:

~Mroz : Jurand ze Spychowa dostał od Krzyzaków wor siermiężny, ale mroz wtedy też był siermiężny.

29 sty 12, 16:51

„Edek” zaproponował skoncentrowanie się na temacie morsów, wskazując link, ale już jako kolejny wypowiedział się „sw”, jak większość poprzedników, w tonie zawstydzającym i moralizatorskim:

~edek : <http://www.youtube.com> TO JEST PRAWDZIWIY MORS!

29 sty 12, 17:13

~sw: Panie redaktorze proszę sprawdzić w słowniku PWN znaczenie określenia siermiężny, bo to zwyczajnie wstyd pisać „siermiężne mrozy”.

29 sty 12, 17:22

Wypowiedź „sw” wywołała dwa komentarze – pierwszy („korekty”) o charakterze zabawy językowej oraz drugi („szkoły przysposobienia zawodowego”), krytykujący konkretną uczelnię:

~korekta do ~sw: Nie „zwyczajnie wstyd” tylko „siarczysty wstyd”
30 sty 12, 09:07

~szkola przysposobienia zawodowego do ~sw: Nic dziwnego, że takie knoty językowe. Dziś-
siejszych dziennikarzy szkoli przecież „najlepsza uczelnia” kształcąca dziennikarzy (a może
nocnikarzy)-czyli rydzikówka Ten pożał się bozenaukowiec tak kaleczy polski język, że aż się
słuchać nie chce. Jak więc mają być wyszkoleni kończący taką szkółkę?
30 sty 12, 17:11

Bardzo podobny charakter ma wpis „topaza01”, który, dyskredytując kon-
kretny instytut na UMCS, a nawet konkretnego pracownika uczelni, naśmiewa się
z poziomu wykształcenia autora „siermiężnych mrozów”:

~topaz01 : On pewnie skończył polonistykę na UMCS, a pracę pisał u [...] (mocny gość)
29 sty 12, 18:53

Kolejna wypowiedź to rozważanie nad przyczyną powstania błędu w tytule
artykułu oraz wskazanie konsekwencji braku językowej sprawności dziennikarza:

~nikto1 : podstawowe braki w wykształceniu... czy zwykłe przejęzyczenie? zapewne mrozy
owe miały być siarczyste. Teraz tekst jest siermiężny
29 sty 12, 19:25

Następne trzy wpisy kontynuują wątek znaczeń „siermiężności” i „siarczy-
stości”:

joma13 : autor miał chyba na myśli siarczyste mrozy a nie siermiężne 29 sty 12, 19:34

~txx : Kompletna żenada, niedługo będą pisać siarkowe mrozy ???
29 sty 12, 21:00

~xy : Siermiężny siermiężny

1. «używany na siermięgi»

2. «noszący siermięę»

3. «prosty, zgrzebny i nieefekowny»

4. «charakteryzujący się brakiem obycia, gburowatością»

• siermiężnie • siermiężność

Pozdrawiam autora artykułu..

29 sty 12, 21:16 |

Wśród licznych wypowiedzi internautów znalazła się też taka, która zasadza
się na zabawie językowej o charakterze obscenicznym:

~ryży : siem nie rznij sama
29 sty 12, 21:41

Bardzo „ostry” komentarz w postaci opinii o „dziennikarzynie” zamieścił „artek”:

~artek : Ten „dziennikarzyna” niech lepiej wyjedzie na zmywak. „Siermiężne” !!! TŁUK !!!
30 sty 12, 07:36

Dla kontrastu wpis „cz” w postaci bezpośrednich pytań do autora tekstu jest bardzo delikatną sugestią jego niekompetencji:

~cz : siermiężne?? jesteś pewien panie redaktorze?
30 sty 12, 07:49 |

W komentarzach pojawiła się jeszcze jedna wypowiedź ironizująca, podająca w wątpliwość poziom kształcenia na określonej uczelni:

~kasza : Po politologii w Rykach są „siermiężne” mrozy. Pozdrawiam promotora
30 sty 12, 08:12

Jeden z ostatnich komentarzy dotyczących cytowanego artykułu poruszył bardzo istotną kwestię publikacji niepoprawnych językowo tekstów. Dziennikarze nie zawsze mają lekkie pióro i nie zawsze znają w stopniu zadowalającym przepisy poprawnościowe. Czym innym jest jednak napisanie artykułu do szuflady, a czym innym dopuszczenie w takiej, a nie innej postaci do publikacji. Najwyraźniej „siermiężnych mrozów” nie dotknęła ręka redaktora wydawniczego. Kierowanie się koniecznością szybkości publikacji i koncentracja na treści negatywnie rzutuje na formę edytorską i poprawność tekstu. Oto jak wyglądałaby korekta przy włączonym trybie śledzenia zmian:

