

DOI: 10.15584/kpe.2025.15

Artykuł oryginalny

Data nadesłania: 26.08.2025 r.

Zaakceptowano do druku: 16.10.2025 r.

Opublikowano: 31.12.2025 r.

Monika M. Kapuścińska

Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna w Łodzi

ORCID: 0000-0002-6125-1191

Rola komunikacji w relacjach rówieśniczych młodzieży

The role of communication in peer relationships adolescents

Streszczenie

Komunikacja jest złożonym i dynamicznym procesem uwarunkowanym wieloma czynnikami. Stanowi istotny element integracji społecznej oraz budowania tożsamości jednostki. W przypadku młodzieży okres dorastania to czas intensywnych przemian, w którym właśnie relacje rówieśnicze odgrywają szczególnie ważną rolę.

Bezpośrednim celem niniejszego artykułu jest analiza roli komunikacji w budowaniu relacji młodzieży w grupie rówieśniczej. Pośrednio publikacja ma za zadanie ukazanie znaczenia procesu komunikowania się dla rozwoju kompetencji społecznych, budowania tożsamości oraz kształtowania płaszczyzny aksjologicznej młodych ludzi, dając im podstawy do świadomego funkcjonowania w dorosłym życiu. Podjęta problematyka wnosi również wymiar praktyczny – wyniki i wnioski z przeprowadzonych badań mogą stanowić podstawę do formułowania rekomendacji dla praktyki pedagogicznej i wychowawczej.

Słowa kluczowe: komunikacja interpersonalna, młodzież, relacje rówieśnicze, media, proces komunikowania się

Abstract

Communication is a complex and dynamic process influenced by multiple factors. It constitutes a crucial element of social integration and the construction of individual identity. For adolescents, the developmental period of adolescence is characterized by intensive changes, during which peer relationships play a particularly significant role.

The primary aim of this article is to analyze the role of communication in the formation of peer relationships among young people. Indirectly, the publication seeks to highlight the importance of communicative processes for the development of social competencies, identity formation, and the shaping of the value system of adolescents, thereby providing them with a foundation for conscious functioning in adulthood. The issues addressed also carry practical implications, as the results and conclusions of the conducted research may serve as a basis for formulating recommendations for pedagogical and educational practice.

Keywords: interpersonal communication, youth, peer relationships, media, communication process

Wprowadzenie

Komunikacja jest bardzo istotnym elementem życia zarówno indywidualnego, jak i społecznego. Rozwój środków i narzędzi komunikacyjnych, a także technologii informacyjnej sprawił, że proces porozumiewania się wpływa nie tylko jakość życia w kontekście jednostkowym, ale również przyczynia się do kształtowania naszego otoczenia i przestrzeni społecznej¹. Choć mogłoby się wydawać, że komunikacja – jako powszechne zjawisko – w swojej oczywistości nie powinna rodzić większych trudności, a samo komunikowanie się powinno być naturalne i budować związki społeczne, to w rzeczywistości jej funkcjonowanie okazuje się złożone i problematyczne oraz nadal stanowi wyzwanie dla wielu osób. W związku z tym coraz częściej pojawia się potrzeba podejmowania analiz w zakresie problematyki związanej z szeroko pojmowaną komunikacją interpersonalną. Badacze tej problematyki poszukują odpowiedzi na wiele istotnych problemów społecznych. Pojawiają się pytania o znaczenie procesu komunikacji, jej rolę w budowaniu relacji oraz charakter tego procesu – czy jest on przypadkowy, czy raczej zależny od intencji nadawcy lub odbiorcy komunikatu.

Komunikacja – ustalenia terminologiczne

Słowo „komunikacja” etymologicznie wywodzi się z języka łacińskiego. *Communicatio* oznacza użyczenie, doniesienie, natomiast *communico* związane jest z udzielaniem komuś wiadomości, naradzaniem się, omawianiem, *communitas* to poczucie łączności czy po prostu ludzkość, natomiast wyraz *commutatio* oznacza zmianę, zwrot, wymianę². Biorąc więc pod uwagę przytoczone tłumaczenia, można uznać, że proces komunikacji polega, najogólniej rzecz ujmując, na wymianie informacji. Marian Wolicki zwraca uwagę na wielość zamiennie stosowanych form – określa – procesu komunikowania: „komunikowanie”, „komunikowanie się” (bardziej poprawnie w ujęciu tego autora) oraz „komunikacja”. Można przyjąć, jak uważa Wolicki, że są to pojęcia synonimiczne³. Ujmując to wyrażenie uniwersalnie, można przyjąć, że „komunikowanie jest procesem porozumiewania się jednostek, grup lub instytucji”⁴. W odniesieniu do społecznego kontekstu komunikacja społeczna może być rozumiana jako przekazywanie informacji czy porozumiewanie się w celu ustalenia wspólnego stanowiska, a także podobnego rozumienia znaczeń,

¹ J. Gladys-Jakóbk, *Psychologiczno-społeczne uwarunkowania procesów komunikowania* [w:] *Media komunikacja biznes elektroniczny*, red. B. Jung, Warszawa 2001, s. 41.

² E. Kiezick-Kordzińska, *Szkola dialogu. Jak skutecznie porozumiewać się*, Warszawa 2004, s. 5.

³ M. Wolicki, *Wybrane problemy współczesnej psychologii*, Stalowa Wola 2008, s. 144.

⁴ *Ibidem*.

symboli, oraz idei⁵. Analiza wybranych definicji pojęcia „komunikacja” wskazuje, że można wyodrębnić kilka wspólnych jego cech – m.in. przekaz informacji, pomoc w zrozumieniu siebie i innych. tworzenie łączności i interakcji z innymi czy wręcz tworzenie kultury⁶.

