

O warunkach uprawiania historii idei komunikacji

Wprowadzenie

Historia komunikacji utożsamiana jest najczęściej z historią mediów, a dokładniej, z historią technologii komunikacyjnych (materialnych narzędzi służących do komunikacji) lub przemysłów medialnych (najczęściej instytucji utożsamianej z konkretnym kanałem telewizyjnym, tytułem prasy narodowej itd.). W tym tekście chcę pokazać, że w ramach historii komunikacji mieści się również – a w przyjmowanej przeze mnie perspektywie przede wszystkim – historia idei komunikacji, którą można zwać także historią wyobrażeń o komunikacji lub historią sposobów myślenia o komunikacji. W języku polskim, kiedy piszę o „historii komunikacji”, to jedynie z kontekstu wynika, czy chodzi mi o dzieje pewnych zjawisk czy teżo dyscyplinę zajmującą się nimi. Dlatego też – zgodnie z konwencją przyjętą i uzasadnioną w innym miejscu (Kulczycki, 2015) – tylko wtedy będę się posługiwał terminem „historia komunikacji”, kiedy będę mówił o historii („dziejach”) przeszłych zjawisk komunikacyjnych. Natomiast pisząc o dyscyplinie zajmującej się takim przedmiotem badawczym, będę się posługiwał terminem „komunikologia historyczna”. Przyjmuję zatem, że *historia idei komunikacji* jest jednym ze sposobów uprawiania *komunikologii historycznej*.

Celem niniejszego opracowania jest więc wskazanie warunków, które należy spełnić, aby uprawiać historię komunikacji nie przez pryzmat *medium*, *mediów* czy *mediatywacji*, lecz poprzez sposoby mówienia, pisania i wyobrażania sobie tego, co dzieje się, kiedy się komunikujemy. Innymi słowy, chcę pokazać, że redukcja historii komunikacji do historii mediów nie stanowi jedynej możliwości radzenia sobie z przeszłymi zjawiskami komunikacyjnymi. Moje rozważania – próbujące włączać historię sposobów myślenia o komunikacji do badań komunikologicznych – wiele zawdzięczają przede wszystkim badaniom Roberta T. Craiga (1999), Williama Shorta (2012; 2013), Roba Wisemana (2007a; 2007b), Johna Durhama Petersa (2001; 2008), Klausa Bruhna Jensena (2002) i Michaela Schudsona (1991), którzy jako pierwsi podjęli się włączenia wątków „wyobrażeniowych” do studiów nad komunikacją. Oczywiście, możemy odnaleźć dzieła jeszcze wcześniejsze, pierwszym będzie *Communication History* autorstwa Johna D. Stevensa i Hazel Dicken Garcii (1980), jednakże systematyczne prace nad kształtującą się komunikologią historyczną trwają zaledwie od kilkunastu lat. Kamieniem milowym jest tu opublikowany przez prestiżowe towarzystwo International Communication Association w 2013 roku podręcznik pt. *Handbook of Communication History* – właśnie z zakresu historii komunikacji (Simonson et al., eds, 2013). Prowadzone przeze mnie badania nad historią idei komunikacji (z oczywistych względów w tym miejscu znajdzie się zaledwie skrótowe omówienie jednego z zasadniczych wątków) są próbą nałożenia „filozoficznej refleksji” na różne rozważania naukowców (zadające pytanie, czym zajmuje się historia idei komunikacji), komunikologiczne (pytające o to, czy komunikacja zawsze jest transmisją) oraz historyczne (podnoszące kwestię możliwości badania zmian narracji o pojęciach).

W związku z powyższym w drugiej części opracowania przedstawię główne kierunki, jakie wyłoniły się w ramach badań przeszłych zjawisk komunikacyjnych. Trzecia część będzie natomiast służyła wskazaniu najważniejszych ustaleń niezbędnych do dalszego

dookreślenia przesłanek uprawiania tak zarysowanej historii idei komunikacji. Będą to warunki, które pozwalają postrzegać historię zjawisk komunikacyjnych w perspektywie filozoficznej. Ostatnia część, będąca podsumowaniem, wskaże możliwe obszary aplikacji niniejszych analiz.

Oczywiście cel, który sobie stawiam, jest ambitny i trudny, przez co niemożliwy do całościowego zrealizowania w tak krótkim tekście. Dlatego też nie będę przywoływał uzasadnień wszystkich założeń i wyborów metodologicznych. Zainteresowanych Czytelników pozwalam sobie odesłać do swoich innych opracowań oraz do publikacji Michała Wendlanda, wraz z którym próbujemy się mierzyć ze stawianym tutaj problemem. Staramy się skonstruować wspomnianą „filozoficzną refleksję” mającą pozwolić na uprawianie historii komunikacji w sposób filozoficznie satysfakcjonujący. Prace, do których warto sięgnąć, to przede wszystkim dwie monografie (Kulczycki, 2015; Wendland, 2014b) oraz kilka artykułów (Kulczycki, 2014a; 2014b; Wendland, 2013; 2014a) – stanowią one fundament niniejszych rozważań i są efektami badań nad projektem filozoficznego ujęcia historii idei komunikacji.

