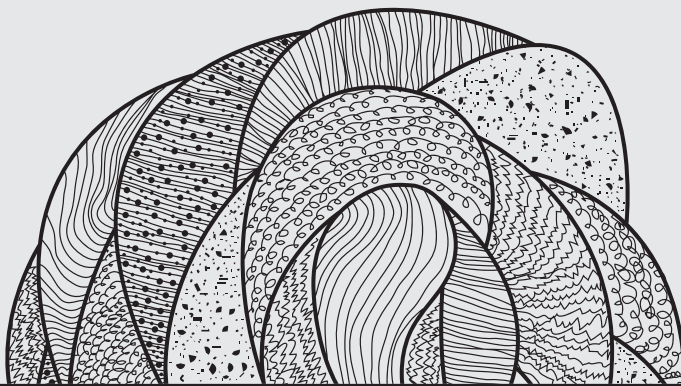
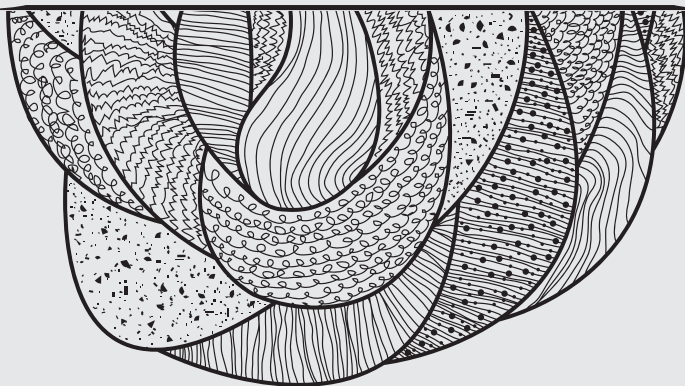




Dwa aspekty komunikacji

Założenia komunikologii historycznej



EMANUEL KULCZYCKI

DWA ASPEKTY KOMUNIKACJI

UNIWERSYTET IM. ADAMA MICKIEWICZA W POZNANIU
SERIA FILOZOFIA I LOGIKA NR 119

Emanuel Kulczycki

DWA ASPEKTY KOMUNIKACJI

Założenia komunikologii historycznej



POZNAŃ 2015

ABSTRACT. Kulczycki Emanuel, *Dwa aspekty komunikacji. Założenia komunikologii historycznej* [Two aspects of communication. Foundations of Communication history]. Poznań 2015. Adam Mickiewicz University Press. Seria Filozofia i Logika nr 119. Pp. 283. ISBN 978-83-232-2924-7. ISSN 0083-4246. Text in Polish with a summary in English.

In this book, I demonstrate the conditions under which we can examine the past communication phenomena. Therefore, it consists of considerations within the scope of the methodology of humanities and philosophy of communication. This means that the subject of my research is both communication itself as well as how it is analyzed. I write about two aspects of "the same" communication, i.e., about the media and about our collective representations. So, I describe how it is possible to write the history of ways of thinking about communication. My analysis results in a catalogue of assumptions, i.e. philosophical conditions for communication history.

Emanuel Kulczycki, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Wydział Nauk Społecznych, Instytut Filozofii, ul. Szamarzewskiego 89, 60-568 Poznań, Poland

Recenzent: prof. dr hab. Anna Zeidler-Janiszewska

© Emanuel Kulczycki 2015

This edition © Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu,
Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2015

Książka jest efektem prac realizowanych w ramach projektu „Historia idei komunikacji. Analiza przekształceń praktyk komunikacyjnych i ich społecznych uwarunkowań w perspektywie filozofii kultury”, finansowanego przez Narodowe Centrum Nauki w Polsce – numer decyzji DEC-2011/03/D/HS1/00388.

Książka udostępniona jest na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa 4.0 Międzynarodowe (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.pl>).