Człowiek jest istotą społeczną, w ciągu całego swojego życia buduje i tworzy różne relacje, należy więc dołożyć starań w zakresie kształtowania kompetencji związanych z komunikacją. Sztuka porozumiewania się jest podstawową umiejętnością życiową, równie ważną jak te umożliwiające funkcjonowanie w szkole czy zarabianie pieniędzy⁷. *Communication* oznacza wejście z kimś w kontakt oraz wspólnotę⁸. Aby zaistniał kontakt, muszą istnieć czynniki związane z motywacją do kontaktu, ale i treść komunikatu. Komunikacja pełni kluczową rolę w budowaniu relacji i tworzeniu płaszczyzny porozumienia się, a więc budowania związków społecznych. Takie proste, bezpośrednie zdefiniowanie komunikacji Walery Pisarek odnosi do szerszego kontekstu. Uważa on, że najbardziej pierwotnym sposobem kontaktu rozumianego jako wchodzenie z kimś we wspólnotę jest przekazywanie cech rodziców własnemu potomstwu poprzez dziedziczenie – „polega ono na wytworzeniu nowych organizmów potomnych (osobników) przez organizmy rodzicielskie”⁹. Jest to pierwszy krok kierowany ku wspólnocie komunikacyjnej. Za drugi krok można uznać kwestię znaków, które tworzą zbiory, czyli języki¹⁰.

Komunikacja interpersonalna zachodzi podczas interakcji między ludźmi w różnym wieku. Człowiek jako istota społeczna pozostaje w procesie komunikacji z innymi ludźmi. Tworząc relacje społeczne, komunikuje się na różne sposoby – żyjąc i funkcjonując z innymi ludźmi, będąc osobą społecznie zależną, w każdej interakcji podejmuje akty komunikacji. Ponieważ „komunikacja jest istotą życia społecznego”¹¹, człowiek pozostaje w procesie komunikacji, zmieniając treść, formę i motywację do komunikacji. Komunikację interpersonalną w najprostszy sposób ująć można jako „przekazy czy informacje, które kierujemy do innych ludzi i od nich otrzymujemy”¹². Józef M. Dołęga uważa, że „komunikacja jest to proces, w którym jednostka przekazuje i otrzymuje informacje”¹³. Każdy człowiek porozumiewa się

⁵ *Ibidem*.

⁶ M. Golka, *Bariery w komunikowaniu się i społeczeństwo (dez)informacyjne*, Warszawa 2008, s. 4.

⁷ M. KcKay, M. Davis, P. Fanning, *Sztuka skutecznego porozumiewania się. Praca. Rodzina. Zabawa*, Gdańsk 2024, s. 9.

⁸ A. Krajewska, *Kompetencje personalne i społeczne*, Warszawa 2019, s. 19.

⁹ W. Pisarek, *Wstęp do nauki o komunikowaniu. Edukacja medialna*, Warszawa 2008, s. 9.

¹⁰ *Ibidem*, s. 10–11.

¹¹ P. Petrie, *Komunikacja w pracy z dziećmi i młodzieżą. Wprowadzenie do pedagogiki społecznej*, Poznań 2013, s. 16.

¹² *Ibidem*.

¹³ J.M. Dołęga, *Znak – język – symbole. Z podstawowych zagadnień komunikacji*, Warszawa 1991, s. 95.

z otoczeniem. Nie musi komunikować się za pomocą słów, a wymieniać spojrzenia, gestykulować, robić miny, bowiem każda próba kontaktu skutkuje reakcją¹⁴.

Komunikacja jest procesem złożonym, a Stefan Frydrychowicz podejmuje¹⁵ m.in. próbę zrozumienia jej natury. Powołuje się on na cztery podejścia metateoretyczne Roberta L. Heatha i Jenningsa Bryanta, które pozwolą przybliżyć teorię i badania dotyczące procesu komunikacji międzyludzkiej. Są to:

- metateoria praw naukowych (*Scientific Laws*),
- metateoria reguł (*Rules*),
- metateoria systemu (*Systems*),
- metateoria prawa potwierdzającego (*Covering Law*)¹⁶.

Wyjaśnienie prawideł rządzących procesem komunikacji w odniesieniu do tych czterech metateorii związane jest z istnieniem pewnych niezmiennych praw w tym procesie. Oznacza to ustalenie związków przyczynowo-skutkowych, więc zachowania w procesie komunikacji należy wiązać z reakcją, a nie z czynnością. Odbiorca zachowa się podobnie w sytuacjach nadawcy. Można zatem przyjąć, iż proces komunikacji jest siecią wzajemnych powiązań, a relacje w tym procesie nie są niezmiennie. Druga metateoria zakłada, że uczestnicy procesu komunikacji uczą się po prostu reguł i zasad komunikacji jak w przypadku np. gier i są one stosowane w akcie komunikacji przez jej uczestników. Ma to związek z oddziaływaniem kulturowym. Trzecia metateoria traktuje relacje między ludźmi jako złożone, współzależne, dynamiczne, samoregulujące się i zorientowane na cele, a media jako systemy: „Systems meta-theory treats relationships among people as complex, interdependent, dynamic, self-adjusting, and goal oriented. It treats media as systems”¹⁷. W czwartym ujęciu autorzy uważają, że zamiast oczekiwać, że w odniesieniu do komunikacji badacze odkryją pewne nowe prawa, należy mieć na uwadze, że nauki społeczne rozwijają się, gdy odkrywają wysoce prawdopodobne, ale nie absolutne powiązania pomiędzy wydarzeniami, zachowaniami oraz zmiennymi: „The covering law meta-theory was adopted to fill a void in research and theory development. It is less demanding than the scientific laws meta-theory. Rather than expecting research to discover invariant laws, this meta-theory reasons that social science makes acceptable progress when it discovers highly probable, but not absolute connections between events, behaviors, and variables”¹⁸.

Proces komunikacji odnosi się do wymiany informacji w relacji między jednostkami lub grupami, celem komunikacji społecznej jest natomiast wymiana informacji w odniesieniu do społeczeństwa, więc grup, społeczności, zespołów itp. „Komunikacja społeczna (nazywana również, choć rzadziej, «komunikowaniem

¹⁴ W. Pisarek, *Wstęp do nauki...*, s. 9.

¹⁵ S. Frydrychowicz, *Wymiary komunikacji. Klucz dostępu do efektywnej komunikacji interpersonalnej*, Kraków 2021, s. 7–13.