W tym miejscu nie mogę jednakże uciec od wskazania fundamentalnego założenia, jakim jest przyjmowana przeze mnie definicja komunikacji. Okazuje się bowiem, że kiedy filozof zadaje pytanie z zakresu metodologii jakiejś dyscypliny szczegółowej, to Interesuje go przede wszystkim to, w jaki sposób używane są poszczególne pojęcia. Dlatego też, chcąc pisać o uprawianiu historii idei komunikacji oraz próbując rekonstruować dotychczasowe rozważania prowadzone przez przedstawicieli różnych dziedzin naukowych, potrzebuję takiego ogólnego pojęcia. Warto wszakże pamiętać, że nie ma to być uniwersalna definicja komunikacji, która byłaby wspólnym mianownikiem dla wszelakich definicji. Wychodzę z założenia, iż przyjmowana na wstępie przez badacza definicja jest rodzajem drogowskazu wyznaczającym ścieżkę, po której będzie się dążyło. Nie jest natomiast narzędziem służącym do testowania innych teorii. Takie ogólnie i uniwersalnie obowiązujące definicje

komunikacji uznają za filozoficzną mrzonkę. Wolę definicję wyjściową rozumieć w kategoriach gier językowych i podobieństw rodzinnych (oczywiście, w takim sensie, jaki nadaje im Ludwig Wittgenstein w *Dociekaniach filozoficznych*). Taka heurystyczna definicja komunikacji stanowi ważny punkt wyjścia, ponieważ stawia akcenty na zasadniczych elementach teoretycznej (metodologicznej) refleksji i wskazuje rozwiązania wielu dotychczas problematycznych zagadnień.

Stając przed wyzwaniem, jakim jest filozoficzna refleksja nad historią zjawisk komunikacyjnych, staraliśmy się z Michałem Wendlandem przyjąć taką definicję komunikacji, która pozwoliłaby wyjść poza dominujące w komunikologii transmisyjne rozumienie komunikacji („komunikacja to proces przekazywania informacji”) oraz umożliwiła położenie nacisku nie tylko na „medialne” aspekty tego zjawiska. W tym celu w tekście *O kulturalistycznej teorii komunikacji* przedstawiliśmy swoją propozycję, według której „komunikacja postrzegana jest jako działanie, a więc jest racjonalna; wymaga i podlega interpretacji. Uczestniczą w niej co najmniej dwie osoby posługujące się znakami. Ponadto główną funkcją komunikacji jest umożliwienie i utrzymywanie funkcjonowania tych jednostek w kulturze” (Kulczycki i Wendland, 2014, s. 11). Przywołana definicja – której stworzenie oraz konstrukcję staraliśmy się uzasadnić w przywołanym artykule – jest dla nas punktem wyjścia analiz w ramach komunikologii historycznej. Mówiąc w skrócie, ma nam pozwolić stwierdzić, (1) czy dane zjawisko można nazwać komunikacją oraz – co jest kluczowe z perspektywy naukowca – (2) czy dany badacz zajmuje się historią komunikacji. Można zatem zapytać, co odróżnia tę definicję od innych i dlaczego musieliśmy zaproponować swoje rozwiązanie. Odpowiedź stanowi przede wszystkim filozoficzny charakter naszego przedsięwzięcia oraz przyjmowanych przez nas założeń, co zostanie szczegółowo omówione przeze mnie w trzeciej części tekstu. Teraz jednakże zaprezentuję klasyczne rozumienie komunikologii historycznej, aby na jego tle zarysować nasze filozoficzne warunki.

1. Jak się uprawia historię komunikacji?

Komunikologia historyczna jest jedną z najmłodszych subdyscyplin studiów nad komunikacją. Chodzi oczywiście o „staż” dyscyplinarnej, czyli o uznawanie pewnych refleksji za na tyle już unormowane i przyjęte przez środowisko, żeby można było mówić o rodzącym się paradygmacie (nie w ścisłym tego słowa znaczeniu, jakie nadaje mu Thomas Kuhn, lecz w znaczeniu słabszym, czyli pewnego ugruntowanego i rozpowszechnionego podejścia do badań). O samych badaniach prowadzonych nad przeszłymi zjawiskami komunikacyjnymi napisano już wiele tekstów (Curran, 2008; Delia, 1987; Jensen, 2002; Löblich i Scheu, 2011; Peters, 2008; Pooley, 2008; Scannell, 2011; Schudson, 1991). Wciąż bardzo trudnym problemem (szczególnie z perspektywy filozofii) pozostaje kwestia narodzin refleksji nad komunikacją, tzn. tego, czy możemy mówić, że Arystoteles był teoretykiem komunikacji, gdyż pisał o retoryce, chociaż – z oczywistych względów – nie mógł używać współczesnego nam pojęcia komunikacji. W tym miejscu nie będę szczegółowo poruszał tego problemu, lecz jedynie postaram się bardzo skrótowo przybliżyć to, jak powszechnie rozumie się badanie historii zjawisk komunikacyjnych.

