

To przecież normalne. O negocjowaniu obszarów normalności w komunikacji i ich badaniu

Niniejszy artykuł ma na celu przedstawienie koncepcji teoretycznej, dotyczącej pewnego podstawowego aspektu procesu komunikacyjnego, oraz opracowanie wstępnego przeglądu możliwości empirycznego badania owego zagadnienia. Tekst opisuje zjawisko normalności w kontekstach komunikacyjnych, dokładniej mówiąc kwestię, jakie są sposoby negocjowania obszarów tego, co w ramach rzeczywistości komunikacyjnej uchodzi za normalne (oczekiwalne, [bardziej] prawdopodobne, ogólnie akceptowane lub „oczywiste”), oraz gdzie i jak krystalizują się w ramach procesu komunikacyjnego (płynne) granice takiej normalności.

Punktem wyjścia było badanie polegające na analizie komentarzy z forum internetowego, dotyczących prezentowanych tam domów mieszkalnych. Kwestia normalności okazała się bowiem relewantnym punktem orientacyjnym przy mówieniu o prezentowanych domach (projektach, które, biorąc pod uwagę ogół architektury, można by klasyfikować jako stosunkowo niezwykle i nowoczesne). Wyniki analizy wskazywały coraz bardziej na to, że w badanych komentarzach dyskusja toczy się nie tyle na temat pokazywanych domów, ile również jaki jest/może/powinien być dom mieszkalny „jako taki” – czyli jaki normalny dom mieszkalny jest zakładany jako folia interpretacyjna dla oceny prezentowanych domów. W związku z czym z opisanego badania wyrósł szerszy projekt badawczy, w ramach którego zaczęłam zajmować się tym, jak normalność jest negocjowana ze względu na dom mieszkalny. Krótki zarys projektu podaję poniżej, jako przykład możliwości badawczych, związanych z ogólniejszą koncepcją teoretyczną, dotyczącą kategorii normalności w komunikacji.

Kategoria normalności pojawia się w wielu opracowaniach odnoszących się do zagadnień społecznych – a takie zagadnienia z punktu widzenia nauki i teorii komunikacji zawsze są uwarunkowane komunikacyjnie. Przypisano jej (normalności) różne znaczenie

i w związku z nadaniem jej pozycji różnie ją nazwano – ale w jakiś sposób w ramach różnych opracowań poruszana jest kwestia tego, co ogólnie można by określić jako negocjowanie wspólnych pól manewru, umożliwiających i zapewniających poruszanie się w kontekstach społeczno-komunikacyjnych.

Badając dyskurs społeczny, niemiecki uczoney Jürgen Link na tym tle wybrał normalizację jako jego zdaniem aspekt centralny, niosący specyficzne znaczenie dla nowoczesnych społeczeństw. Pod pojęciem normalizmu opracował on koncepcję, według której wytwarzanie pól normalności i ciągłe ustalanie ich granic stanowią znaczącą strategię i kategorię dyskursywną w kompleksowo zbudowanych społeczeństwach nowoczesnych (zob. np. Link 1992 oraz 1999). Szczególnie za pośrednictwem mediów są nam według Linka ciągle dostarczane i oferowane informacje i dane orientacyjne, ogólnie rzecz biorąc, funkcjonujące orientacyjnie nie tylko ze względu na aktualną agendę obszarów tematycznych, społecznie uznawanych za relewantne, lecz dostarczające też orientację ze względu na to, co aktualnie należy do zakresu normalności, względnie uważa się i może uchodzić za normalne/akceptowalne/oczekiwalne itp. Związane z tym ciągłe zbieranie i komunikowanie danych, które według Linka jest niezbędne dla rozwoju owego zjawiska, dotyczy wszystkich sfer życia publicznego i również prywatnego – od polityki i gospodarki przez sport, zdrowie po intymne sfery należące (jakoby) do życia prywatnego. Odpowiednie dane mogą przy tym z jednej strony mieć udział w komunikowaniu i konstruowaniu punktu odniesienia dla decyzji ze względu na (niezadawane) pytanie, co należy do normalności – na przykład wtedy, kiedy pokazują, jaka jest w danej dziedzinie ogólna, średnia tendencja. Taka tendencja może być wyrażana w formie jednorazowej lub (długofalowo obserwując – zawsze) regularnej aktualizacji danych w komunikacji – na przykład na podstawie:

- obecności odpowiednich wskaźników w komunikacji (por. gospodarka – np. giełda oraz polityka – np. wyniki wyborów lub sondaży wyborczych);
- innych wartości statystycznych (por. dane demograficzne – np. średnio osiągnięty wiek mieszkańców kraju, średnia zarobków);
- danych z ankiet dotyczących opinii publicznej lub innych deklaracji zwykłych ludzi na temat różnych sfer życia.

Z jednej strony na podstawie odpowiednich danych będzie wiadomo, że coś (oraz co) pojawia się często, a zatem należy do ogólnej, średniej tendencji (np. dane z ankiet dotyczących opinii publicznej), z drugiej zaś można dowiedzieć się, czy coś (oraz co) stanowi wyjątek i rzadkość. Poza tym – i ta zasada funkcjonuje również bez wartości ilościowych – z ogółu komunikacji w danym obszarze wiemy, czy coś jest raczej akceptowane lub akceptowalne albo też nie. Nie możemy, oczywiście, tego ogółu ogarnąć w całości, to znaczy – pojedyncza jednostka nie ma całościowego

przeglądu tego, co obecnie w komunikacji jest w jakiś sposób aktualizowane. Niemniej jednak, przy tym, co i jak mówimy, orientujemy się i musimy się orientować w tym, co mniemamy, że stanowi po stronie innych interlokutorów obszar mniej lub bardziej oczekiwa(l)nych wypowiedzi. Czy daną wypowiedzią jednak wchodzimy w przestrzeń normalności, czy, wręcz przeciwnie, próbujemy wyjść poza jej granice, to jest kolejna kwestia. Niniejszy tekst kieruje uwagę nie na tego rodzaju decyzje indywidualne, które, po pierwsze, mogą być podejmowane mniej lub bardziej świadomie i które trudno rekonstruować za pomocą badań komunikacji (poza tym obszar indywidualnych decyzji i motywacji nie należy do zainteresowań nauki o komunikacji, lecz bardziej do psychologii). Koncentrujemy się natomiast na tym, jak normalność powstaje w ogólnym procesie komunikacji i co to oznacza, że ona zawsze już jest do dyspozycji, zanim indywiduum może zaproponować jakąś wypowiedź, która w procesie komunikacji może być i jest przetwarzana jako komunikat(y). Staramy się zatem rekonstruować wcześniejszy etap orientowania się na (fikcyjne i wyobrażone, rekonstruowane w ramach możliwości danej jednostki) pole normalności, będące warunkiem udziału w procesie komunikacji i jednocześnie wynikające z charakteru owego procesu.