¹⁶ R.L. Heath, J. Bryant, *Human Communication Theory and Research. Concepts, Contexts, and Challenges*, New York 2000, s. 35.

¹⁷ *Ibidem*, s. 32.

¹⁸ *Ibidem*, s. 35.

społecznym») to proces porozumiewania się ludzi między sobą poprzez tworzenie, wymianę lub przekazywanie informacji w różnych kontekstach społecznych, np. między jednostkami, grupami, organizacjami¹⁹.

Komunikowanie jest zatem procesem złożonym i dynamicznym, opartym na licznych interakcjach. Przebiega w sposób ciągły, opiera się na kreatywności, stanowiąc jednocześnie nieodwracalny element ludzkiej egzystencji, a celowość i konkretne usytuowanie są kluczowe dla uzyskania płaszczyzny porozumienia. „Nie ma nikogo, kto nie komunikowałby się”²⁰ – komunikowanie występuje jako cecha dystynktywna człowieka. Tak jak ludzie, bywa różna i nacechowana wieloma barierami, które wpływają na jakość, przekaz i w ogóle zrozumienie komunikatu w procesie komunikacji. Jedną z najważniejszych zasad komunikacji jest więc to, „aby intencja nadawanej wiadomości była równa interpretacji odtworzonej wiadomości”²¹.

Cele procesu komunikacji

Komunikowanie najczęściej jest procesem przekazywania informacji, jednak ludzie komunikują się między sobą w różnym celu. W literaturze przedmiotowej autorzy wskazują na m.in. wyrażanie emocji, budowanie relacji i więzi, motywowanie, rozwiązywanie problemów, regulowanie zachowań, dostarczanie rozrywki czy też zbieranie informacji, a nawet budowanie wizerunku. Marian Wolicki wyróżnia następujące cele komunikowania się:

- informowanie,
- wyrażanie uczuć,
- pobudzanie wyobraźni,
- wywieranie wpływu (oddziaływanie),
- spełnianie społecznych oczekiwań (zachowanie rytuału)²².

Katarzyna Płuska nieco rozszerza zestaw głównych celów komunikacji, sprowadzając je do procesu porozumiewania się. Uważa ona, że ludzie, którzy potrafią się dobrze porozumiewać i kolokwialnie rzecz ujmując – „dogadać się”, realizują nadrzędny cel komunikacji, czyli współpracę. Z kolei osoby, które potrafią w rzeczywistości współpracować z innymi, m.in. mają wyższe poczucie własnej wartości, są tolerancyjne, dużo lepiej pełnią różne role społeczne, a przede wszystkim wykazują większy poziom zadowolenia z życia²³. Komunikowanie społeczne zawsze zachodzi w jakimś określonym celu, jakimś określonym kontekście społecznym.

¹⁹ *Komunikacja społeczna*, red. G. Ptaszek, Kraków 2024, s. 5.

²⁰ M. Golka, *Bariera w komunikowaniu się...*, s. IX.

²¹ E. Kiezik-Kordzińska, *Szkoła dialogu...*, s. 16.

²² M. Wolicki, *Wybrane problemy...*, s. 147.

²³ K. Płuska, *Miękko o kompetencjach. Samoocena umiejętności interpersonalnych*, ebook 2020, s. 23.

Właśnie fakt, że komunikowanie obok innych swoich cech ma charakter społeczny oraz stanowi proces kreatywny, ciągły, dynamiczny, a zarazem nieodwracalny i złożony, prowadzi do wniosku, że należy je postrzegać jako mechanizm kształtujący relacje międzyludzkie i funkcjonowanie społeczeństwa²⁴.

Proces komunikacji pełni funkcje poznawcze wskazane już przez Platona i Arystotelesa. Filozofowie zwracali uwagę na związek pomiędzy funkcją komunikacji a uznawanymi w starożytności składnikami psychiki człowieka: rozumem (*lógos*), uczuciem (*páthos*) i wolą (*éthos*)²⁵. Karl Bühler wskazał na funkcję reprezentatywną, ekspresywną oraz impresywną, przy czym trójpodział odnosi się do aktu mowy, gdzie ekspresja skierowana jest na nadawcę, impresja – na odbiorcę, a reprezentacja – na rzeczywistość pozajęzykową²⁶, a Roman Jakobson w 1960 r. dołączył do powyższych trzy dodatkowe – funkcję fatyczną, metajęzykową oraz poetycką²⁷.

Dokonując klasyfikacji funkcji w procesie komunikacji, a także uwzględniając wymiar komunikacji publicznej, należy wykorzystać otwartą, wielopłaszczyznową typologię. Walery Pisarek wiąże funkcję komunikacji z kryterium przyjętym w procesie komunikacyjnym²⁸. Autor wyróżnia w fazie aktu funkcję intencjonalną, nadaną oraz realnie pełnioną, w przypadku świadomości nadawcy – funkcję zamierzoną oraz niezamierzoną. Uwzględniając system wartości, rozróżnia funkcję pożądaną oraz niepożądaną, natomiast z punktu widzenia uczestników – funkcję na rzecz nadawcy, odbiorcy oraz społeczności. W zależności od celu komunikacji można mówić o funkcji integrującej i socjalizującej, informacyjnej, perswazyjnej, zabawowej, wychowawczej, opiniotwórczej, popularyzatorskiej, propagandowej oraz reklamowej. Rodzaje funkcji komunikacji mogą być również determinowane sposobem komunikowania (funkcja powiadamiająca i komentująca) albo zakresem bądź dziedziną komunikowania (funkcja polityczna, gospodarcza, oświatowa, kulturalna, administracyjna, prawna, językowa, estetyczna, muzyczna czy plastyczna). Ostatnim kryterium wyodrębnionym przez Pisarkę jest skutek komunikowania się – w ramach tego kryterium autor przypisał funkcjom charakter socjalizacyjny, integracyjny, innowacyjny, inspirujący, usypiający, kryminogenny oraz opiniotwórczy i postawotwórczy.