Pierwszy okres badań komunikologii historycznej łączy się najczęściej ze wzrostem zainteresowania samym pojęciem komunikacji, wynikającym z połączenia go z innymi pojęciami, takimi jak: propaganda, manipulacja, dialog, technologie mediów masowych. Nie ulega wątpliwości, że takim katalizatorem refleksji komunikologicznej były działania propagandowe prowadzone w trakcie I wojny światowej. Już z perspektywy XXI wieku podkreśla się bardzo często, że poprzednie stulecie stało się erą komunikacji i informacji. Przyczyn tego należałoby szukać m.in. w masowym charakterze przemian społecznych oraz samych technologii medialnych (np. ogólnodostępne telewizja, radio etc.), nazywanych środkami masowego przekazu czy mass mediami.

W wieku XX mieliśmy do czynienia z przewartościowaniem dominujących od setek lat technologii i dodaniem nowych „kanałów”, dzięki którym możliwe były procesy propagandy, nauczania i komunikowania. Jak pokazywała Elizabeth Eisenstein (2005), rozpowszechnienie się prasy drukarskiej spowodowało ogromne zmiany w sposobie upowszechniania wiedzy, a także przyczyniło się do wielu transformacji praktyk kulturowych. Można powiedzieć, że ten „drukarski” sposób kontrolowania komunikacji masowej dominował w Europie przez blisko pięć stuleci. W ten sposób to, co napisane i wydrukowane, było wyznacznikiem i depozytariuszem wiedzy kulturowej ówczesnych mediów. I właśnie na początku ubiegłego wieku ten „drukarski monopol wiedzy” zaczął być ograniczany. Wynaleziono radio, a później telewizję, co spowodowało wyodrębnienie się „elektronicznych nadawców” (Simonson et al., eds, 2013, s. 20). Co istotne, nie była to zmiana ilościowa (możliwość niemalże natychmiastowego przekazywania wiadomości i wiedzy), lecz jakościowa. Przede wszystkim chodzi o możliwość zaangażowania nowych zmysłów do odbioru komunikacji masowej. Chociaż raczej należałoby powiedzieć, że radio i telewizja w pewien sposób przywracały wcześniejszy porządek. Radio bowiem opiera swój przekaz na słowie mówionym i kontakcie „słuchowym” z odbiorcą. Oczywiście, zbyt wielkim uproszczeniem byłoby twierdzenie, że jest to powrót do wspólnot oralnych lub że mamy tutaj do czynienia z wtórną oralnością (Ong, 1992; 2009). Jednak nie ulega wątpliwości, iż prymat „cichego czytania” został zachwiany. Trzeba też pamiętać, że dla pierwszych czytelników w naszej kulturze sam proces czytania był jak najbardziej procesem „nie-cichym”. Wręcz przeciwnie, czytanie było czytaniem na głos, któremu niejednokrotnie towarzyszyła muzyka. Radio było też pierwszym krokiem do „rewolucji komunikacyjnej” następującej wraz z rozpowszechnieniem telewizji. To był ten moment, który spowodował narodziny „przemysłów medialnych”.

Nim jednak badacze przeszłych zjawisk komunikacyjnych podjęli się analizowania nowych dwudziestowiecznych technologii

komunikacyjnych, pojawiły się pierwsze prace z zakresu historii komunikacji zawierające refleksje nad prasą i dziennikarstwem. Dlatego narodziny komunikologii historycznej można utożsamiać z powstaniem historii prasy i dziennikarstwa, a zatem z prowadzeniem badań zorientowanych ściśle medioznawczo i mediocentrycznie. Wyłanianie się i konstytuowanie prasoznawstwa przypada na pierwsze lata ubiegłego wieku (aż do lat trzydziestych). Wolfgang Donsbach, rozważając problemy autonomizacji badań nad komunikacją, odwołuje się do próby ustanowienia w Niemczech prasoznawstwa. Na konferencji w 1930 roku ówczesny prezes Niemieckiego Towarzystwa Socjologicznego miał powiedzieć: „Dlaczegoż to mielibyśmy potrzebować prasoznawstwa wewnątrz socjologii? Nie potrzebujemy nauki o kurczaku czy kaczcze wewnątrz biologii” (Donsbach, 2006, s. 439). Każda nowa perspektywa, która próbuje uzyskać samodzielność, natrafia na instytucjonalne problemy. Nie jest to tylko i wyłącznie przypadek subdyscyplin badań nad komunikacją. Tak czy inaczej prasoznawstwo jest pierwszą tak dobrze rozwiniętą gałęzią badań z zakresu komunikologii historycznej. W 1916 roku Karl Bücher uruchomił pierwszy europejski instytut badań nad prasą, czyli Institut für Zeitungswissenschaften, w ramach którego opublikowano wiele prac z zakresu historii prasy. Pierwszy podręcznik akademicki z zakresu historii dziennikarstwa, *History of American Journalism* autorstwa Jamesa Melvina Lee, pojawił się w roku 1917 (Peck et al., 2013, s. 21).