W kontekście tak zasadniczej roli, jaką w opisanym i proponowanym tu rozumieniu przypisano normalności, widzianej jako kluczowy aspekt procesu komunikacji, należy odróżnić normalność jako ogólną kategorię lub też procedury normalizacyjne w komunikacji od pojęć takich, jak „norma” i „normatywizm”. Te dwa ostatnie stanowią ściślej określone elementy komunikacji i tematy analizy, które, co prawda, są tematami pokrewnymi, lecz dotyczącymi tylko fragmentu tego, co ze względu na normalność może być/jest istotne. Link w tym kontekście podkreśla, że z jednej strony pojęcie normalności wydaje się niejasne i że zatem można by zrezygnować z jego stosowania jako terminu socjologicznego. Z drugiej strony wskazuje on na częstość pojawiania się kategorii normalności (jako zjawiska przeważnie niereflektowanego) – i to nie tylko w życiu codziennym, ale właśnie też w socjologii:

Ze względu na tę empirycznie intensywnie zauważalną rolę, co najmniej nasuwa się przypuszczenie, że chodzi, może, o zjawisko znaczące dla nowoczesnych społeczeństw – szczególnie dla nowoczesnych społeczeństw ze względu na to, że termin jako taki, to znaczy jako kompleks ludowo-językowego dyskursu [...] pojawił się dopiero od 18. i [...] 19. wieku (Link, Loer, Neuendorff 2003: 7, 8).

Regulatory normalności, według Linka, historycznie rzecz biorąc, pochodząc z różnych obszarów społecznych, rozwinął się w strategię działającą ogólnospołecznie. Jako znaczący obszar, w którym szczególnie i już wcześniej rozprzestrzeniały się strategie

normalizacji, wskazać można medycynę. Za drugi główny wątek Link uważa obszar przemysłowo-technicznego normowania, do którego przyłączały się kolejne obszary gospodarcze (Link 1996: 25). Ogólnie, dla rozszerzania się normalizmu centralne znaczenie mają statystyka socjalna i demografia.

Link w kontekście omawiania historycznego rozwoju strategii normalizacyjnych rozróżnia protonormalizm i elastyczny normalizm (*flexibler Normalismus*). Owe określenia są związane z wybranym przez niego ukierunkowaniem całej koncepcji jako *normalizmu*.

Strategie protonormalistyczne Link przypisuje okresom początkowym normalizmu, podkreślając, że polegały one na ustaleniu możliwie stałych i niekiedy wąsko zakrojonych granic tego, co uważane było za normalne. Elastyczne strategie normalistyczne natomiast polegają właśnie na ciągłej adiustacji tych granic (względnie na możliwości ich modyfikacji i przesunięcia) oraz ogólnie na rozszerzaniu całego pola normalności i etablowaniu określonej strefy tolerancji (por. ilustracja 1). To właśnie elastyczne strategie są ciekawe ze względu na przedstawione w niniejszym artykule możliwości uwzględnienia kategorii normalności w kontekście badania komunikacji, gdyż pozwalają na poziomie teoretycznym rozumieć pewne procedury, pojawiające się w komunikacji, i pomagają w ramach badań znaleźć powtarzające się wzory i rekonstruować stojące za nimi procesy.



Ilustracja 1. Ograniczenie pola normalności w ramach protonormalizmu i elastycznego normalizmu

Źródło: opracowanie własne.

Elastyczny normalizm, znajdujący się w centrum zainteresowań Linka, jest o tyle ciekawy i stanowi o tyle nową strategię, że przez wspomniane strefy tolerancji, które on „przewiduje”, możliwa staje się integracja wyjątków i wartości ekstremalnych, do tej pory przeszkadzających porządkowi społecznemu, względnie kontynuacji procesów społecznych (innymi słowy: funkcjonowaniu społeczeństwa), gdyż wymagałyby interwencji i opracowania/zastosowania specyficznych zabiegów, aby móc wrócić właśnie do wcześniejszego

stanu normalnego, w ramach którego wszystkie procedury są ustalone, a zatem wymagają mniej energii w realizacji. Strefy tolerancji funkcjonują więc stabilizująco właśnie przez to, że wprowadzają element niestabilny, a mianowicie możliwość integrowania wartości wahających się. Jeśli chodzi o strefy tolerancji i aspekt elastyczności, jako przykład Link przytacza obchodzenie się społeczeństwa z tematem „ćpania”. Może być tak, że w społeczeństwie zorganizowanym pluralistycznie „ćpanie” jako takie już nie jest uznawane za przekroczenie granicy, sytuujące się w modelu „katastrofy”. To znaczy – nie musi być za wszelką cenę zwalczane. Stanowi to, może, zachowanie/działanie skierowane przeciwko normie lub niezgodne z ustawą prawną, ale nie jest ścigane, co oszczędza w pewnym sensie pracy i ułatwia różne procesy społeczne. Zamiast totalnego zakazu „ćpania” „ćpanie” jest „nakładane” na kontinuum, w ramach którego jest stopniowalne ze względu na intensywność, częstotliwość itp. – i wymaga odpowiedniej interwencji lub też nie.