Funkcje komunikacji są w literaturze łączone bezpośrednio z szerszym ujęciem funkcji języka. Grace A. de Laguna (1927) wyróżniła funkcje społeczną, psychologiczną i regulacyjną, natomiast Lew Wygotski wskazał na autoekspresję i socjalizację²⁹. Harold Lasswell i Wilbur Schramm wyróżniali funkcje: stała analiza i obserwowanie otoczenia, poprawa we współdziałaniu społeczności oraz transmisja dziedzictwa społecznego i kulturowego³⁰. Schramm porównuje funkcje komunikacji do ról strażnika

²⁴ M. Wolicki, *Wybrane problemy...*, s. 145.

²⁵ W. Pisarek, *Wstęp do nauki...*, s. 156.

²⁶ *Ibidem*, s. 156–157.

²⁷ *Ibidem*.

²⁸ *Ibidem*, s. 175–176.

²⁹ Z. Necki, *Komunikacja międzyludzka*, Kraków 2000, s. 100.

³⁰ *Ibidem*, s. 55.

(rozpoznawanie otoczenia), decydena (podejmowanie decyzji o kierunkach działań) oraz nauczyciela (prowadzenie działań socjalizujących)³¹. Spośród kryteriów funkcji procesu komunikacji najważniejsze to wymiana informacji i socjalizacja.

Komunikacja, oprócz porozumiewania się z otoczeniem, wymaga odpowiedniej struktury³², a „proces komunikacji jest zanurzony, czy mówiąc inaczej – rozgrywa się w środowisku interakcji międzyludzkich i jest ich częścią”³³. Do cech interakcji społecznych, które można odnieść do procesu komunikacji, należą:

- „zachowanie osoby, jak i ona sama mogą być bodźcem inicjującym interakcję,
- równoczesność, współzależność, wzajemne uwarunkowanie aktywności jednostek,
- wzajemne ustosunkowanie się o charakterze jednoczesnym bądź naprzemiennym,
- wywieranie wpływu na drugą osobę, głównie za pośrednictwem komunikacji,
- koordynacja i synchronizacja zachowań i czynności uczestników interakcji”³⁴.

Uczestnicy procesu komunikacji

Komunikacja jako proces zachodzi w aktach komunikacyjnych, które Zbigniew Nęcki³⁵ ujmuje jako propozycję, radę, prośbę, polecenie, obietnicę, zgodę oraz odmowę. Do podstawowych ogniw procesu komunikacji należą: nadawca, odbiorca, kanał, przekaz, kontekst, szumy (zewnętrzne i wewnętrzne) oraz sprzężenie zwrotne, które kształtują efekt komunikatu.

Nadawca stanowi „podmiot komunikowania, który bezpośrednio lub pośrednio jest odpowiedzialny za treść i formę przekazu. Bywa też nazywany komunikatorem i źródłem przekazu”³⁶. Odbiorcę określa się jako adresata lub recypienta³⁷, czyli to „osoba lub grupa ludzi, która stanowi audytorium dla nadawcy”³⁸. Przekaz to „treści intelektualne i emocjonalne przenoszone między nadawcą i odbiorcą”³⁹, natomiast komunikat to „przekaz, tekst kierowany przez nadawcę do odbiorcy”⁴⁰. Marian Wolicki wyróżnia w komunikacji cztery płaszczyzny: treści (jak ją przekazać, aby była zrozumiała?), relacji (jak traktuję innych ludzi?), otwartości (co daję z siebie?) oraz apelu (co chcę osiągnąć?)⁴¹.

³¹ *Ibidem*.

³² S. Frydrychowicz, *Wymiary komunikacji...*, s. 24.

³³ *Ibidem*.

³⁴ *Ibidem*, s. 26.

³⁵ Z. Nęcki, *Komunikacja międzyludzka*, s. 54.

³⁶ W. Pisarek, *Wstęp do nauki...*, s. 20.

³⁷ *Ibidem*.

³⁸ S.P. Morreale, B.H. Spitzberg, J.K. Barge, *Komunikacja między ludźmi. Motywacja, wiedza i umiejętności*, Warszawa 2007, s. 34.

³⁹ W. Pisarek, *Wstęp do nauki...*, s. 20.

⁴⁰ K. Płuska, *Miękko o kompetencjach...*, s. 22.

⁴¹ M. Wolicki, *Wybrane problemy...*, s. 148.

Kanał, czyli droga przemieszczania się informacji, jest „środkiem przekazu wiadomości”⁴². Można wyróżnić kanały: werbalny, wokalny oraz niewerbalny, obejmujący nie tylko mowę ciała, ale i proksemikę⁴³. Z uwagi na środek przekazu informacji rozróżnia się kanały pisemne, werbalne, pozawerbalne lub zapośredniczone.

Szumy to zakłócenia pochodzące z otoczenia (szumy zewnętrzne) lub z natury nadawcy lub odbiorcy (szumy wewnętrzne). Szumy zewnętrzne obejmują hałas, czynniki rozpraszające czy niekorzystne warunki środowiskowe, natomiast wewnętrzne – brak motywacji do mówienia/słuchania, rozproszenie, złe samopoczucie lub trudne słownictwo. Proces komunikacji obejmuje również kodowanie i dekodowanie – przekształcanie intencji nadawcy na kod oraz jego interpretację przez odbiorcę⁴⁴.

W pedagogice istotne jest uwzględnienie modelu komunikacji w kontekście motywacji nadawcy i potrzeb uczestników (np. w sytuacjach wychowawczych). Model liniowy (linearny), jednostronny, stworzony przez Claude’a E. Shannona i Warrena Weavera w 1949 r., służy do transferu informacji: nadawca koduje i przekazuje informacje do odbiorcy, który je odbiera i dekoduje, bez możliwości interakcji odbiorcy z nadawcą⁴⁵. Przykładem tego modelu jest wykład lub przemówienie bez możliwości zadawania pytań.