Oczywiście, nie jest tak, że dopiero w tym okresie badacze zaczęli się interesować prasą. Chodzi raczej o wielkość i zasięg tego zainteresowania i idące za tym kroki akademicko-instytucjonalne. Już bowiem dużo wcześniej można odnaleźć prace z zakresu historii prasy. Dla przykładu, w Polsce – jak pisze Władysław Marek Kolasa – „większość przedwojennych uczonych zajmowała się prasą na marginesie innych zainteresowań, kilkunastu z nich uczyniło z prasy przedmiot swoich dysertacji, torując tym samym drogę do usamodzielnienia historii prasy” (Kolasa, 2013, s. 74). Jednakże, jak dalej zauważa ten autor w książce *Historiografia prasy polskiej (do*

1918 roku). *Naukometryczna analiza dyscypliny 1945–2009*: „Rzeczywisty rozwój badań nad dziejami prasy polskiej nastąpił dopiero po wojnie. W przeciągu kilkunastu lat prace w tym zakresie przybierały coraz bardziej zorganizowane formy, by od schyłku lat 50. przyjąć postać zinstytucjonalizowaną. Kapitalne znacznie dla rozwoju dyscypliny miało powołanie w 1958 r. Pracowni Historii Czasopiśmiennictwa Polskiego XIX i XX wieku PAN [PHCzP], gdyż dopiero wówczas podjęto badania podstawowe, umożliwiające planowe i systematyczne prace” (Kolasa, 2013, s. 75).

Badania nad polską prasą (choć swoje instytucjonalne usamodzielnienie uzyskały stosunkowo później) przechodziły podobną drogę do badań prowadzonych w Niemczech czy Francji. Były to badania zajmujące się prasą „narodową”, ograniczoną do obszaru danego państwa. Choć w zasadzie dopiero druga połowa XX wieku przyniosła „metodologiczne wołanie” o międzynarodowe badania prasy, to jedną z pierwszych takich prac napisał francuski historyk Georges Weill już w 1934 roku, traktując historię dziennikarstwa jako część ogólnej historii cywilizacji.

W tym miejscu można byłoby, naturalnie, przywołać kolejne wielkie dzieła z zakresu – kolejno – historii telewizji, historii filmu, historii kina, historii Internetu itd. Tyle tylko, że wszystkie te prace można sprowadzić do wspólnego mianownika: historii mediów, a najczęściej do mikrohistorii konkretnego medium (np. historii telewizji portugalskiej w drugiej połowie ubiegłego wieku). Muszę jednak niezbędnie podkreślić, że takie sprowadzanie do wspólnego mianownika i określanie owych badań mianem „mediocentrycznych” nie służy mi do deprecjonowania powyżej przywołanych przykładów. Moje intencje są zgoła odmienne: pragnę podkreślić spójność tych analiz, ich skoncentrowanie się na wymiarze technologicznym badanych zjawisk komunikacyjnych, a także ich – pewnego rodzaju – kronikarski charakter. Okazuje się wszakże, iż analizy te, podnosząc niezwykle mocno medialny charakter komunikacji, niemal zupełnie pomijają jej aspekt wyobrazeniowy. Chodzi mianowicie o to, że w medioznawczych badaniach z zakresu komuni-

kologii historycznej nie rozważa się tego, jak uczestnicy owych przeszłych zjawisk komunikacyjnych wyobrażali sobie swoje działania, jak postrzegali cel samej komunikacji, czy uważali, że komunikacja musi być skuteczna, aby w ogóle być komunikacją itp. Tę właśnie lukę w badaniach komunikologii historycznej staramy się wypełnić.

2. Filozoficzne warunki komunikologii historycznej

Wskazywanie innej drogi w komunikologii historycznej musi być ufundowane na odmiennych założeniach. Dla nas (przypomnę, że nawiązuję do mojej współpracy z Michałem Wendlandem, której jednym z efektów są niniejsze rozważania) zasadniczy jest prymat powyżej wspomnianego aspektu badawczego, czyli wyobrażeń o komunikacji (w porządku badawczym, a nie na poziomie samego przedmiotu badawczego, a więc dziejącej się komunikacji). Już samo przyjęcie takiego założenia pociąga za sobą konieczność przyjęcia dodatkowych założeń i przededefiniowania tych już istniejących. Poniżej przedstawiam siedem kluczowych warunków przyjmowanych przez nas w celu uprawiania filozoficznej refleksji nad przeszłymi zjawiskami komunikacyjnymi. Nie jest to, oczywiście, katalog zamknięty – zdaję sobie sprawę, że w trakcie analiz pewne założenia mogą zostać zmodyfikowane lub zupełnie porzucone (a inne dodane). Niemniej jednak te warunki fundują przyjmowaną bazę teoretyczną.

1. *Założenie o wyobrażeniowym charakterze komunikacji* – przede wszystkim przyjęta definicja (zaprezentowana w pierwszej części tego tekstu) mówi o tym, jak jest *postrzegana* komunikacja, nie stwierdza zatem, czym owa komunikacja *jest*. To niezwykle istotne założenie, gdyż owa definicja nie określa, czym jest proces komunikacji (innymi słowy, gdybyśmy oczywiście chcieli przyjąć takie realistyczne stanowisko, nie odnosi się do bytu, który ma być denotowany przez termin „komunikacja”), lecz wskazuje, jak ów proces

jest postrzegany przez badaczy (czyli jak badacze debatuja o komunikacji) oraz jak moze byc postrzegana przez osoby komunikujace sie (komunikatorow). Innymi slowy, to zalozenie wskazuje, jak jest – w danej wspolnocie – rozumiane *pojecie* komunikacji, a wiec jak jednostki i wspolnota wyobrazaja sobie to, czym jest komunikacja (w tym miejscu wlasnie mozna mowic o *zbiorowych wyobrazeniach o komunikacji*). Zakladam zatem, ze mozna wskazac w ramach pojecia komunikacji jego *aspekt wyobrazeniowy*, czyli wskazac, w jaki sposob wiedza kulturowa (reguly, standardy, wartosci) ksztaltuje realizowanie dzialan komunikacyjnych oraz jak komunikacja postrzegana jest przez samych komunikatorow.