Opisana przez Linka elastyczność obszarów normalności oznacza zatem jednocześnie, że owe obszary i ich granice są zmienialne oraz zostały wyprodukowane i negocjowane społecznie. W tym miejscu widzimy raz jeszcze różnicę między normalnością jako kategorią procesu komunikacyjnego (normalizm według Linka) a normą: norma definiuje coś jako dopuszczalne lub niedopuszczalne; normalność natomiast jest kategorią stopniowalną (w przypadku elastycznego normalizmu) i funkcjonuje z obszarami tolerancji. Negocjowanie granic normalności odnosi się zatem także do kwestii, jakie dygresje od normalności jeszcze są/będą akceptowalne, a jakie jednak nie. Na podstawie tego założenia przypuszczać można, że negocjowanie granic normalności ma duży udział w komunikacji lub odwrotnie, że duża część komunikacji dotyczy (też) kwestii normalności. Innymi słowy: możemy zakładać, iż duża część wypowiedzi pojawiających się w rezultacie procesu komunikacyjnego zawiera komunikaty (oferuje możliwości interpretacyjne) dotyczące normalności i jej granic. Negocjowanie pól normalności może i musi przy tym nie tylko dotyczyć różnych tematów, lecz też normalność może być aktualizowana (wyrażana) w różnej postaci – m.in. wartości ilościowych, wyrażanych w postaci liczb, jak i wypowiedzi w postaci tekstu. Przy tym liczby właśnie nie są produkowane tylko tam, gdzie mamy do czynienia z tematami, które z góry można by klasyfikować jako ilościowo mierzalne – takie jak czas pracy, podatki, zysk i inne „wartości” pieniężne. Liczby i wartości mierzalne natomiast w międzyczasie są też produkowane ze względu na tematy, dla których właściwie nie ma skali mierzenia – np. osobowość i psychika itp., które w ramach popularyzowanych w czasopiśmie popularnonaukowych lub lifestyle’owych testów (np. według wzoru/motta: sprawdź, kim jesteś...; gdzie zaczyna się depresja?...) weszły w interdyskurs.

Na podstawie ciągłego zbierania i podsumowywania danych powstają/mogą powstać zakresy normalności ze względu na różne sfery istotne dla systemu społecznego lub

jego subsystemów. Owe zakresy funkcjonują orientacyjnie i mają poza tym funkcję integracyjną przez strefy tolerancji, w ramach których mogą się umieszczać, jeżeli nie odpowiadają danemu zakresowi normalności (względnie jeżeli ten zakres nie odpowiada *mnie*). To wszystko odbywa się przy tym w ramach procesu, który jest rekursywny i autopoietyczny (steruje się sam) w sensie teorii systemów rozumianej jako teoria komunikacji (por. Luhmann 2004: 78 i 80, Fleischer 2007).

Niezbędne dla owego procesu są różne dodatkowe aspekty, to znaczy, że istnieją różne przesłanki i zjawiska towarzyszące normalizacji. Do nich należy wirtualne rozmnożenie i generowanie kolejności obiektów komunikacyjnych. Dopiero na podstawie takiej „serializacji” obiektów komunikacyjnych obiekty te mogą podlegać normalizacji. Inaczej mówiąc: wprowadzany jest koncept czasu, który jednocześnie powoduje to, co Link nazywa serializacją obiektów komunikacyjnych:

Każde szacowanie normalności lub nienormalności zawiera w sobie projekcję w przyszłość: z jednej strony dla zjawiska „normalnego” zakładana jest „zagwarantowana” reprodukcja, a mianowicie niezależnie od możliwego przeczenia normie – jeśli uważamy ćpanie za „normalne”, spodziewamy się stanowczo, że również zakazy nie spowodują, że jutro znowu nie będzie ćpane (Link 1999: 21).

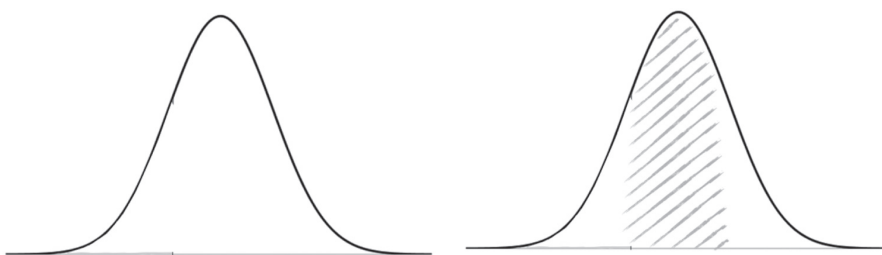
Ważną rolę dla rozwoju zjawiska normalizmu odgrywa w związku z tym statystyka, która najpierw w postaci statystyki socjalnej oraz dotyczącej sektora zdrowia od przełomu XIX i XX wieku z dyskursów specjalistycznych powoli weszła w interdyskurs społeczny (por. Link 1992: 56). Dopiero obliczenie wartości mierzonych, średnich itd. oraz naniesienie wszystkiego na wyobrażoną oś czasową wraz z możliwością obliczania prognoz itp. umożliwiło uruchomienie opisanego procesu normalizacji:

Definicje odpowiednich, specyficznych dla systemu normalności bazują przeważnie na systematycznym wytwarzaniu (gromadzeniu i analizowaniu) danych, dotyczących wszystkich istotnych masowych wydarzeń społecznych, które oczywiście są rezultatem działań jednostek i kolektywnych aktantów (Link, Loer, Neuendorff 2003: 9).

Za znaczącą folię interpretacyjną służy w tym kontekście statystyczny obraz normalnego rozkładu danych – rozkład Gaußa. Na jego tle odpowiednie dane i wartości (średnie, pozycje w rankingach itd.) dopiero uzyskują sens. W normalnie dystrybuowanych danych bowiem większość manifestacji ze względu na dany aspekt grupuje się w pobliżu wartości średniej, podczas kiedy pojawiające się rzadziej wartości odległe od tej średniej stanowią (przynajmniej wtedy, kiedy się patrzy z perspektywy większości) wartości wyjątkowe lub nawet ekstremalne. W statystyce, czyli argumentując wewnątrzsystemowo,

ma to sens, gdyż normalny rozkład danych wskazuje na to, że odpowiednia zmienna jest dobrze określona, że dotyczy wewnętrznie spójnie zorganizowanego obszaru, który zatem można wyodrębnić i odróżniać od reszty w celu obserwacji. Rozkład normalny więc nie przypadkiem tak się nazywa, ponieważ wskazuje na to, że wewnątrz danej zmiennej panuje określona, stosunkowo stabilna „normalność”, zapewniająca podstawy dla wniosków analitycznych. Innymi słowy, z wewnątrzsystemowej perspektywy statystyki, normalny rozkład danych wskazuje na dobrą jakość danych w takim sensie, że ich spójność i fakt, że wykazują wspólną tendencję centralną, poświadczają trafność kategorii/zmiennych (co jest na przykład ważne w ramach stosowania testów statystycznych dotyczących wiarygodności uzyskanych danych itp.).