Innym modelem komunikacji jest model interakcyjny, dwustronny, sprzężony, przedstawiany przez S.P. Morreale’a, B.H. Spitzberga i J.K. Barge’a. Model ten dodaje pętlę sprzężenia zwrotnego łączącego nadawcę z odbiorcą, co sprawia, że komunikacja nie ma charakteru jednostronnego, a proces przekazywania informacji zachodzi w schemacie kołowym. Autorzy ci podkreślają, że uczestnicy mogą zamieniać się rolami, pełniąc funkcję zarówno nadawcy, jak i odbiorcy⁴⁶. Denis D. Umstot określił czynności nadawcy i odbiorcy w tym modelu, a także formy wiadomości przekazywanych w procesie komunikacji⁴⁷. Nadawca „koduje wiadomość w słowach lub sygnałach niewerbalnych”⁴⁸, odbiorca „dekoduje wiadomość, nadaje znaczenie sygnałom niewerbalnym, transmituje sprzężenia zwrotne”, a wiadomość przyjmuje formy jako „diagramy, mowa, sygnały niewerbalne, obrazy, pismo”⁴⁹. Model ten znajduje zastosowanie m.in. w rozmowie telefonicznej czy w wywiadzie.

Model transakcyjny zakłada, że uczestnicy procesu komunikacji jednocześnie nadają i odbierają komunikaty. Nadawca, przekazuje komunikat werbalny,

⁴² S.P. Morreale, B.H. Spitzberg, J.K. Barge, *Komunikacja między ludźmi...*, s. 34.

⁴³ G. Kuś, *Trening umiejętności w zakresie komunikacji werbalnej i niewerbalnej. Materiały szkoleniowe, Projekt: „Nauczyciel doskonały (ND) – jakość podstawą sukcesu” współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego*, Warszawa 2012, s. 16.

⁴⁴ B.R. Kuc, J.M. Moczydłowska, *Zachowania organizacyjne. Podręcznik akademicki*, Warszawa 2009, s. 196.

⁴⁵ *Ibidem*, s. 34.

⁴⁶ *Ibidem*, s. 36.

⁴⁷ *Ibidem*, s. 197.

⁴⁸ *Ibidem*.

⁴⁹ *Ibidem*.

a odbiorca może reagować sygnałami pozawerbalnymi – mimiką, postawą czy wzrokiem⁵⁰. Dzięki temu komunikacja staje się bardziej dynamiczna i interakcyjna. Przykładem może być dialog, w którym obie strony uczestniczą aktywnie.

W literaturze wyróżnia się także inne modele, np. model cyrkularny, w którym informacje wymieniane są wielokrotnie, aż do uzyskania porozumienia, np. podczas dyskusji grupowej, gdzie następuje wymiana poglądów, czego efektem jest uzyskanie porozumienia⁵¹. Kolejny model – transmisji – wskazuje, że komunikaty nadawane są przez nadawcę poprzez różne kanały i narzędzi, np. elektroniczne środki komunikacji, kiedy wysyłane są wiadomości mailowe. Model konstruktywistyczny zakłada istnienie procesu tworzenia znaczenia i jego rozumienia, np. podczas debaty, gdzie występuje wymiana argumentów poprzez wykorzystywanie doświadczeń każdego z uczestników procesu komunikacji. Model komunikacji niewerbalnej koncentruje się na pozawerbalnych aspektach interakcji. Inne typy to modele komunikacji w mediach społecznościowych, zespołach czy relacjach międzyludzkich⁵². W zależności od uszeregowania ogniw procesu komunikacji wyróżnia się model transferu informacji – obejmujący nadawcę, komunikat i odbiorcę – oraz model uzgadniania, w którym komunikowanie się jest procesem kołowym: „nadawca i odbiorca wchodzą w te dwie role naprzemiennie, dzięki tzw. pętli sprzężenia zwrotnego”⁵³.

Analiza ogniw komunikacji pozwala dostrzec związek pomiędzy komunikacją a społeczeństwem: „społeczność powstaje, gdy ludzie wiążą się ze sobą”⁵⁴. Tworzą się wówczas zachowania zbiorowe, wynikające z interakcji, które są istotnym elementem procesu komunikacji, pomagając dostosować odpowiedni model do osiągnięcia pożądanego efektu⁵⁵.

Metody i sposoby komunikacji

W literaturze przedmiotu można wyróżnić różne ujęcia metod komunikowania się. Przykładem jest model kwadratu wypowiedzi i „czworo uszu”⁵⁶, w którym podstawę tworzą dwa typy sygnałów: digitalne (słowa, liczby i symbole) oraz analogowe (mimika, gesty, ruchy, emocje, kontekst oraz stosunek do przedstawionych treści). Jak wskazuje model, nie można przekazywać komunikatów cyfrowych bez

⁵⁰ *Ibidem*, s. 36–37.

⁵¹ Redakcja, *Jakie są modele komunikacji?*, Jakie są modele komunikacji? - syndications.pl (1.08.2025).

⁵² *Ibidem*.

⁵³ *Komunikacja społeczna*, red. G. Ptaszek, Kraków 2024, s. 8.

⁵⁴ S.P. Morreale, B.H. Spitzberg, J.K. Barge, *Komunikacja między ludźmi...*, s. 41.

⁵⁵ *Ibidem*.

⁵⁶ M. Mądry-Kupiec, *Style porozumiewania się F. Schulza von Thuna w kontekście wychowania* [w:] *Przygotowanie do wykonywania zawodu nauczyciela: w stronę edukacji spersonalizowanej*, red. S. Kowal, M. Mądry-Kupiec, Będzin 2015, s. 120.

emisji płaszczyzny analogowej. Z perspektywy Friedemanna Schulza von Thuna komunikat można ujmować na czterech poziomach: treści merytorycznej (treści wiadomości), ujawniania własnego Ja (odkrycie siebie), określenia wzajemnych relacji (odkrycie więzi nadawcy z odbiorcą) oraz apelu (czyli tego, czego nadawca oczekuje od odbiorcy)⁵⁷.