Projekt okładki: Bartłomiej Bączkowski

Redakcja: Izabela Baran

Redakcja techniczna: Dorota Borowiak

Łamanie komputerowe: Danuta Kowalska

ISBN 978-83-232-2924-7

ISSN 0083-4246

SPIS TREŚCI

Wprowadzenie	7
--------------------	---

Część I

KULTURALISTYCZNE UJĘCIE KOMUNIKACJI

ROZDZIAŁ 1

Tło teoretyczne rozważań	17
1.1. Ideacyjne rozumienie kultury	22
1.2. Media jako narzędzia komunikacji	29
1.3. Wyobrażenia zbiorowe – niedoceniany aspekt	33
1.4. Refleksywne historyzowanie jako nastawienie badawcze	39
1.5. Przekraczanie transmisji	44

ROZDZIAŁ 2

Kulturalistyczna definicja komunikacji	53
2.1. Praktyki komunikacyjne a komunikacja jako obszar kultury	57
2.2. Działanie komunikacyjne	63

ROZDZIAŁ 3

Komunikacja uhistoryczniona	81
3.1. Komunikologia a historia	83
3.2. „Koło zamachowe” przemian praktyk komunikacyjnych	91

ROZDZIAŁ 4

Przesuwanie akcentów w perspektywie kulturalistycznej	97
---	----

Część II

KOMUNIKOLOGIA HISTORYCZNA

ROZDZIAŁ 5

Od studiów nad komunikacją do komunikologii historycznej	115
--	-----

ROZDZIAŁ 6

Dwa okresy komunikologii historycznej	121
---	-----

ROZDZIAŁ 7	
Implicytna komunikologia historyczna	132
ROZDZIAŁ 8	
Eksplicytna komunikologia historyczna	155
ROZDZIAŁ 9	
Dwa obszary przedmiotu komunikologii historycznej	164
Część III	
WYOBRAŻENIA A MEDIA	
ROZDZIAŁ 10	
Aspekt medialny zjawisk komunikacyjnych	175
ROZDZIAŁ 11	
Aspekt wyobraźniowy zjawisk komunikacyjnych	188
ROZDZIAŁ 12	
Konceptualizacje metaforyczne	193
ROZDZIAŁ 13	
Nieklasyczne ujęcie metakomunikacji	200
ROZDZIAŁ 14	
Metafora transmisji jako wyobrażenie zbiorowe	206
ROZDZIAŁ 15	
Transmisja, przygotowywanie posiłków czy oddychanie	218
ROZDZIAŁ 16	
„Dziedzictwo Locke’a”, czyli transmisyjne rozumienie komunikacji	228
ROZDZIAŁ 17	
Filozoficzne warunki badań nad dwoma aspektami komunikacji	248
Zakończenie, czyli jak wykorzystać katalog filozoficznych warunków	256
Bibliografia	261
Two aspects of communication. Foundations of Communication history (Summary)	274

WPROWADZENIE

W oddawanej do rąk Czytelników książce pokazuję, pod jakimi warunkami możemy badać przeszłe zjawiska komunikacyjne. Dlatego są to rozważania z zakresu metodologii humanistyki i filozofii komunikacji, co oznacza, że przedmiotem moich analiz jest zarówno sama komunikacja, jak i sposób jej badania. Piszę o dwóch aspektach „tej samej” komunikacji, czyli o mediach oraz o naszych zbiorowych wyobrażeniach o komunikacji. W ten sposób wskazuję, jak możliwe jest pisanie historii sposobów myślenia o komunikacji. Efektem moich analiz jest katalog założeń, czyli filozoficznych warunków uprawiania komunikologii historycznej.

Każdy autor musi odpowiedzieć sobie na pytanie, kto jest odbiorcą jego prac, kim jest potencjalny Czytelnik, do którego kieruje swoje słowa. W moim przekonaniu ta książka powinna być interesująca nie tylko dla filozofa, ale także – a może zwłaszcza – dla wszystkich teoretyków komunikacji i kultury oraz dla historyków, którzy uznają, że również filozof może mieć coś interesującego do powiedzenia o sposobach badania przeszłych zjawisk społecznych.