Nawiązując do strategii normalistycznych, można jednak powiedzieć, że dane przy sprawdzeniu rozkładu są również sprawdzane ze względu na to, jaki obszar normalności jest lub może być zakładany dla komunikacji i jaką pozycję zajmują w nim różne konkretne przypadki. Dane na tle rozkładu (nawet jeżeli on nie jest pokazany, lecz istnieje tylko jako motyw interpretacji) pokazują nam (potencjalnym producentom wypowiedzi i uczestnikom procesu komunikacji), w jaki sposób można odnosić się do konkretnych przypadków – czy stanowią one wyjątek, czy należą do większej grupy (prawdopodobnych przypadków itd. Patrząc na ogół, dane na tle motywu rozkładu normalnego stanowią zatem surowiec dla procedur normalizacyjnych (por. ilustracja 2a).

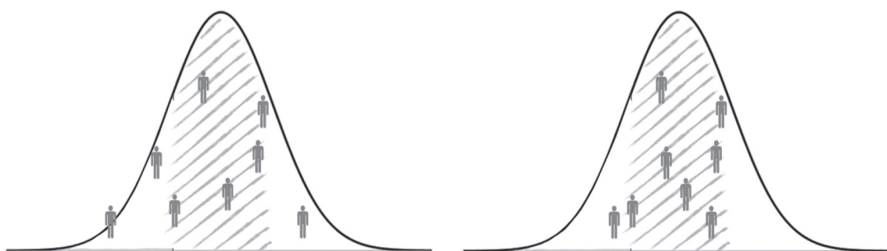


Ilustracja 2a. Rozkład Gaußa jako folia interpretacyjna dla obszaru normalności

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Normalverteilung.png. Dostępne na: <http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Normalverteilung.png> (08.08.2015).

W ramach obchodzenia się jednostki z omawianą sytuacją, czyli z tendencjami normalistycznymi w komunikacji, orientacja na wartość średnią jest przy tym wygodną formą przystosowania się do (wyprodukowanych w ramach komunikacji) realiów społecznych. Obiecuje ona mniejsze ryzyko bycia odrzucanym i może wyprodukować komfortowe w kontekstach społecznych poczucie przynależności. Jeśli jednak z jakiegoś

powodu nie chcą albo nie mogą dostosować się do danej średni, szerokie granice pola normalności ustalone w ramach elastycznej strategii normalistycznej umożliwiają na poziomie indywidualnym pozostawanie w ramach normalności i na poziomie społecznym zachowanie integralności społecznej (por. ilustracja 2b).



Ilustracja 2b. Możliwość orientowania się na obszar średni dla indywidualnego przypadku przy integracji przypadków skrajnych

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Normalverteilung.png. Dostępne na: <http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Normalverteilung.png> (08.08.2015).

Podsumowując, normalizm jest...

niczym innym jak ogółem wszystkich dyskursywnych zabiegów, jak i praktycznie interweniujących zabiegów, jednostek i instytucji, które w nowoczesnych społeczeństwach produkują i reprodukcją normalności (Link, Loer, Neuendorff 2003: 11).

Przy tym media są niezbędnym elementem realizacji strategii normalistycznych – jednocześnie dopiero w społeczeństwie posiadającym szeroko rozwiniętą grę medialną normalizacja w tu przedstawianym rozumieniu może nabierać większego znaczenia. Link w swoich opracowaniach uwzględnia przy tym raczej media „klasyczne” czy „tradycyjne”, skierowane od małej liczby producentów komunikatów do szerokiej publiczności; na ogólniejszym poziomie opisu natomiast uwzględnia procesy subiektywizacji i rolę jednostki.

Jednak, zwłaszcza kiedy rozumiemy procedury normalizacyjne jako ogólny element procesu komunikacji, jak najbardziej mogą one odbywać się i mają znaczenie w ramach komunikacji zapośredniczanej tak zwanymi nowymi mediami elektronicznymi, takimi jak Internet. Ogólniej rzecz biorąc, normalność może być rozpatrywana jako podstawowa wielkość konstruktywna i komunikacyjna. Na tej podstawie względnie teoretyczna koncepcja procedur zastosowanych do wytwarzania obszarów normalności

uzyskuje relewancję dla opisu komunikacji, gdyż posiada potencjał, aby służyć jako narzędzie wyjaśniania zjawisk.

W tym kontekście można by rozszerzyć temat normalności i popatrzeć, na ile jest on związany lub tożsamy z ogólną kwestią negocjowania wspólnych obszarów odniesień umożliwiających i warunkujących wszelkie akcje w kontekście komunikacji i społeczeństwa. Jak już wcześniej wspominałam, w takim rozszerzonym rozumieniu zagadnienie pojawia się w wielu opracowaniach. Przy tym w kontekście odpowiednich teorii i koncepcji to, co rozumieć można jako związane z kategorią normalności, ma różne nazwy i różne znaczenie. Tak na przykład Siegfried J. Schmidt (2010: 168) opisuje procesy wytwarzania porządku w dyskursach i zwraca uwagę na powstające w tym kontekście oczekiwania oczekiwań w komunikacji, kolektywna wiedza o których z kolei działa selektywnie ze względu na tematy i formy, które są aktualizowane, to znaczy wprowadzane w komunikację. Można by więc powiedzieć, że dyskursy w rozumieniu Schmidta są tym polem, na którym normalność jest negocjowana i procedury normalizacyjne są stosowane.

Jeszcze ogólniej rzecz biorąc, również aspekt nawiązywalności, przejęty tu od Niklasa Luhmanna jako warunek niezbędny dla kontynuacji komunikacji, związany jest z taką rozszerzoną koncepcją normalności. Odpowiednie podstawowe cechy systemów autopoietycznych, sformułowane przez Luhmanna (2004 [1991/92]: 77), przedstawiłam w omówieniu publikacji jego wykładów (por. Siemes 2010: 181). Aktualne wymiary danego obszaru normalności regulują bowiem to, czy jakaś wypowiedź jest nawiązywalna w jego ramach, w takim sensie, że może być rozumiana jako w ogóle odnosząca się do danego obszaru i w dalszym ciągu używana jako punkt wyjścia dla kolejnych wypowiedzi.