Pojęcia „środek przekazu”, „środek komunikowania” lub „medium”⁵⁸ są zróżnicowane. Marian Golka wyróżnia cztery poziomy: szeroki – obejmujący wszystkie formy komunikowania (mowa, pismo, telefon, telewizja, internet); średni – każde narzędzie komunikacji; wąski – duże systemy elektroniczne (radio, telewizja, prasa) oraz największy – cyfrowe przetwarzanie i przesyłanie informacji za pośrednictwem internetu⁵⁹.

Metody komunikacji mogą się różnić w zależności od poziomu i sposobu porozumiewania się. W większości podział zorientowany jest na komunikowanie werbalne i niewerbalne, formalne i nieformalne, a także poziome i pionowe⁶⁰. W komunikacji werbalnej „podstawowym środkiem jest język, który umożliwia wyrażenie znaczenia komunikowanych idei i uczuć. Dzieje się to jednak wtedy, gdy dźwięki i symbole rozumiane są przez wszystkich członków procesu komunikowania”⁶¹. Komunikacja pozawerbalna obejmuje język ciała, mimikę, porozumiewanie się za pomocą zmysłów, ton głosu, dystans między uczestnikami, paralingwistykę czy wygląd.

Komunikacja interpersonalna dotyczy głównie bezpośrednich relacji społecznych, natomiast masowa to „proces emisji komunikatów od nadawcy medialnego (komunikatora masowego) do publiczności środków masowego przekazu za pośrednictwem mass mediów”⁶². Marian Wolicki podkreśla, że „u podstaw wszelkich procesów komunikowania leży komunikowanie interpersonalne, dokonujące się w ramach organizmu i psychiki każdej jednostki”⁶³.

Komunikacja formalna odbywa się na drodze zależności służbowej i ma miejsce wtedy, kiedy wskazana jest uporządkowana struktura obiegu informacji – w urzędach, w pracy, w szkołach czy innych organizacjach. W odniesieniu do tego rodzaju komunikacji zaangażowana jest odpowiednia struktura oraz hierarchia, a także przepływ informacji ustny i pisemny. Przykładem są dokumenty prawne, korespondencja i spotkania służbowe, rozmowy z pracownikami czy przesyłanie raportów. Tym, co dodatkowo charakteryzuje komunikację formalną, jest profesjonalizm

⁵⁷ *Ibidem*.

⁵⁸ M. Golka, *Bariery w komunikowaniu się...*, s. 6.

⁵⁹ *Ibidem*, s. 6–7.

⁶⁰ B.A. Sypniewska, *Istota, błędy i bariery w komunikowaniu się w organizacji*, „Zeszyty Naukowe PWSZ w Płocku Nauki Ekonomiczne” 2015, t. XXI, s. 67–73.

⁶¹ A. Frączek, *Komunikacja interpersonalna*, „Studia Gdańskie. Wizje i Rzeczywistość” 2012, nr 9, s. 122.

⁶² B. Dobek-Ostrowska, *Podstawy komunikowania społecznego* [w:] *Encyklopedia psychologii*, red. W. Szewczuk, Warszawa 1998, s. 22.

⁶³ M. Wolicki, *Wybrane problemy...*, s. 145.

i język służbowy oraz ograniczony udział relacji osobistych. Komunikacja nieformalna z kolei wykorzystuje język potoczny, skróty i nastawienie na rozmowę „tu i teraz”, bez zbędnego określania ram i strategii prowadzenia rozmowy. Przykładem takiej komunikacji mogą być codzienne rozmowy na różne tematy, komentowanie wydarzeń w mediach społecznościowych czy rozmowy towarzyskie. Taki rodzaj komunikacji zdecydowanie wpływa na poprawę więzi i relacji społecznych, zmniejszenie dystansu oraz zbudowanie poczucia zaufania. Z drugiej strony może powodować różnego rodzaju trudności w zrozumieniu przekazu z powodu spontanicznego języka.

Komunikacja pionowa przebiega zgodnie z liniami nadrzędności i podporządkowania (w dół lub w górę), natomiast pozioma zachodzi między osobami na tym samym poziomie zależności i jest nastawiona głównie na współpracę.

Walery Pisarek wyróżnia różne modele komunikacji w zależności od wykorzystanych mediów i układu nadawcy i odbiorcy:

- a) jeden nadawca do jednego odbiorcy (w tej sytuacji może być fakultatywne sprzężenie zwrotne, czyli odpowiedź może być lub nie musi), np. list czy wiadomość e-mail;
- b) z wymiennością ról pomiędzy nadawcą i odbiorcą, np. rozmowa telefoniczna, rozmowa za pomocą narzędzi;
- c) jeden nadawca do wielu odbiorców, np. pismo czy komunikacja organizacyjna w sieci;
- d) jeden nadawca do nieograniczonej liczby potencjalnych, np. telewizja, książki, gazety i czasopisma czy strony WWW;
- e) wielu odbiorców do jednego nadawcy, np. zeznania podatkowe;
- f) wielu partnerów – nadawców i odbiorców (wybranych lub potencjalnych) do wielu nadawców i odbiorców (również wybranych lub potencjalnych), np. listy, e-maile, czaty, komunikatory⁶⁴.

Tomasz Goban-Klas klasyfikuje układy partnerów komunikacji w cztery typy: alokacja, konwersacja, konsultacja i rejestracja⁶⁵. Kryterium podziału może również uwzględniać środki wyrazu, czyli typy kodu, np. pismo, obraz statystyczny, obraz ruchomy i dźwięk. Uwzględniając polisensoryczne oddziaływanie mediów, klasyfikację można poszerzyć o promocję, pozycjonowanie marki, produktu lub marketing, a także reklamę społeczną, public relations czy komunikację elitarną (hegemoniczną, petycyjną lub asocjacyjną)⁶⁶. Komunikacja może być też klasyfikowana według zasięgu oddziaływania: międzynarodowa, międzykulturowa, lokalna, regionalna czy wewnętrzna⁶⁷.

⁶⁴ W. Pisarek, *Wstęp do nauki...*, s. 92–94.

⁶⁵ T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa 1999, s. 77–78.

⁶⁶ W. Pisarek, *Wstęp do nauki...*, s. 97–98.

⁶⁷ *Ibidem*, s. 100.