To redaktor naczelny jest medium odpowiadającym zarówno za treść, jak i formę upublicznionych tekstów. Zauważył to jeden z internautów i przytoczył powszechną opinię na temat nepotyzmu:

~:) : Jeden zrobił byka, ale drugi, siedzący na wyższym stołku to zaakceptował. Nieważne, że obaj nie mają wykształcenia, ważne że ich wujek jest wysoko postawioną osobistością w firmie dla której piszą. Cała filozofia, w PL najpopularniejszą agencją pracy jest agencja „Po znajomości”
30 sty 12, 08:24

Wątek ten podchwycił „gotye”, który skorzystał z możliwości ujawnienia swoich poglądów politycznych, czyli niechęci wobec partii politycznej PO:

~gotye do ~:): nie „po znajomości”, ale „PO znajomości”
30 sty 12, 14:13

Mróż nie <u>jest straszny</u> lubelskim <u>morsom</u> . Tradycyjn <i>ie</i> , jak w każdej niedzieli, będą się kąpać w Bystrzyicy, tuż przy tamie Zalewu Zemborzyckiego, gdzie nurt rzeki jest wartki i woda ciepł <i>ej</i> sza od powietrza.	Usunięto: straszny jest Usunięto: Morsom Usunięto: wodach
Dla lubelskich <u>morsów</u> sezon kąpielowy trwa cały rok. Kąpią się w środy i niedziele o godzinie 12.00. Do klubu należy ponad 40 osób i chętnych przybywa.	Usunięto: Usunięto:
Warunkiem pływania w zimnej wodzie jest dobry stan zdrowia – szczególnie <u>silne</u> serce oraz <u>sprawny</u> układ krążenia. <u>Ab</u> y zostać morsem, trzeba najpierw brać zimne <u>prysznic</u> e i <u>chłodne</u> kąpiele w wannie przez co najm <i>iej</i> 2 tygodnie.	Usunięto: - Usunięto: zdrowe Usunięto: dobry Usunięto: B Usunięto: Usunięto: Usunięto: zimne Usunięto: - Usunięto: Usunięto: obce Usunięto: - Usunięto: młodziecyh Usunięto: - Usunięto: Morry
– Zimne kąpiele dają nam wielką satysfakcję i przyjemność. Nie przeziębiamy się <u>szyb</u> ko i inne choroby są nam <u>obcy</u> mi stanami. Po wyjściu z wody mamy fantastyczne uczucie – odnoś <i>ni</i> my wrażenie, <u>że</u> <u>jest</u> em <i>y</i> <u>młods</u> i i <u>że</u> posiadamy m <i>o</i> stwo energii do życia – chwala się lubelskie <u>morsy</u> na swojej stronie internetowej.	

Ostatni wpis z wątkiem dotyczącym tematu morsów i lodowatych kąpiei brzmi:

~*rafi* : to samo zdrowie30 sty 12, 08:42

Kolejne wypowiedzi to już stanowcze nawiązania do kwestii poprawnościowych. „*amc0*” odwołał się do czytelniczych recenzji tytułu artykułu, ale jednocześnie zasugerował, że Lublin może poszczycić się dobrym poziomem nauczania licealnego, które gwarantuje uczniom właściwy poziom poprawności językowej. „*amc0*” zaproponował również powierzenie licealistom odpowiedzialności za lokalne media, co zagwarantowałyby ich właściwy poziom:

~*amc0* : Popieram krytykę „siermiężnych mrozów” Przecież w Lublinie jest nie jedno dobre liceum. Proszę ich uczniom zlecić korektę, a najlepiej pisanie notek do tej rubryki.
30 sty 12, 10:10

„*Sołtys*” wprost zwerbalizował poprawnie brzmiący związek frazeologiczny, który powinien się pojawić zamiast niewłaściwego, i wyjaśnił znaczenie wyrazu „siermiężne”. Zauważył również brak przygotowania językowego autora:

~*sołtys* : Może „siarczyste mrozy”, co? Siermiężne to znaczy baaardzo lichutkie :)). Ktoś musi się douczyć!
30 sty 12, 10:28

Ostatnia natomiast wypowiedź, „*mirona*”, to zwrot do autora „siermiężnych mrozów” z prośbą o wyjaśnienie rozumienia tego sformułowania. Może chodziło o prowokację?