Chciałbym też podkreślić, że chociaż jest to praca traktująca o historii komunikacji, to nie jest to historia mediów. Nie omawiam zatem tego, w jaki sposób możemy badać kolejne technologie komunikacyjne: od sygnałów dymnych, przez radio, telewizję do Internetu. Interesuje mnie coś innego. Mianowicie to, w jaki sposób możemy badać nasze sposoby „komunikowania o komunikacji” i co jest powodem zmian tych sposobów myślenia.

Założeniem leżącym u podstaw moich rozważań jest historyczność samej komunikacji. Pisząc tę książkę, nawiązuję do toczącej się obecnie debaty na temat *refleksywnego historyzowania komunikacji*. Dlatego w swojej pracy pokazuję, jakie założenia trzeba przyjąć, aby twierdzić, że działania i praktyki komunikacyjne mają wymiar historyczny.

O komunikacji i mediach powstaje bardzo wiele prac naukowych, poradników, esejów i tekstów prasowych. Na wielu uczelniach można kształcić się w zakresie komunikacji społecznej, dziennikarstwa, nauk o mediach. Wydawałoby się zatem, że refleksja nad zjawiskami komunikacyjnymi osiągnęła już pełnię rozkwitu. Kiedy jednak przyjrzeć się tym publikacjom i programom nauczania, można dojść do wniosku, że wielu autorów zapomniało (albo wręcz nie dostrzegą), iż podstawowym sposobem komunikacji jest rozmowa dwóch osób, a nie funkcjonowanie wielkich (w zasadzie dopiero dwudziestowiecznych) przemysłów medialnych. To my, komunikując się, tworzymy podstawy naszej kulturowej wspólnoty komunikacyjnej. Oczywiście, w tym celu używamy różnych narzędzi (zwanych przez nas właśnie *mediami*), ale nasza komunikacja nie sprowadza się do nich. W codziennej rozmowie najczęściej nie myślimy o tym, co właśnie robimy, wypowiadając kolejne słowa, odpowiadając na pytania. Nasze rozmowy są pod tym względem wykonywane w sposób nawykowy. Ale tych nawyków, rytuałów (np. wyciągnięcie prawej ręki na powitanie) nauczyliśmy się i posługujemy się nimi w naszych działaniach. Co więcej, każdy z nas ma jakieś wyobrażenie tego, czym jest komunikacja, na co sobie możemy pozwolić w rozmowie z kolegą, przełożonym, przyjaciółką. Wiemy również, czy nasze negocjacje udały się, czy też zakończyły się fiaskiem. A skąd to wiemy? Odpowiedź na to pytanie nie jest wcale łatwa. Okazuje się bowiem, że nie jest tak, iż wszyscy mamy wspólną definicję „skutecznej komunikacji”. Można wręcz powiedzieć, że nie każdy z nas uważa, iż komunikacja musi być skuteczna, aby w ogóle była komunikacją. Takie właśnie różnice w przeko-

naniach i wartościach, które odnosimy do komunikacji, kształtują nasze sposoby komunikowania się.

O komunikacji myślimy dopiero wtedy, kiedy coś zaczyna „zgrzytać”. Gdy nasze codzienne rozmowy z kolegami w pracy spełniają swoją rolę (np. wypełniają czas przerwy kawowej), wówczas nie zastanawiamy się nad tym, dlaczego coś tak dla nas „naturalnego” jak rozmowa potrafi zapełnić te wolne chwile. Jeśli jednak pewnego dnia nie potrafimy przekonać naszych przyjaciół do swoich argumentów, wówczas zaczynamy pytać samych siebie: „Może powiedziałem coś nie tak? Może ton mojego głosu był nieodpowiedni? Może mnie nie usłyszała?”.