Uwzględniając proces komunikacji jako całość, bez względu na tematy komunikacji, w ramach nawiązania, do których normalność dopiero uzyskuje znaczenie, należy jednak podkreślić, że nawiązywalność jest bardziej podstawowym elementem procesu komunikacyjnego, gdyż ona praktycznie wszędzie, gdzie mamy do czynienia z komunikacją, będzie wytwarzana w ten lub inny sposób. Za przykład niech posłuży jeden dziwny element prezentacji, którą pokazałam w ramach referatu, będącego podstawą niniejszego artykułu¹.

¹ Jako wyjaśnienie dla czytelników: w prezentacji pokazanej podczas referatu znajdował się rysunek ptaka, który można by interpretować jako małą sowę i który na slajdach wskazywał na aktualnie omawiany aspekt (por. ilustracja 3). Stanowiło to swego rodzaju eksperyment polegający na wprowadzaniu czegoś nienormalnego (przynajmniej w kontekście referatów) i stopniowej normalizacji przez ciągłe powtarzanie.

to przecież normalne



Ilustracja 3. Fragmenty slajdów z prezentacji z obrazem ptaka: strona tytułowa, dolna część 2 slajdów

Źródło: opracowanie własne.

Jeśli mówię o czymś, co wygląda jak nasz „przyjaciół” na dole slajdów w mojej prezentacji, jako o domu, to nawiązywalność takiej wypowiedzi (w ramach obszaru normalnego ze względu na domy) byłaby raczej niska. Odnosząc się słowem *dom* do czegoś, co ogólnie z większym prawdopodobieństwem będzie klasyfikowane jako „ptakowate”, powstałby więc problem z nawiązywalnością dosłowną (i w tym sensie z zakresem normalności obszarów „ptak” i „dom”). Włączyłyby się jednak natychmiast inne obszary nawiązywalności – a mianowicie te, które obsługują sytuacje „nienormalne” (nieoczekiwane) w komunikacji. Słuchacze w takim przypadku mogliby na przykład rozwiązać problem braku nawiązywalności dosłownej, przekonując samych siebie, że mnie *nie* lub *źle zrozumieli* (akustycznie lub ponieważ odnoszę się do czegoś innego/innego obiektu niż do pierwotnie przez nich zakładanego ptaka). Mogliby również ratować sytuację i wrażenie komunikowania się, zakładając, że ja – jako obcokrajowiec i zatem stosunkowo mało doświadczony użytkownik języka polskiego – pomyliłam słowa. I w ten sposób właśnie wypowiedź byłaby znowu nawiązywalna, to znaczy potencjalnie umożliwiałyby kolejne komunikacje (np. pytanie do mnie, do czego się odnoszę). W sytuacji natomiast, w której u interlokutorów powstaje wrażenie totalnego braku nawiązywalności, komunikacja zawsze jeszcze przewiduje ostatnie „wyjście awaryjne” w postaci przekonania, że coś u jednego z interlokutorów (z reguły u tego reprezentującego perspektywę odchodzącą od tego, co większość zakłada jako normalne) jest „nie tak” i że potrzebuje pomocy psychologicznej, aby w głowie wszystko znowu przesunąć na poprawne miejsce. W ten sposób komunikacja przewiduje możliwość

generowania nawiązywalności na kilku poziomach, co zapewnia sprawne funkcjonowanie (kontynuację) procesu komunikacyjnego. Jednocześnie pojęcie nawiązywalności jest związane z normalnością i procedurami normalizującymi o tyle, że najbardziej „wygodny” teren dla szybkiego wytwarzania nawiązywalności to obszar normalności ze względu na (zakładany) temat komunikacji.

Najbardziej wyraziście i dosłownie temat normalności w szerszym rozumieniu i znaczeniu pojawia się w koncepcji teoretycznej Michaela Fleischera, który widzi komunikację jako proces negocjowania przypisać znaczeń/sensu, będący podstawowym mechanizmem generującym społeczeństwo.

Komunikacja jest niczym innym, jak stosującym znaki i sterowanym przez znaki mechanizmem orientacyjnym i negocjacyjnym służącym do wytworzenia i zabezpieczania systemu społecznego. Tak jak system biologiczny zabezpieczany jest przez postrzegania, a system fizyczny przez współoddziaływania, system społeczny utrzymywany jest przez komunikację (Fleischer 2007: 162).

W owej koncepcji procedury normalizacyjne stanowią jedną z podstawowych cech procesu komunikacyjnego. Inaczej niż u Linka, który bada normalizację jako kategorię dyskursu, względnie strategię dyskursywną, Fleischer zajmuje się kwestią jeszcze bardziej podstawowych funkcji procedur normalizacyjnych, przy czym koncytuje je jako nieunikniony element wszelkich komunikacji. Procedury normalizacyjne w takim ujęciu stanowią obszar normatywiki (por. Fleischer 2007: 279–304). Jeśli chodzi o empirycznie obserwowalne manifestacje procedur normalizacyjnych, to między innymi normatywy stanowią kluczowe elementy, przez obserwację których możemy śledzić normalizację i którą poznawać można przez pojawianie się zwrotów takich, jak „przecież wszyscy wiemy, że ...” czy też elementarnych dookreśleń typu „normalne”, „prawdziwe” itp.

Normatywy to wielkości, przez które pewien specjalny konstruktywny aspekt zostaje ustalony jako „normalny”, w ten sposób, że inne zjawiska muszą się według niego orientować, aby zostać wprowadzone w komunikację. [...] Normatywy pozwalają ponadto na nienazywanie konkretnej manifestacji tego, co normalne (prawdziwe, właściwe, słuszne, jedynie słuszne itp.). Znajomość tego, co normalne, jest tym samym powinnością interpretatora, tak że za pomocą normatywów równocześnie może być odpytywana przynależność interpretatora do danej grupy. [...]