~*miron* : to jeszcze poproszę o wyjaśnienie słowa „siermiężne” i podanie sposobu połączenia tegoż z mrozem.
30 sty 12, 16:24

Pod artykułem pojawiły się trzydzieści cztery komentarze, spośród których jedynie dwa nie nawiązują bezpośrednio do niefortunnie użytego w tytule wyrazu „siermiężny”. Internauci radząc, zawstydzać i ironizując, wyrazili sprzeciw wobec niesprawności językowej autora tekstu. Oznacza to, że owa sprawność jest istotną kwestią. Jej wartość polega na tym, że wszyscy wypowiadający się są zgodni co do tego, że dziennikarza obowiązują zasady poprawnościowe. Dyskusja internautów stała się interakcją o charakterze konwersacyjnym zarówno na poziomie bezpośrednim – pomiędzy nimi, jak i intencjonalnym – czytelników z autorem artykułu. Interlokutorzy – internauci razem stając w obronie czystości polszczyzny, poczuli jedność, solidarność, przynależność do grupy społecznej,

dla której bezbłądność jest czymś istotnym, wartościowym. Ważną kwestią jest także to, że „zauważenie” błędu i możliwość podzielenia się tym spostrzeżeniem z innymi miały wzbudzić szacunek dla tak kompetentnego językowo internauty. To również świadczy o postrzeganiu przez niego sprawności językowej jako wartości. Po przytoczeniu analizy wypowiedzi internatów, należałoby podjąć próbę odpowiedzi na pytanie, czy intencja nadawcy medialnego, próba wpłynięcia na odbiorców, powiodła się? Biorąc pod uwagę liczbę wypowiedzi, moim zdaniem zdecydowanie tak. Tekst sprowokował do działania, do wypowiadania się na określony temat... I w tym miejscu pojawia się rola błędu. Z treści zamieszczonego tekstu i jego formy wynika, że zadaniem dziennikarza było poinformowanie czytelników o wydarzeniu i ewentualnie skłonienie ich do przyjęcia przychylniejszej postawy wobec pewnej grupy osób – morsów. Czy ten cel został osiągnięty? W pewnym zakresie zapewne tak, co można wywnioskować z niektórych wypowiedzi, jednak tekst ten przede wszystkim wpłynął na podjęcie przez odbiorców działania – wypowiedzenia się na temat błędu, a właściwie wartości, za jaką uchodzi językowa sprawność dziennikarska, która gwarantuje możliwość właściwego odczytania intencji komunikacyjnej. To właśnie błąd stał się głównym motywatorem do reakcji, ponieważ zniwelował skuteczność wpływu nadawcy na odbiorców w sferze poznawczej na rzecz emocjonalnej i behawioralnej. Błąd językowy zatem nie tylko może zaburzać odbiór treści wyrażonych wprost, ale może wpływać negatywnie na realizację intencji w całej sytuacji interakcyjnej nadawcy medialnego z odbiorcą. Moim zdaniem w analizowanym przypadku odbiorcy sami wypowiedzieli się na ten temat, ponieważ bezpośrednio wyrazili swoją negatywną opinię o tym, co zaburza im „możliwość odczytania intencji” przekazu. Na potwierdzenie tej tezy chciałabym przytoczyć jeszcze trzy przykłady tekstów zawierających ten sam błąd, aby zobrazować analogiczność reakcji: błąd wywołuje równie silną lub silniejszą reakcję niż treści artykułów.

„Wspólnota. Dziennik internetowy”²⁰ opublikował 1 lutego 2010 roku artykuł następującej treści:

²⁰ Ł. Prusak, *Dostali ubrania i żywność, ale wciąż nie mają gdzie mieszkać*, http://www.wspolnota.com/Biala_Podlaska/Społeczenstwo/Dostali_ubrania_i_zywnosc__ale_wciaz_nie_maja_gdzie_mieszkac-322/ [dostęp: 08.04.2013].

Dostali ubrania i żywność, ale wciąż nie mają gdzie mieszkać



Autor: Redaktor Naczelny W. Regionalnej - Łukasz Prusak

Pięcioletnia Iza i jej o rok starszy brat Michaś ze smakiem zajadają banany. Pawelek woli mandarynki. Kacper właśnie wrócił ze szkoły i wyraźnie jest nie w humorze. U Darii i Piotra Wysockich pojawiła się nadzieja na lepsze jutro.