2. *Zalozenie o zespoleniu sredka i formy komunikacji* – oprócz *aspektu wyobrazeniowego* mozna wskazac rowniez na *aspekt medialny* danej komunikacji. Jednakze – w stosunku do wiekszosci ujec medioznawczych – podkreslamy, ze konkretne *medium* jest rozumiane jako zespolenie *srodka przekazu i formy komunikacji*. Srodek przekazu rozumiemy jako noznik znaku, czyli jako narzedzie, ktore jest uzywane przez jednostki w komunikacji. Takim klasycznym przykladem srodka przekazu moze byc np. glos, telefon, kanal radiowy czy czasopismo. Najwazniejsze natomiast jest to, ze konkretny srodek komunikacji wykorzystywany jest w ramach pewnej *formy* – moze to byc forma oralna, pismienna, graficzna, audiowizualna. Forme mozna rozumiec jako rodzaj symbolizacji. Zatem piszac o medium jako o zespoleniu srodka przekazu z forma, odnosimy sie do dwuch „wymiarow” owego medium: do jego materialnosci (czyli do srodka komunikacji) oraz do jego formy symbolizowania, ktorej ksztalt wynika rowniez z samej materialnosci srodka przekazu.

3. *Zalozenie o spoleczno-indywidualnym wymiarze komunikacji* – w definicji podkreslamy, ze komunikacja jest dzialaniem racjonalnym, a w zwiazku z tym moze (a wręcz musi, aby komunikacja sie odbyla) byc interpretowana. W ten sposob – odwotujac sie do tradycji Maxa Webera – podkreslamy, ze kazde dzialanie komunikacyjne zyskuje swoje obowiazywanie (mowiac inaczej, po prostu jest rozgrywajaca sie komunikacja) dzieki wiedzy kulturowej komuni-

katorów. Innymi słowy, każda komunikacja (działanie komunikacyjne) rozgrywa się „tu i teraz” (w konkretnym kontekście, w konkretnym terminie i czasie), ale warunki rozgrywania się tego działania znajdują się nie na poziomie jednostkowym, lecz społecznym. Oznacza to, że potrafimy się komunikować (rozpoznać, że ktoś chce się z nami komunikować i kontynuować tę relację) dzięki naszej wiedzy kulturowej, którą najczęściej wykorzystujemy w sposób nawykowy, wyuczony. Ta wiedza kulturowa jest częścią danej praktyki społecznej, dlatego komunikacja jest postrzegana jako *indywidualna realizacja* (poprzez działanie) *społecznej praktyki*. Całość praktyk i wiedzę regulującą je można rozumieć jako kulturę (będzie to, oczywiście, ideacyjne rozumienie kultury). Dlatego też piszemy o kulturalistycznym charakterze wskazywanego przez nas ujęcia komunikacji.

4. *Założenie o regulatywnej roli wiedzy kulturowej* – z trzech pierwszych założeń można wywieść fundamentalne założenie o historyczności nie tylko zjawisk komunikacyjnych, ale również samego pojęcia komunikacji używanego w badaniach. Wynika to ze społeczno-kulturowego charakteru samej praktyki oraz – a w zasadzie przede wszystkim – z kulturowego ugruntowania wiedzy komunikujących się jednostek. To właśnie wiedza pozwala na interpretowanie działań komunikacyjnych. Co więcej, to na podstawie swojej wiedzy jednostki są w stanie rozpoznać dane działanie jako działanie komunikacyjne i odpowiednio je zinterpretować. Innymi słowy, nasza wiedza kulturowa (na którą składają się wyobrażenia o komunikacji) kształtuje, reguluje i wyznacza praktyki komunikacyjne oraz ich konkretne realizacje, czyli działania komunikacyjne. Wiedza jednakże tworzona jest zawsze w konkretnych warunkach społeczno-historycznych i w związku z tym sama podlega owym warunkom. To natomiast oznacza, że sposób rozumienia i rozpoznawania tego, co „jest” komunikacją (a dokładniej – co jest postrzegane jako komunikacja), ulega historycznym transformacjom – nie jest zatem uniwersalny.