Analizując metody komunikacji, należy uwzględnić strefy przestrzenne w interakcjach pozawerbalnych. Jedną z klasyfikacji wyróżnia:

- strefę intymną, obejmującą bezpośredni kontakt: 15–45 cm,
- strefę osobistą: 46–120 cm,
- strefę społeczną: 120–360 cm,
- strefę publiczną: powyżej 360 cm⁶⁸.

Proces komunikacji w ujęciu empirycznym

Do badania procesu komunikacji wśród adolescentów zastosowano metodę sondażu diagnostycznego z autorskim kwestionariuszem online (Google Forms). Badaniami objęto 60 osób w wieku 15–18 lat z terenu powiatu stalowowolskiego. Kwestionariusz zawierał pytania, które dotyczyły odpowiedzi na problem główny: W jaki sposób komunikacja interpersonalna warunkuje relacje rówieśnicze? Pytania w ankiecie dotyczyły przede wszystkim następujących obszarów: formy i częstotliwości komunikacji, preferencji i skuteczności, jeśli chodzi o różne sposoby komunikacji, tematów rozmów prowadzonych w grupie rówieśniczej, a także roli mediów społecznościowych, umiejętności społecznych nabywanych poprzez różne interakcje w grupie rówieśniczej oraz znaczenia komunikacji, jeśli chodzi o wartości i przekonania adolescentów. Prowadzone badania miały na celu nie tylko przeanalizowanie aspektu technologicznego komunikacji (np. wykorzystania mediów społecznościowych i narzędzi stosowanych w procesie komunikacji młodzieży), ale również uwarunkowań społecznych odnoszących się m.in. do funkcji aksjologicznej komunikacji czy też związanej z umiejętnościami nawiązywania i budowania relacji interpersonalnych.

W kontekście form i częstotliwości komunikacji można jednoznacznie stwierdzić, iż respondenci korzystają z komunikacji werbalnej, bezpośredniej, na równi z komunikacją online za pomocą aplikacji i narzędzi internetowych. Ponadto w przypadku komunikacji pośredniej to właśnie media społecznościowe i komunikatory są najczęściej wykorzystywane przez młodzież w codziennych kontaktach. Wyniki badań jednoznacznie wykazują, iż mimo powszechnej opinii odnośnie do braku komunikacji werbalnej, bezpośredniej w przypadku młodzieży komunikacja ta nadal odgrywa bardzo istotną rolę w relacjach rówieśniczych.

Analizując preferencje i skuteczność komunikacji wśród adolescentów, zauważa się, że młodzież zdecydowanie wybiera formy komunikacji, które pozwalają łączyć bliskość emocjonalną i komfort. W związku z tym wśród preferencji dotyczących sposobu komunikacji znalazły się rozmowy bezpośrednie, ale i wiadomości

⁶⁸ A. Chmielowska-Marmucka, B. Górską, *O komunikacji interpersonalnej – werbalnej, niewerbalnej i wokalnej wymianie sygnałów w kontekście edukacyjnym*, „Problemy Współczesnej Pedagogiki” 2015, nr 1, s. 27–28.

tekstowe przesyłane za pomocą urządzeń multimedialnych. Młodzież zauważa też znaczenie komunikacji pozawerbalnej, jeśli chodzi o budowanie relacji.

Młodzież regularnie korzysta z mediów społecznościowych i jest to kwestia dość indywidualna, jeśli chodzi o częstotliwość wykorzystania ich w codziennej komunikacji. Na podstawie wyników badań nie udało się jednoznacznie wskazać, które czynniki mają znaczenie w kontekście zależności częstotliwości korzystania z mediów. Warto jednak podkreślić, że młodzież uważa, że media pozytywnie wpływają na relacje, ale z drugiej strony adolescenci zdają sobie sprawę z tego, że komunikacja online może zmieniać sposób np. wyrażania emocji (przekazywanie komunikatów za pomocą emotikon). Respondenci są świadomi tego, że może to służyć lub zmieniać treść przekazu w relacjach, a także ograniczać sferę emocjonalną.

W przypadku umiejętności komunikacyjnych i społecznych dość ciekawy wniosek można wysunąć, jeśli chodzi o deklaracje ankietowanych odnośnie do sytuacji konfliktowych. Badani zauważają i doceniają znaczenie komunikacji w przypadku rozwiązywania konfliktów i pomocy w sytuacjach trudnych. Ponadto uznają, że interakcje z rówieśnikami pozwalają na rozwijanie u nich empatii, umiejętności aktywnego słuchania czy też argumentowania swojego stanowiska w przypadku konfliktów. Te umiejętności przyczyniają się do budowania kompetencji społecznych i są uznawane przez respondentów za ważne i przydatne w innych sferach życia, m.in. szkolnej, ale i rodzinnej, a w przyszłości – również zawodowej.

Interesujące są wyniki badań, które odnoszą się do znaczenia komunikacji w budowaniu wartości oraz przekonań. Respondenci potwierdzili, że komunikacja z rówieśnikami ma znaczenie, jeśli chodzi o ich wartości i przekonania, a także funkcjonowanie jednostki w aspekcie psychospołecznym. Przy okazji pytań dotyczących tematyki rozmów respondenci wskazywali na wymianę opinii, ale i wsparcie emocjonalne oraz dzielenie się doświadczeniami, co w wybranej literaturze przedmiotu uznawane jest za element, który może się przyczyniać bezpośrednio do rozwoju jednostki. Dla wielu respondentów jest to również źródło tożsamości i kształtowania światopoglądu.

Wyniki przeprowadzonych badań wskazują jednoznacznie, że wspieranie świadomej komunikacji wśród adolescentów, zarówno w formach bezpośrednich, jak i za pomocą mediów, jest kluczowe dla budowania relacji, nawiązywania i utrzymywania kontaktów społecznych oraz kształtowania płaszczyzny aksjologicznej i zaspokajania potrzeby afiliacji. W pracy wychowawczej warto zadbać o wzmacnianie kompetencji komunikacyjnych młodzieży w zakresie aktywnego słuchania, rozwiązywania problemów i konfliktów oraz wyrażania emocji. W pracy z młodzieżą nie może zabraknąć edukacji medialnej i cyfrowej, aby budować krytyczną postawę wobec technologii cyfrowej. Istotne wydaje się również zwracanie uwagi na promowanie komunikacji i kontaktów bezpośrednich oraz rozwijanie empatii i tworzenie przestrzeni do budowania autentycznych relacji. Warto też zadbać o wsparcie dla młodzieży, która wykazuje braki w kompetencjach komunikacyjnych, co może się przyczyniać do wykluczenia z grupy rówieśniczej.