Przedmiotem rozważań podejmowanych w tej książce jest *komunikacja* rozumiana jako aktywność kulturowa. Stawiam przed sobą zadanie dwojakie. Chcę pokazać, w jaki sposób można w perspektywie filozoficznej reflektować nad komunikacją. Równolegle natomiast będę wskazywał, na podstawie jakich założeń można budować metodologiczne narzędzie do badań nad historią komunikacji. Chodzi o filozoficzną perspektywę, w ramach której można analizować *komunikologię historyczną* i jej przedmiot. Struktura tego narzędzia czerpie swoje inspiracje z filozofii komunikacji, filozofii kultury i komunikologii, a sama komunikologia historyczna może być w tym miejscu rozumiana jako filozoficznie postrzegana *historia komunikacji* – subdyscyplina komunikologii, czy też nauki o komunikacji.

Pierwszym celem moich rozważań jest przedstawienie kulturalistycznego rozumienia pojęcia komunikacji, które ujmuje komunikację jako działanie i praktykę w obszarze kultury. Kluczowe jest dla mnie uwypuklenie historycznego charakteru tych procesów społecznych. Prezentowana w tej pracy *kulturalistyczna definicja komunikacji* jest konsekwencją budowania przeze mnie filozoficznej perspektywy badawczej. W tym ujęciu chcę podkreślić, iż to, jak współcześnie realizowane są praktyki komunikacyjne i jaka komunikacja *jest*, nie oznacza, że w taki sam sposób zawsze były realizowane owe praktyki i że komunikacja zawsze taka *była*. Wychodzę z założenia, że to, jak komunikujemy się współcześnie, jest wynikiem

wielu przemian zachodzących w praktykach społecznych. Interesują mnie przede wszystkim transformacje praktyki komunikacyjnej, które dokonują się pod wpływem przekształceń środków i form komunikacji oraz wyobrażeń zbiorowych o komunikacji.

Dlatego głównym celem tej pracy jest prezentacja narzędzia służącego do takiego opisu praktyk komunikacyjnych, który pozwala na ujęcie historycznego wymiaru owych praktyk, to znaczy podkreślenie tego, że współczesne reguły i normy kształtujące praktyki są wynikiem przemian historycznych. W związku z tym książka jest próbą pokazania filozoficznej zasadności przyjmowanych tutaj założeń oraz ma stanowić uzasadnienie możliwości skonstruowania kulturalistycznego narzędzia badawczego. Narzędzie to ma służyć do analizy przedmiotu badawczego komunikologii historycznej. Projekt kulturalistycznego ujęcia komunikologii historycznej nie tyle ma dostarczyć konkretnych metod do badań medioznawczych czy komunikacyjnych, ile polegać na wyznaczeniu granic poznania komunikologicznego.

W przyjmowanej przeze mnie perspektywie badawczej istotne jest to, że praktyki komunikacyjne w ujęciu historycznym (przeszłe zjawiska komunikacyjne) są przedmiotem badawczym *komunikologii historycznej*, rozumianej jako subdyscyplina komunikologii¹. Jest to młoda subdyscyplina, która nie jest tylko mutacją praso- czy medioznawstwa, gdyż wychodzi od prymatu komunikacji nad środkiem i formą owej komunikacji (dla medioznawstwa punktem wyjścia – a i często dojścia – jest samo medium). I właśnie ten przedmiot badawczy, który swoimi badaniami konstruuje owa subdyscyplina, interesuje mnie jako filozofa. Chcę na niego patrzeć oraz analizować go poprzez „okulary filozoficzne”, dlatego gdy piszę o *komunikologii*

¹ O różnicach pomiędzy komunikologią, nauką o komunikacji i komunikacją jako dyscypliną naukową napisałem kilka prac (Kulczycki, 2008; 2011a; 2012b). Tutaj tego zagadnienia nie będę analizował i przyjmuję, że komunikologię oraz naukę o komunikacji można utożsamiać pod jednym warunkiem: jeśli dla obu dyscyplin podstawowym przedmiotem badawczym jest komunikacja.

historycznej, mam na myśli „historię komunikacji” uprawianą przy użyciu aparatu filozoficznego.