Normatywy, przez ich współwystępowanie z innymi nacechowanymi wielkościami, prezentują dane obiekty jako przynależne do obszaru normalności w ten sposób, że niemożliwa staje się inna interpretacja tych wielkości, jeśli nie chcemy manifestować naszej inności (Fleischer 2007: 284 i 286).

Takie podstawowe określenia dotyczące normalizacji i specyficznych cech jej manifestacji w komunikacjach mogą być pomocne w projektowaniu empirycznego badania zajmującego się powstawaniem normalności. Ostatnie i podstawowe pytanie, któremu poświęcony jest niniejszy artykuł, brzmi bowiem: jak można empirycznie obserwować procedury normalizacyjne?

Aby móc empirycznie śledzić proces generowania normalności w komunikacji, potrzebujemy najpierw ustalić tematy przykładowe (czyli coś, o czym mówiono).

Tylko wypowiedzi, czyli fenomenalnie przebiegające komunikacje między operacyjnie zamkniętymi systemami świadomości jako interpretatorami, są tym „miejscem”, w którym możemy coś stwierdzić (Fleischer 2008: 70).

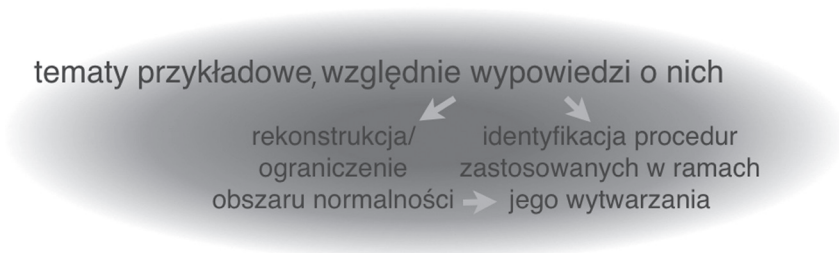
Wypowiedzi, korpus tekstowy możemy przy tym konstruować za pomocą reaktywnych metod badawczych, takich jak ankieta i wywiady, lub też szukać w źródłach, oferujących już istniejący materiał, powstały bez naszej inicjatywy – mogą to być na przykład fora internetowe, materiały z mediów itd. Ważne jest tylko to, że dany materiał odnosi się do wybranego przez nas tematu (obiektu) komunikacji i że jest spójny, jeśli chodzi o jego formę i warunki powstawania, gdyż inaczej, analizując go, nie mielibyśmy szans na odkrycie w nim regularności.

Dopiero na podstawie wypowiedzi możemy bowiem rekonstruować aktualnie ważny dla danego tematu obszar normalności i jego granice – i, co w ramach badań komunikacji jest jeszcze ciekawsze, identyfikować zasadnicze *procedury*, zastosowane w ramach wytwarzania obszaru normalności. Pomocne mogą przy tym być określenia, opracowane na poziomie teoretycznego modelowania interesującego nas zjawiska normalizacji – tak na przykład na procedury normalizacyjne wskazywać będą normatywy, których można zatem szukać w materiale oraz analizować sposoby, konteksty i skutki ich zastosowania:

Fakt, że ten, a nie inny obiekt łączony jest z danym normatywem [...] przemawia za tym, że przynależy on [...] do obszaru normalności. Rekonstrukcja danych elementów pozwala wtedy na określenie manifestacji tego obszaru (Fleischer 2007: 286).

Poza szukaniem takich elementów jak normatywy, które można było identyfikować jako istotne już na podstawie opracowań teoretycznych, jakościowo ukierunkowana analiza wypowiedzi pozwala na odkrycie wzorów w badanych korpusach tekstowych, które mogą wskazywać na inne zabiegi normalizujące. Takimi wzorami są nie tylko wspólne punkty odniesienia wypowiedzi, lecz też *sposoby mówienia*, polegające na

wspólnym wzorze. To właśnie identyfikacja takich wzorów na podstawie obserwacji powtarzających się struktur stanowi główny i wiodący cel proponowanych tu badań. Chodzi bowiem przede wszystkim o to, aby zrekonstruować ogólne zasady generowania normalności i zrozumieć, jaką ona spełnia funkcję w procesie komunikacji. Konkretnie badany obszar tematyczny i jego wygląd ze względu na prezentowany i prezentujący się w wybranym materiale obszar normalności dostarczają zatem tylko podstawę manifestacyjno-materiałową (i zatem obserwowalną), na przykładzie której śledzić możemy procedury normalizacyjne, pojawiające się w komunikacji niezależnie od konkretnych tematów, o których mówiono (por. ilustracja 4).



Ilustracja 4. Punkty wyjścia i obszary zainteresowania w ramach badania kategorii normalności w komunikacji

Źródło: opracowanie własne.

Wracając raz jeszcze do kwestii wyboru tematów, należy podkreślić, że wybór ten, czyli pytanie, ze względu na jaki obszar tematyczny badamy procedury wytwarzania normalności, jest w związku z powyższymi rozważaniami do pewnego stopnia dowolny:

1. Jeśli normalność, względnie powstawanie obszarów normalności, jest podstawową cechą komunikacji, w zasadzie każdy temat, o którym aktualnie mówiono, wchodzi w grę jako potencjalny obszar obserwacji.
2. Tematy mogą się zmienić – podstawowy proces komunikacji jest natomiast niezależny od treści.

Nauka o komunikacji nie zajmuje się treściami. Interesuje się ona pytaniami typu: „Jak?”, „Co?” (ostatnie w wymiarze deskryptywnym) oraz „Dlaczego?” niezależnie od tego, za pomocą jakich treści dane funkcje w komunikacjach byłyby spełniane.

Jest to dla mnie centralny punkt. Nie dlatego jednak, że treści zasadniczo nie powinny nas interesować, lecz ponieważ treści są operatywną fikcją, gdyż funkcjonują one jedynie w sposób niespecyficzny (Fleischer 2008: 85).

Niemniej jednak wyjść można z założenia, że większy potencjał poznawczy oferują nam obiekty odniesienia, czyli tematy komunikacji, które mają stosunkowo stabilny charakter – zagadnienia (ewentualnie nastawienia), które nie podlegają z dnia na dzień istotnym i raptownym zmianom. Mogą to być na przykład tematy dotyczące podstawowych, raczej wolno zmieniających się obszarów życia lub kultury i komunikacji. W związku z tym oprócz „tematów” i obszarów życia codziennego można by wybrać również poszczególne koncepty komunikacyjne, symbole kolektywne itp. jako punkt wyjścia dla badań.