5. *Założenie o samoodnośności* – założenie piąte należałoby nazwać raczej metawarunkiem, gdyż nie tylko ma ono wyznaczać ramy samej praktyki badawczej, ale również narzuca warunki pozostałym założeniom. Zakładamy bowiem, że przedstawiana przez nas definicja komunikacji jest punktem wyjścia, drogowskazem, a nie definicją ostateczną. Z tego wynika, iż przyjmujemy, że definicja może się zmienić w trakcie badań, że pojawią się sytuacje niezwykle trudne do zinterpretowania, które postawią znak zapytania przed całą teoretyczną konstrukcją. Pojawią się także sytuacje na pozór w pełni komunikacyjne, które jednak „nie pasują” do ram teoretycznych. Nie chcemy wówczas mówić, że „tym gorzej dla faktów”, lecz wychodzimy z założenia, iż nasze wyobrażenia o komunikacji oraz refleksja nad nią są zrelatywizowane do warunków historyczno-społecznych i w związku z tym nie mają charakteru uniwersalnego czy też powszechnie obowiązującego. Zatem twierdząc, że komunikatorzy i teoretycy komunikacji mają pewne wyobrażenie o komunikacji, musimy również przyjmować, iż prezentowane propozycje rozwiązań są „jedynie” jedną z wielu (zmiennych historycznie) koncepcji. Nie można więc przykładać do takiego teoretycznego wyobrażenia miary „prawdy i fałszu”, lepszego dopasowania czy adekwatności. Można natomiast mówić o przydatności danego ujęcia na gruncie rozważań humanistycznych. I właśnie taką przydatność chcemy wypracowywać poprzez zastosowanie kulturalistycznej definicji komunikacji do badań nad przeszłymi zjawiskami komunikacyjnymi.

6. *Refleksyjne historyzowanie* – z założeniem o samoodnośności bardzo mocno splecione jest kolejne założenie o refleksywnym historyzowaniu komunikacji. Taki metodologiczny zabieg może być ujmowany jako samoodnośne uhistorycznianie przedmiotu badań. Można rozumieć to w sposób następujący: badacze przyjmujący takie założenie uznają, że ich przedmiot badawczy podlega przemianom historycznym. Z tego natomiast wynika, iż historia tworzy kontekst umożliwiający zrozumienie przeszłych (ale i współczesnych) zjawisk komunikacyjnych. Przyjęcie założenia o samo odnoś-

ności i refleksywnym historyzowaniu oznacza, że badacz spogląda na przedmiot swoich badań jako na zanurzony i wyrastający z kontekstu historycznego, przy jednoczesnym założeniu, iż to samo dotyczy jego metody badawczej.

7. *Akceptacja słabej wersji prezentyzmu* – ostatnim warunkiem, który przyjmujemy, aby móc uprawiać historię komunikacji (np. historię wyobrażeń o komunikacji, jakie można odnaleźć w pismach siedemnasto-, osiemnastowiecznych filozofów), jest założenie o niemożliwości całkowitego przewyciężenia prezentyzmu. Rozumienie komunikacji leżące u podstaw niniejszych rozważań nie jest esencjalistyczne, co oznacza, że nie można wskazać na żaden „był”, który „zawsze był” komunikacją, tylko inaczej go nazywano. Dlatego nie zgadzam się z Janice Peck, która twierdzi, że badacze – nawet nie posługując się terminem „komunikacja” – „wyraźnie odnosili się do zjawiska komunikacyjnego” (Peck et al., 2013, s. 14). Problem z prezentyzmem – czyli z badaniem i ocenianiem przeszłości przez pryzmat współczesnych teorii i wartości – nęka wszystkie dyscypliny humanistyczne. To zagadnienie w prosty sposób można zilustrować następującym pytaniem: „Czy Platon był politologiem?”. Na to pytanie można na przykład odpowiedzieć: „Oczywiście, przecież napisał *Państwo*”, lecz odpowiadając w ten sposób, wpada się właśnie w pułapkę prezentyzmu. Dzieje się tak przede wszystkim dlatego, że Platon napisał dzieło zatytułowane *Politea*, którego tytuł współcześnie tłumaczony jest przez stosunkowo młody termin „państwo” (i w tym kontekście można powiedzieć, że *politea* nie jest rodzajem państwa). Jednakże argumentując w ten sposób, musielibyśmy ostatecznie powiedzieć, iż politologia swój początek ma wtedy, gdy pojawia się samo słowo „politologia” i pewne zjawiska zaczynamy określać jako politologiczne. Jednak przecież równocześnie mamy pełną świadomość tego, że owa „politologia” nie wyrosła w próżni – wszakże na czymś te pierwsze rozważania się opierały. Rens Bod, próbując napisać historię humanistyki, podkreślił: „Jakimi nazwami określać naukową działalność humanistyczną z dalekiej przeszłości? Czy badanie muzyki i sztuki

przez starożytnych możemy określać dzisiejszymi terminami «muskologii» i «historii sztuki», nie popadając w mylące anachronizmy? Narzucając gorset współczesnych terminów na historyczną działalność intelektualną, ryzykujemy popadnięcie w tak zwany «prezentyzm». (...) Nie sądzę, aby możliwe było uniknięcie wszelkich form prezentyzmu. Ponadto wydaje się, że istnieje większa ciągłość między starożytnymi, średniowiecznymi i współczesnymi naukami humanistycznymi, niż początkowo przypuszczano” (Bod, 2014, s. 24). Przyjmujemy zatem, że nie jest możliwa całkowita ucieczka od prezentyzmu rozumianego jako opisywanie przeszłości przez terminy współczesne – trzeba to jednak robić niezwykle uważnie, aby nasze badania całkowicie nie dryfowały i nie były odezwane od przyjmowanych założeń.