Książka została podzielona na trzy części, które skupiają w sobie rozważania związane kolejno z: (1) założeniami pracy oraz kulturalistyczną definicją komunikacji, (2) prezentacją badań w obszarze komunikologii historycznej oraz (3) pojęciową analizą dwóch aspektów komunikacji – w szczególności konceptualizacjami metaforycznymi w ramach aspektu wyobraźniowego.

W pierwszej części zatytułowanej *Kulturalistyczne ujęcie komunikacji* pokazuję, jakie założenia wyjściowe potrzebne są do komunikacyjnych analiz na gruncie filozofii komunikacji. W tym celu charakteryzuję przyjmowane przeze mnie ideacyjne rozumienie kultury oraz narzędziowe ujęcie mediów. Pokazuję również, w jaki sposób można rozumieć wyobrażenia zbiorowe o komunikacji. Następnie, wciąż pozostając w punkcie wyjścia, przyjmuję założenie o refleksywnym historyzowaniu komunikacji, które ma umożliwić przekraczanie metafory transmisji w moich badaniach nad komunikacją. W kolejnych rozdziałach części pierwszej prezentuję definicję działania komunikacyjnego oraz legitymizującego go wymiaru społecznego, czyli praktyki komunikacyjnej. Pozostałe rozdziały służą do naszkicowania uhistorycznionego ujęcia komunikacji, czyli pokazania, że także komunikacja ma swój wymiar historyczny. Analizy prowadzone w części pierwszej dotyczą przede wszystkim poziomu przedmiotowego, czyli tego, „co” jest badane w ramach komunikologii historycznej.

Natomiast w części drugiej pt. *Komunikologia historyczna* opisuję wyłanianie się badań z zakresu historii komunikacji we współczesnych studiach nad komunikacją. Najważniejszym zagadnieniem tej części jest wyodrębnienie dwóch okresów komunikologii historycznej: implicytnego i eksplicytnego. W ten sposób pokazuję, że w badaniach nad przeszłymi zjawiskami komunikacyjnymi musimy zmierzyć się z problemem prezentyzmu, czyli oceniania przeszłości narzędziami współczesnych teorii. W ostatnim rozdziale definiuję dwa obszary przedmiotu komunikologii historycznej:

(1) aspekt medialny oraz (2) aspekt wyobrażeniowy zjawisk komunikacyjnych.

Ostatnia część zatytułowana *Wyobrażenia a media* poświęcona jest charakterystyce dwóch aspektów komunikacji. Prezentuję w niej rozbudowane rozumienie pojęcia metakomunikacji oraz analizuję podstawowe historyczne konceptualizacje metaforyczne: metaforę transmisji i metaforę żywnościową. Następnie przechodzę do pokazania, że również historyczne traktaty filozoficzne mogą służyć do analiz aspektu wyobrażeniowego zjawisk komunikacyjnych. Odwołując się do prac Johna Locke'a, pokazuję, w jaki sposób można odnaleźć we współczesnych teoriach komunikacji jego „dziedzictwo”. Ostatni rozdział pracy zawiera zbiór filozoficznych warunków uprawiania badań w ramach komunikologii historycznej. W tym też miejscu – opierając się na wcześniej wypracowanych uzasadnieniach – prezentuję siedem założeń: (1) założenie o wyobrażeniowym charakterze komunikacji, (2) założenie o zespoleniu środka i formy komunikacji, (3) założenie o społeczno-indywidualnym wymiarze komunikacji, (4) założenie o regulatywnej roli wiedzy kulturowej, (5) założenie o samoodnośności badań, (6) założenie o refleksywnym historyzowaniu komunikacji, (7) założenie o akceptacji słabej wersji prezentyzmu.