Podsumowanie

Komunikacja interpersonalna w społeczeństwie jest czynnikiem, który realizuje wiele funkcji, i jednocześnie sama jest uwarunkowana wieloma czynnikami. Pełni kluczową rolę w kształtowaniu relacji oraz funkcjonowaniu społecznym jednostek. Znaczenie komunikacji jest również bardzo ważne z punktu widzenia rozwoju psychospołecznego zwłaszcza młodych ludzi, kształtowania ich tożsamości oraz realizacji potrzeb afiliacji. Wyniki badań jednoznacznie potwierdzają, że komunikacja odgrywa fundamentalną rolę w nawiązywaniu, budowaniu i podtrzymywaniu kontaktów oraz relacji w środowisku rówieśniczym młodzieży. Adolescenci aktywnie korzystają z tradycyjnych form kontaktu, ale i wykorzystują kanały oraz narzędzia cyfrowe – media społecznościowe i komunikatory internetowe. Należy zwrócić uwagę na fakt, że młodzież dostrzega nie tylko sam komunikat i jego treść, ale też wartość komunikacji i możliwość przekazywania intencji nadawcy w zależności od wykorzystanej formy komunikacji. Interakcje rówieśnicze stanowią przestrzeń do rozwoju kompetencji komunikacyjnych związanych z aktywnym słuchaniem czy umiejętnością rozwiązywania konfliktów i sytuacji trudnych. To, co istotne dla pedagogów w pracy wychowawczej, to fakt, że młodzi dostrzegają wartość komunikacji rówieśniczej w budowaniu ich własnej tożsamości. Warto zatem dołożyć starań, aby instytucje skupiające młodzież w różnych formach pracy budowały przestrzeń umożliwiającą doświadczania wartości komunikacji w praktyce – w kontaktach z rówieśnikami, ale i dorosłymi, który mogą być przykładem i modelować sposób komunikowania się w relacjach międzyludzkich.

Bibliografia

- Chmielowska-Marmucka A., Górską B., *O komunikacji interpersonalnej – werbalnej, niewerbalnej i wokalne wymianie sygnałów w kontekście edukacyjnym*, „Problemy Współczesnej Pedagogiki” 2015, nr 1.
- Dobek-Ostrowska B., *Podstawy komunikowania społecznego* [w:] *Encyklopedia psychologii*, red. W. Szewczuk, Warszawa 1998.
- Dołęga J.M., *Znak – język – symbole. Z podstawowych zagadnień komunikacji*, Warszawa 1991.
- Frączek A., *Komunikacja interpersonalna*, „Studia Gdańskie. Wizje i Rzeczywistość” 2012, nr 9.
- Frydrychowicz S., *Wymiary komunikacji. Klucz do efektywnej komunikacji interpersonalnej*, Kraków 2021.
- Gładys-Jakóbiak J., *Psychologiczno-społeczne uwarunkowania procesów komunikowania* [w:] *Media komunikacja biznes elektroniczny*, red. B. Jung, Warszawa 2001.
- Goban-Klas T., *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa 1999.
- Golka M., *Bariery w komunikowaniu się i społeczeństwo (dez)informacyjne*, Warszawa 2008.
- Heath R.L., Bryant J., *Human Communication Theory and Research. Concepts, Contexts, and Challenges*, New York 2000.

- KcKay M., Davis M., Fanning P., *Sztuka skutecznego porozumiewania się. Praca. Rodzina. Zabawa*, Gdańsk 2024.
- Kiezik-Kordzińska E., *Szkoła dialogu. Jak skutecznie porozumiewać się*, Warszawa 2004.
- Komunikacja społeczna*, red. G. Ptaszek, Kraków 2025.
- Krajewska A., *Kompetencje personalne i społeczne*, Warszawa 2019.
- Kuc B.R., Moczyłowska J.M., *Zachowania organizacyjne. Podręcznik akademicki*, Warszawa 2009.
- Kuś G., *Trening umiejętności w zakresie komunikacji werbalnej i niewerbalnej. Materiały szkoleniowe, Projekt: „Nauczyciel doskonały (ND) – jakość podstawą sukcesu” współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego*, Warszawa 2012.
- Mądry-Kupiec M., *Style porozumiewania się F. Schulza von Thuna w kontekście wychowania [w:] Przygotowanie do wykonywania zawodu nauczyciela: w stronę edukacji spersonalizowanej*, red. S. Kowal, M. Mądry-Kupiec, Będzin 2015.
- Morreale S.P., Spitzberg B.H., Barge J.K., *Komunikacja między ludźmi. Motywacja, wiedza i umiejętności*, Warszawa 2007.
- Necki Z., *Komunikacja międzyludzka*, Kraków 2000.
- Petrie P., *Komunikacja w pracy z dziećmi i młodzieżą. Wprowadzenie do pedagogiki społecznej*, Poznań 2013.
- Pisarek W., *Wstęp do nauki o komunikowaniu. Edukacja medialna*, Warszawa 2008.
- Płuska K., *Miękko o kompetencjach. Samoocena umiejętności interpersonalnych*, ebook 2020.
- Redakcja, *Jakie są modele komunikacji?*, Jakie są modele komunikacji? - syndications.pl (1.08.2025).
- Sypniewska B.A., *Istota, błędy i bariery w komunikowaniu się w organizacji*, „Zeszyty Naukowe PWSZ w Płocku Nauki Ekonomiczne” 2015, t. XXI.
- Wolicki M., *Wybrane problemy współczesnej psychologii*, Stalowa Wola 2008.