Minął miesiąc od publikacji artykułu „Czwórka dzieci może trafić na bruk”, w którym pokazaliśmy beznadziejną sytuację, w jakiej znalazła się rodzina Wysockich. Dziś, dzięki wielkiemu wsparciu i zaangażowaniu naszych Czytelników, ich las poprawił się. Wciąż jednak największym problemem jest niepewność jutra i dachu nad głową. Przypomnijmy. On mechanik, ona bezrobotna. Żyją w zagrzybionym pokoju o powierzchni 20 m² z czwórką małych dzieci. To lokal socjalny z Żabcach wynajęty przez Urząd Gminy w Międzyzrzeczu Podlaskim. Z końcem roku urząd wypowiedział umowę najmu. - Siedzimy tu na dziko. Dopóki nas nie wywalą - mówi Piotr. Warunki, w których żyją są urągające. Grzyb na ścianach, wilgoć i przenikliwie zimno. - W ścianach pod tynkiem są takie dziury, że słycać wiejący wiatr - mówi Wysocki. Siermiężne mrozy panujące jeszcze kilka dni temu dały się im mocno we znaki. Kiedy temperatura spadała do 30 stopni poniżej zera spali w ubraniach i pod dwiema kołdrami? - Na ścianie, tu w rogu był ogromna bryła lodu - pokazuje Daria Wysocka. - Nad ranem herbata przymarzała w kubku - dodaje Piotr. Mieszkania nie da się dogrzać starym węglowym piecem, który mają. - Trzeba by palić i pilnować 24 godziny na dobę, a kiedy spać - irytuje się Daria. Lokatorzy nie mają jednak pretensji do gminy o stan mieszkania. Cieszą się z pomocy, którą samorząd ofiarował ponad rok temu przyznając mieszkanie. O akcji pomocy potrzebującej rodzinie czytaj w Wspólnocie Regionalnej.

Pod tekstem autorstwa samego redaktora naczelnego pojawiło się sześć komentarzy. Jeden z nich dotyczył spraw poprawnościowych:

~Gość [2010-02-03 01:11:24]
panie redaktorze byki są w tekście

Następny tekst z 10 lutego 2012 roku to fragment z „Filmastera”, internetowego serwisu rekomendującego filmy²¹:

Co oglądać w TV radzi Filmaster - filmy, sport

Filmaster



Filmaster to serwis rekomendujący filmy na podstawie Twojego gustu. Sprawdź co jeszcze warto obejrzeć w telewizji na Filmaster.pl.



Marcin Żukowski

Odkąd zacząłem umieszczać niniejszą serię felietonów nigdy nie byłem tak usatysfakcjonowany, jak teraz. Siermiężne mrozy maltretujące nasz kraj powoli zaczynają słabnąć, odmrażając przy okazji skostniałą telewizję. Efekt przeszedł moje najśmielsze oczekiwania, wobec czego tym razem wyjątkowo przedstawię nieco zmodyfikowany program na następny tydzień.

Z siedmiu komentarzy do artykułu trzy dotyczyły „siermiężności mrozów”, przy czym „Konrad K.” skrytykował felietonistę za użycie tego wyrażenia, a „exellos” stanął w obronie autora tekstu, nie widząc niczego niewłaściwego w zastosowaniu wyrazu „siermiężny” zamiast „siarczysty”. Między internautami doszło do następującej konfrontacyjnej konwersacji:

~Konrad K.

10 lutego 2012, 17:32:36

„Siermiężne mrozy” - niezłe. Chyba „siarczyste”? „Odmrażając skostniałą telewizję”? Ale co tej telewizji się odmroziło? Chyba antenka? Pan „felietonista” miał chyba na myśli „rozmrązanie”, a nie „odmrązanie”, bo „odmrozić” oznacza właściwie coś przeciwnego do „rozmrózić”. Tak to jest, jak ktoś chciałby się posługiwać kwiecistym językiem a mu nie wychodzi, bo czegoś się nie douczył. Nie można było tego napisać normalnym, prostym językiem, skoro się nie umie inaczej? Jeśli ktoś publikuje swoje teksty (wszystko jedno, czy w gazecie, książce czy internecie), to powinien prezentować jakiś poziom językowy.

~exellos

10 lutego 2012, 21:39:39

drogi Konradzie K., zapewniam cie o 100% świadomości pisarskiej autora tekstu. Wystarczy dostosować się do toku rozumowania ;)

~Konrad K.

²¹ M. Żukowski, *Filmaster*, <http://media2.pl/felietony/88637-Co-ogladac-w-TV-radzi-Filmaster-filmy-sport.html> [dostęp: 08.04.2013].

10 lutego 2012, 22:48:18

Drogi exellosie, w ten sposób można się dostosować do toku rozumowania każdego, włącznie z kompletnym debilem.