Na tej podstawie i na zakończenie artykułu prezentuję poniżej kilka tematów i możliwości metodologicznych, na przykładzie których z różnych perspektyw da się przebadać proces generowania normalności w komunikacji. Pierwszy wymieniony temat to badanie już przeprowadzone, druga propozycja docelowo stanowi część szerszego projektu badającego kategorię normalności w komunikacji, ostatni temat natomiast niech służy jako ilustracja zakresu możliwości tematycznych.

1. Dom mieszkalny (por. Siemes 2013)

- Temat:
Kategoria normalności w dyskusjach o domach mieszkalnych na forum internetowym.
- Podejście i materiał badawczy:
Jakościowe badanie wypowiedzi; materiał to ponad 300 komentarzy zamieszczonych na forum internetowym dotyczących prezentowanych tam (nowoczesnych) domów mieszkalnych.
- Wiodący cel badawczy:
Rekonstrukcja procedur normalizacyjnych w komunikacji – zabiegów stosowanych w ramach normalizacji oraz ich funkcji.
- Etapy analizy:
Analiza opisowa, podsumowująca komentarze merytorycznie – pozwala między innymi na identyfikację obszarów odniesienia, będących wspólnym terenem w ramach negocjowania normalności, oraz na rekonstrukcję domu prototypowego. Analizy szczegółowe i omówienie egzemplifikacji – umożliwiają określenie zabiegów stosowanych w kontekście negocjowania granic obszaru normalności i rozumienie funkcji owych zabiegów.

2. Konstrukty rodziny

- Temat:
Pojęcie rodziny i normalnej rodziny w różnych wymiarach komunikacji (np. tekst i obraz).

- Możliwe podejście i materiał badawczy:

Aktualny w danym czasie i zakresie obraz/wyobrażenie (normalnej) rodziny można by obserwować w różnych dziedzinach i za pomocą różnych metod badawczych – nie tylko na podstawie materiału tekstowego (wygenerowanego za pomocą ankiet, wywiadów i grup fokusowych lub też czerpanego z forów internetowych), lecz też w obszarze wizualnym, na przykład na podstawie odpowiednich piktogramów ze standardowej gamy należącej do różnych programów komputerowych lub na podstawie materiału z dziedziny komunikacji firm i organizacji, np. logo, reklamy itd. (zob. ilustracja 5).



Ilustracja 5. Przykłady z różnych obszarów materiałowych w ramach wymiaru obrazowego komunikacji: znak ikoniczny z kroju Webdings; fragment logo Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej SWPS (2014); fragmenty reklam firmy Kruk Nieruchomości i centrum diagnostyki laboratoryjnej, Wrocław

- Możliwe cele badawcze:

Sam materiał wskazuje na możliwe pytania badawcze – jaka konwencja/jakie konwencje są używane, aby przedstawić/modelować obraz rodziny?

Innymi słowy: o ile i ze względu na co wyłaniają się stabilne i spójne/wspólne sposoby konstruowania rodziny?

Pytania szczegółowe: kto/co należy do rodziny, po co istnieje rodzina, co się robi w rodzinie... itd.

- Kontekst analizy:

Konstrukt rodziny mógłby o tyle być szczególnie obiecującym tematem dla wydajnych analiz, o ile ze względu na niego wydaje się dość prawdopodobne, że stanowi on tak zwaną wyspę protonormalistyczną, to znaczy obszar, w ramach którego właśnie nie jest stosowany elastyczny normalizm, zwykle przeważający w nowoczesnym społeczeństwie, lecz protonormalizm, to znaczy ustalenie stosunkowo wąskich i sztywnych granic normalności. Wskazują na to nie tylko pierwsze wyniki prowadzonych przeze mnie badań pilotażowych, z których wynika mocno skonwencjonalizowany obraz rodziny, lecz też, między innymi, istnienie określenia rodziny „patologicznej”. Zaznaczenie nienormalności jest więc nawet językowo przewidywane i, przynajmniej w języku polskim, używane w różnych kontekstach – abstrahując od tego, czy jest ono usprawiedliwione i jak w poszczególnych przypadkach jest rozumiane lub też wykorzystane przez mówcę dla osiągnięcia określonych celów komunikacyjnych. Sam fakt istnienia takiego określenia wskazuje na to, że granice normalności dla obiektu, w odniesieniu do którego ono zostało wymyślone, są stosunkowo wąsko zakrojone.

3. Jaka jest normalna mąka dla normalnej bułki?

– Temat:

Bułka i, dokładniej mówiąc, mąka mogą być przykładem tego, że również ze względu na tematy związane z życiem codziennym, które wydają się banalne, odbywa się normalizacja oraz że taka normalizacja ma miejsce również w dyskursie specjalistycznym w tu przedstawianym rozumieniu – jako ogólnokomunikacyjne zjawisko. Szczególnie dobrze widoczne jest to tam, gdzie ktoś, przejmując rolę eksperta, wyjaśnia dany temat osobom „zewnętrznym” i gdzie jednocześnie mamy do czynienia z przemysłową produkcją, wymagającą standaryzacji swojego obiektu. Tam bowiem okazuje się, że również wśród ekspertów i ze względu na tematy fachowe normalizacja pojawia się nie tylko w postaci normowania przemysłowego (będącego zresztą rezultatem ogólnokomunikacyjnych procesów normalizacyjnych), lecz również na poziomie komunikacji celującej i wchodzącej w interdyskurs.

– Możliwe podejście i materiał badawczy:

Studium przypadku, analiza dyskursu; materiały z mediów (reportaże, filmy dokumentalne, wywiady itp.), w których dany temat (mąka, bułka lub inne „X” produkowane na dużą skalę) jest wyjaśniany przez osobę przejmującą rolę eksperta „normalnym” ludziom.