W znakomitej większości książka zawiera materiały nigdy wcześniej niepublikowane. U źródeł tej pracy leży pomysł na aspektowe ujęcie komunikacji (w wymiarze przedmiotowym i podmiotowym). Został on przeze mnie zaprezentowany i poddany międzynarodowej dyskusji w artykule *Communication History and Its Research Subject* (Kulczycki, 2014a) opublikowanym w czasopiśmie „*Analele Universitatii din Craiova, Seria Filosofie*”. Natomiast opracowanie podstawowych konceptualizacji metaforycznych zawarłem w tekście *On the Philosophical Status of the Transmission Metaphor* (Kulczycki, 2014c), który ukazał się w czasopiśmie „*Central European Journal of Communication*”. Rozbudowane i przetłumaczone fragmenty tego tekstu wykorzystałem w rozdziale 13. Pierwsza wersja definicji działania komunikacyjnego została zaprezentowana

w artykule *O kulturalistycznej teorii komunikacji* (w czasopiśmie „Kultura – Media – Teologia”) napisanym wraz z Michałem Wendlandem. Zmienione i bardzo rozbudowane fragmenty tego tekstu wykorzystuję w podrozdziale 2.2 niniejszej książki.

Prezentowane rozważania są efektem projektu pt. *Historia idei komunikacji. Analiza przekształceń praktyk komunikacyjnych i ich społecznych uwarunkowań w perspektywie filozofii kultury*, który realizowałem w Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Jako główny wykonawca miałem ogromną przyjemność pracować w zespole, który mnie inspirował, z którym konfrontowałem swoje wyniki i którego członkowie zawsze byli bardzo surowymi czytelnikami. Dlatego w pierwszej kolejności swoje podziękowania kieruję do Michała Wendlanda, kierownika projektu, którego bezcenne uwagi i komentarze oraz nieustanne sprawdzanie moich pomysłów z perspektywy „advokata diabła” pozwoliły mi dopracować kształt założeń teoretycznych tej pracy. Natomiast dwaj pozostali wykonawcy, Paweł Gałkowski i Stanisław Kandulski, dbali o to, aby moje rozważania z zakresu metodologii historii i historii kultury osiągnęły odpowiedni poziom filozoficznej precyzji. Jednakże nie tylko zespół projektowy sprawił, że mogłem osiągnąć takie rezultaty. Przede wszystkim chciałbym podziękować Mikołajowi Domaradzkiemu, który był niezwykle wnikliwym czytelnikiem moich tekstów i wystąpień prezentujących częściowe wyniki badań. Chciałbym również podziękować Narodowemu Centrum Nauki, dzięki któremu ten projekt – w ramach konkursu SONATA 2 – mógł zostać zrealizowany. Oczywiście, dziękując wyżej wymienionym, chciałbym jednocześnie podkreślić, że za wszelkie niedoskonałości tej pracy odpowiadam tylko i wyłącznie ja, a okazana mi pomoc stanowiła przede wszystkim nieocenione wsparcie.

CZĘŚĆ I

Kulturalistyczne ujęcie komunikacji

TŁO TEORETYCZNE ROZWAŻAŃ

Najtrudniej uprawia się refleksję nad tym, co wydaje się „naturalne”, proste i oczywiste. Nie zdajemy sobie sprawy, że ta naturalność i oczywistość wynika z kulturowo wyuczonych sposobów wykonywania i rozumienia naszych działań. Najczęściej nie zastanawiamy się nad tym, dlaczego coś funkcjonuje dokładnie tak, jak byśmy sobie tego życzyli. Jeśli wszystko wykonywane jest sprawnie, nie rozważamy, dlaczego nam się to udaje i jakie są przyczyny sukcesu. Uważamy, że tak po prostu *jest*. Co więcej, na tej podstawie zdarza się nam wyciągnąć wniosek, że tak też zawsze *było*.

Kiedy za przedmiot rozważań obieramy działania człowieka oraz praktyki społeczne, musimy pamiętać, że w tej przestrzeni badawczej możemy mówić raczej o rozpowszechnionych regułach postępowania niż o prawach społecznych. Tam, gdzie pojawia się *praxis*, nasze wnioski powinny być uzasadniane z rozważą (Arystoteles, 1983, s. 41). Mówiąc innymi słowami, musimy niezwykle roztropnie używać wielkich kwantyfikatorów, kiedy opisujemy działania ludzkie i praktyki społeczne.