3. Jak wykorzystać stawiane warunki?

Wskazane warunki sprawiają, że w swoich rozważaniach koncentrujemy się przede wszystkim na sposobach komunikowania o komunikacji. Najbardziej interesującym obszarem staje się więc dla nas badanie zmienności form i treści myślenia o komunikacji oraz metafor konceptualnych używanych jako „metafory komunikacji”. To, jak myślimy o komunikacji, jest wynikiem przemian historyczno-kulturowych. Co to oznacza? Świetną odpowiedź daje David Olson w *Papierowym świecie*, pisząc, iż „myślenie jest historycznie zmienne w tym sensie, że kultury rozwijały i gromadziły praktyki, pojęcia i kategorie myślenia o kulturze, języku i podmiotowości. Praktyki te oraz towarzyszące im idee są tym, co nadaje myśleniu charakter historyczny. I choć poznanie w każdej kulturze ludzkiej może mieć odmienną historię, ważne jest, że zaczynamy częściowo rozumieć czynniki, które dały początek naszym «nowoczesnym» czy też faworyzowanym przez nas wzorcom myślenia” (Olson, 2010, s. 65).

Oczywiście, takich sposobów myślenia jest bardzo wiele: można wyróżnić te, które mają uczestnicy codziennej praktyki komunikacyjnej (będą to najczęściej potoczne wyobrażenia zbiorowe o komunikacji – takie wyobrażenia kształtują samą komunikację, ale często nie są uświadamiane przez komunikatorów); można również wskazać na teoretyczne wyobrażenia zbiorowe o komunikacji – czyli takie sposoby myślenia o komunikacji, które są zawarte np. w traktatach filozoficznych czy teoriach komunikacji. To, w jaki sposób – i czy w ogóle – jesteśmy w stanie badać owe wyobrażenia potoczne, pozostaje niewątpliwie ważnym pytaniem (tutaj napomknę jedynie, że można to ująć w perspektywie badania *mentalności czy wyposażenia mentalnego*; zob. zwłaszcza prace współautorów niniejszego tomu: Roberta Darntona (1989; 2012) i Petera Burke’a (2009; 2012). Natomiast badanie wyobrażeń teoretycznych jest stosunkowo łatwiejsze: mamy bowiem dostęp do nośników owych wyobrażeń, jakimi są najczęściej pisma danego myśliciela.

Bez wątpienia w codziennej komunikacji wyobrażenia potoczne pozwalają nam komunikować się ze sobą i osiągać zakładane przez nas cele. Takim wyobrażeniem o komunikacji będzie np. to, że kiedy ktoś mówi, należy go słuchać, albo bardziej fundamentalne: aby drugiej osobie coś zakomunikować, musimy to w jakiś sposób zwerbalizować. Te wyobrażenia są dla nas tak oczywiście, że najczęściej o nich nie myślimy, a wypowiedzanie ich traktujemy jako mówienie oczywistości. Natomiast najbardziej interesujące w badaniach nad historią komunikacji jest właśnie to, że takie oczywistości mają swoją historię. Okazuje się bowiem, że dla jednostki żyjącej w XXI wieku oczywiste jest to, że komunikacja polega m.in. na przekazywaniu informacji. Jednak takie myślenie nie jest wcale uniwersalne. Na przykład użytkownicy łaciny w starożytnym Rzymie postrzegali to, co my nazywamy współcześnie komunikacją, przez pryzmat przygotowywania i spożywania posiłków, a nie transmisji treści (Hiraga, 2009). Nie było to wszakże ich jedyne wyobrażenie o komunikacji. Jak pokazywał William Short, Rzymianie często przyrównywali komunikację do ludzkiego lub zwierzęcego ciała.

Była ona zatem symbolizowana przez łąsacę, gdyż starożytni wierzyli, że poczęcie tego stworzenia następuje w uszach, natomiast jego narodziny dokonują się przez usta (Short, 2013). Niekiedy także komunikację reprezentował ibis, którego czarno-białe upierzenie miało symbolizować dwa uzupełniające się aspekty komunikacji: mówienie i ciszę. Trzeba koniecznie podkreślić, że rozumienie komunikacji przez pryzmat posiłków jest metaforą konceptualną, a przyrównywanie jej do łąsicy jest raczej metaforą stylistyczną (Kulczycki, 2014b). Nie zmienia to jednak faktu, że takie zmienne sposoby wyobrażania sobie tego, czym jest komunikacja, są niezwykle interesującym zagadnieniem dla filozofii komunikacji, a filozofowie komunikacji mogą wnieść istotne *novum* do badań nad jej historią. Nie tylko mają oni odpowiedni aparat metodologiczny, ale również – jak pokazuje John Durham Peters w tekście *John Locke, jednostka i pochodzenie komunikacji* opublikowanym w niniejszym tomie – przyczyniają się do istotnych przekształceń teoretycznych sposobów myślenia o komunikacji. Zatem celem filozoficznej refleksji w ramach komunikologii historycznej może być właśnie śledzenie przekształceń sposobów naszego myślenia i komunikowania o komunikacji.