Ostatni w kolejności chronologicznej tekst (z 13 grudnia 2012 roku) pochodzi z internetowego medium „lomzynskie24.pl informacje z dobrych stron”²²:

Ryzyko zamarznięcia wzrasta

INFORMACJE | PZ | 13/12/2012 10:53



Coraz chłodniejsze noce sprawiają, że ryzyko zamarznięcia wzrasta. Dotyczy to głównie osób bezdomnych.

W Łomży osoby, które nie mają gdzie podziać się w siermiężne mrozy schronienia udziela noclegownia. W budynku przy ulicy Dwornej może przebywać nawet do 20 osób. – Przy noclegowni funkcjonuje także ogrzewalnia – mówi dyrektor Miejskiego Ośrodka Pomocy Społecznej w Łomży – Wiesław Jagielak: *W ogrzewalni mogą przebywać osoby pod wpływem alkoholu, jest to po prostu zabezpieczenie pobytu w nocy, kiedy są największe spadki temperatury. Ogrzewalnia ma przygotowane miejsca dla czternastu mężczyzn i sześciu kobiet.*

O brak obojętności apeluje policja. Jeśli zauważymy, że ktoś potrzebuje pomocy dzwońmy pod numery 997 lub 112.

Pod tym artykułem nikt nie zamieścił komentarza. Jednak należy dodać, że „siermiężność” mrozów ugruntowała swoją pozycję w mediach.

Wszystkie teksty zawierające ten sam błąd, ale posiadające inne treści, nie są skuteczne, jeśli weźmiemy pod uwagę przyświecające im intencje. Ich zadaniem jest wpływanie na stan wiedzy odbiorców, na kształtowanie ich postaw, ewentualnie skłonienie do działań dotyczących treści artykułów, tymczasem skłaniają one głównie do dyskusji na temat błędu, który się w tych artykułach pojawił. Błąd jest zatem w stanie uniemożliwić realizację intencji medialnej lub obniżyć skuteczność oddziaływania tekstu. Jest to problem o tyle istotny, że w sytuacji natłoku i coraz większej szybkości przepływu informacji, coraz mniej uwagi nadawcy medialni poświęcają poprawności językowej, myśląc, że niewielkie błędy i usterekki nie wpłyną znacząco na rozumienie treści. Z pewnością nie, ale warto wziąć pod uwagę, że jeżeli taki tekst ujmie się jako pewną część, element złożonej in-

²² M.G., *Ryzyko zamarznięcia wzrasta*, <http://lomzynskie24.pl/2012/12/ryzyko-zamarzniecia-wzrasta/> [dostęp: 09.04.2013].

terakcji nadawcy medialnego z odbiorcą masowym, może dojść do sytuacji, że błąd spowoduje nieskuteczność przekazu w sferze intencjonalnej, tak jak w analizowanych przypadkach, ponieważ zakłóci odczytanie intencji nadawcy przez odbiorcę: teksty zamiast wpłynąć na postawy odbiorców wobec prezentowanych problemów, wywołały emocje dotyczące... błędu właśnie.

SUMMARY

The article is in the form of a case study which aims to prove that a mass-media message cannot be intentionally effective due to an error contained in it.

This issue is especially significant in view of the fact that in the welter of information and its accelerating flow, broadcasting organisations are paying less and less attention to linguistic correctness, believing that minor errors and flaws do not significantly affect the understanding of the content. Certainly not, but it is worth noting the fact that if such a text is taken as a certain part or element of the complex interaction between a broadcaster (sender) and mass audience (receiver), a situation can arise in which an error makes the message ineffective in the intentional sphere, as it impedes the receiver's interpretation of the sender's intention.

Keywords: error, intention, interaction, mass-media, effectiveness, language proficiency, value

STRESZCZENIE

Artykuł ma postać analizy przypadku, przedstawionego w celu udowodnienia, że przekaz medialny nie może być intencjonalnie skuteczny ze względu na zawarty w nim błąd.

Jest to problem o tyle istotny, że w sytuacji natłoku i coraz większej szybkości przepływu informacji, coraz mniej uwagi nadawcy medialni poświęcają poprawności językowej, myśląc, że niewielkie błędy i usterki nie wpłyną znacząco na rozumienie treści. Z pewnością nie, ale warto wziąć pod uwagę, że jeżeli taki tekst ujmie się jako pewną część, element złożonej interakcji nadawcy medialnego z odbiorcą masowym, może dojść do sytuacji, że błąd spowoduje nieskuteczność przekazu w sferze intencjonalnej, ponieważ zakłóci odczytanie intencji nadawcy przez odbiorcę.

Słowa kluczowe: błąd, intencja, interakcja, media, skuteczność, sprawność językowa, wartość