Punktem wyjścia dla omówienia tego tematu w ramach niniejszego artykułu był na przykład telewizyjny film dokumentalny/reportaż na temat przemysłowej produkcji pieczywa i chleba (por. Ladwig 2012). W filmie między innymi jest mowa o mące, jej właściwościach jako półproduktu dla pieczenia i piekarnictwa

oraz o tym, jak ona – przede wszystkim poprzez dodawanie enzymów – jest zmieniana i dopasowywana do potrzeb produkcji na dużą skalę pieczywa, które później transportuje się przez całą Europę w formie głęboko zamrożonych półgotowych bułek i dostarcza supermarketom, sieciom piekarni i stacjom benzynowym itd.

- Przykładowe punkty odniesienia dla analizy:

Teksty czytane przez lektora oraz wypowiedzi pracownika piekarni przemysłowej, który opisuje i wyjaśnia proces produkcji.

Teksty te pokazują m.in., że normalizacja, osiągnięta poprzez dodawanie enzymów, nie odnosi się tylko do technicznych aspektów przetwarzania ciasta. Dotyczy ona natomiast też wizerunkowo-komunikacyjnych cech produktu, gdyż za pomocą enzymów bułki uzyskują, jak to opisuje pracownik piekarni, „rzemieślniczy wizerunek”. Wyjaśnia on: „trzeba rozumieć, że mąka sama w sobie nie posiada optymalnego spektrum enzymów... i dlatego, poprzez dodatkowe środki temu przeciwdziałamy”. Dodaje ponadto, że odpowiednie dodatki są zastosowane, „aby wyrównać deficyty naturalnego środka, jakim jest mąka”.

Nawet „naturalny środek” – mąka, który może na pierwszy rzut oka wydawał się banalnym przykładem, okazuje się dość ciekawym punktem wyjścia do analizy procedur normalizacyjnych. Już na przykładzie wyżej cytowanych wypowiedzi możemy bowiem obserwować, jak coś, co samo w sobie „jest, jakie jest”, a mianowicie mąka, jest poddawane (nie tylko) w komunikacji procedurom normalizacyjnym, aby dopasować ją do oczekiwań wynikających z kontekstów społeczno-komunikacyjnych. „Wiemy”, że normalna bułka to bułka o wyglądzie rzemieślniczym, i manipulujemy rzeczywistość tak, aby osiągnąć rzemieślniczy, a nie przemysłowy wygląd, „mówiąc” przy tym o mące jako „naturalnym środku”, który zaczyna jednak nagle mieć „deficyty”, kiedy, na poziomie komunikacji, stosujemy określony system oczekiwań/odniesień, produkujący wirtualne (komunikacyjne, pochodzące z trzeciej rzeczywistości) oczekiwania wobec materialnego środka, jakim jest mąka. W ten sposób ostatni przykład może jeszcze pokazać, że obszary normalności nie tylko w czasie mogą podlegać zmianom, lecz też w związku z zastosowanym w danym przypadku systemem odniesień. Innymi słowy: w zależności od tego, w ramach jakiej perspektywy i jakiego kontekstu patrzymy na tzw. normalność, jej granice mogą przebiegać tak lub inaczej. Jest to kolejna wskazówka sugerująca, że w ramach badania tego zjawiska z perspektywy nauki o komunikacji nie tak bardzo sam przebieg tych granic jest istotny i to nie rekonstrukcja ich może nam coś wyjaśnić, gdyż zależą one od pozycji/perspektywy zajmowanej w danym materiale. Aby móc rozumieć rolę normalności i procedur normalizacyjnych w komunikacji, powinniśmy natomiast zwrócić uwagę na to, jakie są zabiegi normalizujące, pojawiające się niezależnie od tematów komunikacji i jakie są ich funkcje.

Bibliografia

- Fleischer M. (2007). *Ogólna teoria komunikacji*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Fleischer M. (2008). Jak empiryczna może być nauka o komunikacji. W: M. Fleischer, *Konstrukcja rzeczywistości 2* (s. 49–111). Wrocław: Oficyna Wydawnicza ATUT.
- Link J. (1992). Normalismus: Konturen eines Konzepts. *kultuRRvolution – Zeitschrift für angewandte Diskurstheorie*, 27, s. 50–70.
- Link J. (1996). Grenzen des flexiblen Normalismus? (Dezember 1994). W: E. Schulte-Holtey (red.), *Grenzmarkierungen. Normalisierung und diskursive Ausgrenzung* (s. 24–39). Duisburg: Duisburger Institut für Sprach und Sozialforschung.
- Link J. (1999). *Versuch über den Normalismus. Wie Normalität produziert wird*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Link J., Loer T., Neuendorff H. (red.) (2003). *„Normalität“ im Diskursnetz soziologischer Begriffe*. Heidelberg: Synchron – Wissenschaftsverlag der Autoren.
- Luhmann N. (2004) [1991/92]. *Einführung in die Systemtheorie* (opr. D. Baecker). Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Schmidt S.J. (2010). *Die Endgültigkeit der Vorläufigkeit. Prozessualität als Argumentationsstrategie*. Weilerwist: Velbrück Wissenschaft.
- Siemes A. (2010). Niklasa Luhmanna wykład „Wprowadzenie do teorii systemów” w wydaniu książkowym (przeł. B. Balicki). W: B. Balicki, D. Lewiński, B. Ryż, E. Szczerbuk (red.), *Radykalny konstruktywizm. Antologia* (s. 173–210). Wrocław: GAJT Wydawnictwo.
- Siemes A. (2013). *Normalność w komunikacjach – jej negocjowanie i badanie. Na materiale komentarzy dotyczących architektury domów mieszkalnych*. Łódź: Primum Verbum.
- Siemes A. (2015). *Normalność z perspektywy obserwatora – diagnoza*. Łódź: Primum Verbum.

Inne źródła

- Ladwig M. (2012). *Die Spur der Teiglinge – Billige Brötchen*. Dokument w ramach serii „die story” w niemieckim programie telewizyjnym WDR, 08.10.2012. Dostępne na: <http://www.wdr.de/tv/diestory/sendungsbeitraege/2012/1008/broetchen.jsp> (26.12.20012).
- Logo Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej – fragment. Dostępne na: <http://www.swps.pl> (15.10.2012).
- Normalverteilung.png. Dostępne na: <http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Normalverteilung.png> (08.08.2015).
- Znak ikoniczny rodziny: krój Webdings, Unicode: U+F094; UTF-8: EF 82 94.
- Pozostałe (zdjęcia reklam i rysunki): własne.