Bibliografia

- Bod, R. (2014). *Historia humanistyki. Zapomniane historie*, tłum. R. Pucek. Warszawa: Wydawnictwo Aletheia.
- Burke, P. (2009). *Języki i społeczności w Europie wczesnonowoczesnej*, tłum. A. Szurek. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Burke, P. (2012). *Historia kulturowa. Wprowadzenie*, tłum. J. Hunia. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Craig, R.T. (1999). Communication Theory as a Field. *Journal of Communication* 9(2).
- Curran, J. (2008). Communication and History, [w:] B. Zelizer (ed.), *Explorations in Communication and History (Shaping Inquiry in Culture, Communication and Media Studies)*. New York: Routledge.
- Darnton, R. (1989). Toward a History of Reading. *The Wilson Quarterly* 13(4).

- Darnton, R. (2012). *Wielka masakra kotów i inne epizody francuskiej historii kulturowej*, tłum. D. Guzowska. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Delia, J.G. (1987). *Communication Research: A History*, [w:] M. Bergman, S.H. Chaffee (eds), *Handbook of Communication Science*. Newbury Park: Sage.
- Donsbach, W. (2006). The Identity of Communication Research. *Journal of Communication* 56(3).
- Eisenstein, E.L. (2005). *The Printing Press as an Agent of Change. Communications and Cultural Transformations in Early-Modern Europe*, vol. 1-2. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hiraga, M.K. (2009). Food for Thought: Conduit versus Food Metaphors for Communication, [w:] B. Fraser, K. Turner (eds), *Language in Life, and a Life in Language: Jacob Mey – A Festschrift*. Bingley: Emerald Group Publishing Limited.
- Jensen, K.B. (2002). From Media History to Communication History: Three Comparative Perspectives on the Study of Culture. *Nordicom Review* 23(1-2).
- Kolasa, W.M. (2013). *Historiografia prasy polskiej (do 1918 roku). Naukometryczna analiza dyscypliny 1945–2009*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego.
- Kulczycki, E. (2014a). Communication History and Its Research Subject. *Analele Universitatii Din Craiova, Seria Filosofie* 33(1).
- Kulczycki, E. (2014b). On the Philosophical Status of the Transmission Metaphor. *Central European Journal of Communication* 7.
- Kulczycki, E. (2015). *Dwa aspekty komunikacji. Założenia komunikologii historycznej*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Kulczycki, E., Wendland, M. (2014). O kulturalistycznej teorii komunikacji. *Kultura – Media – Teologia* 16.
- Löblich, M., Scheu, A.M. (2011). Writing the History of Communication Studies: A Sociology of Science Approach. *Communication Theory* 21(1).
- Olson, D.R. (2010). *Papierowy świat. Pojęciowe i poznawcze implikacje pisania i czytania*, tłum. M. Rakoczy. Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.
- Ong, W.J. (1992). *Oralność i piśmienność: słowo poddane technologii*, tłum. J. Japola. Lublin: Redakcja Wydawnictw Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego.
- Ong, W.J. (2009). *Osoba – świadomość – komunikacja. Antologia*, tłum. J. Japola. Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.
- Peck, J. et al. (2013). *The History of Communication History*, [w:] P. Simonson et al., *The Handbook of Communication History*. New York: Routledge.
- Peters, J.D. (2001). *Speaking into the Air: A History of the Idea of Communication*. Chicago: University of Chicago Press.

- Peters, J.D. (2008). History as a Communication Problem, [w:] B. Zelizer, *Explorations in Communication and History (Shaping Inquiry in Culture, Communication and Media Studies)*. New York: Routledge.
- Pooley, J. (2008). The New History of Mass Communication Research, [w:] D. Park, J. Pooley (eds), *The History of Media and Communication Research: Contested Memories*. New York: Peter Lang.
- Scannell, P. (2011). History, Media and Communication, [w:] K.B. Jensen (ed.), *A Handbook of Media and Communication Research. Qualitative and Quantitative Methodologies*. London–New York: Routledge.
- Schudson, M. (1991). Historical Approaches to Communication Studies, [w:] K.B. Jensen, N.W. Jankowski (eds), *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. London–New York: Routledge.
- Short, W.M. (2012). A Roman Folk Model of the Mind. *Arethusa* 45.
- Short, W.M. (2013). „Transmission” Accomplished?: Latin’s Alimentary Metaphors of Communication. *American Journal of Philology* 134(2).
- Simonson, P. et al., eds (2013). *The Handbook of Communication History*. New York: Routledge.
- Stevens, J.D., Garcia, H.D. (1980). *Communication History*. London: Sage.
- Wendland, M. (2013). Historia idei komunikacji: przesłanki do badań nad przekształceniami zbiorowych wyobrażeń o komunikacji. *Lingua ac Communitas* 23.
- Wendland, M. (2014a). Historia historii komunikacji w zarysie. *Media – Kultura – Komunikacja Społeczna* 10(1).
- Wendland, M. (2014b). *Filozoficzne i metodologiczne podstawy historii komunikacji*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Wiseman, R. (2007a). Ancient Roman Metaphors for Communication. *Metaphor and Symbol* 22(1).
- Wiseman, R. (2007b). Metaphors Concerning Speech in Homer, [w:] H.L. Muller, R.T. Craig, *Theorizing Communication*. Thousand Oaks: Sage.