Zagadnienie to komplikuje się jeszcze bardziej, gdy zaczynamy nie tylko badać praktykę społeczną, ale również formułować opisy i objaśnienia dotyczące takiej praktyki, poprzez którą opisujemy inne praktyki społeczne. Chodzi o komunikację, która nie jest wyłącznie jedną z praktyk społecznych, ale również – w przyjmowanej

przeze mnie perspektywie – jest kluczową praktyką społeczną umożliwiającą zrozumienie innych praktyk.

Zatem kiedy przedmiotem naszych analiz czynimy komunikację, musimy mieć na uwadze to, że stajemy przed problemem samoodnośności w badaniach. Z tym zagadnieniem spotykamy się m.in. wtedy, gdy pragniemy uprawiać refleksję nad językiem. Wówczas dostrzegamy, że nie mamy innej możliwości niż analizowanie języka w języku. Analogicznie jest z komunikacją: możemy ją badać tylko poprzez komunikację. Uzasadniona refleksja musi być bowiem intersubiektywnie komunikowalna i weryfikowalna. Oznacza to, że zarówno przedmiotem badawczym, który chcemy poddać analizie, jak i narzędziem badawczym jest komunikacja.

Porzucam możliwość odwołania się do instancji obserwatora trzeciego stopnia, który dawałby „boski ogląd” oraz możliwość mówienia o komunikacji w sposób obiektywny i zapośredniczony. Wychodzę z założenia, że nie jesteśmy w stanie „metodologicznie wyjść z siebie” i stanąć obok „swojej komunikacji”. Taki zabieg myślowy trudno sobie nawet wyobrazić, gdyż musiałby nas prowadzić do sprzeczności performatywnej – chcielibyśmy zanegować coś, co pozwala nam na negowanie.

Punktem wyjścia dla zrozumienia tego, jak problematyczne jest komunikowanie o komunikacji, może być sytuacja zwykłego człowieka – nazwijmy go jednostką partycypującą w kulturze – który myśli nad własną komunikacją. Warto zapytać: kiedy i czy w ogóle zastanawia się on nad tym, jak przebiega ten proces (jeśli jest procesem), z czego się składa, kiedy się rozpoczyna. Takiej refleksji nie podejmuje się, jeśli wszystko przebiega bez zakłóceń – wówczas komunikacja jest „neutralna” i dla osoby komunikującej się po prostu jest. Dopiero wtedy, gdy coś idzie nie tak, jak powinno, zaczynamy uświadamiać sobie, że nasza komunikacja szwankuje. Gdy komunikacja realizowana jest zgodnie z (najczęściej nieuświadamianymi) założeniami, to nie zadajemy sobie np. pytania: „Dlaczego jest tak, że potrafię dobrze porozumieć się ze swoimi przyjaciółmi?”.

Komunikacja realizowana zgodnie z naszymi założeniami² przebiega bez naszej uwagi – co oczywiście nie oznacza, że są to działania nieświadome. Po prostu wyuczyliśmy się ich w taki sposób, że nie musimy się skupiać na samym sposobie ich wykonywania – robimy to nawykowo. Jednakże gdy komunikacja nie przebiega zgodnie z naszymi oczekiwaniami, zaczynamy zastanawiać się nad tym, co się stało – wynika to z naszego wyobrażenia o komunikacji jako niezakłóconej i realizowanej zgodnie z zamierzeniami.

W literaturze angielskiej autorzy na określenie tej subdyscypliny oraz jej przedmiotu badawczego używają wspólnego określenia: „historia komunikacji” – ang. *communication history* (Nerone, 2006; Simonson et al., 2013; Stevens i Dicken-Garcia, 1980). To samo dotyczy głównej dyscypliny zajmującej się komunikacją, którą określa się najczęściej mianem „komunikacji” – ang. *communication* (Nordenstreng, 2007), rzadziej „komunikologią” ang. *communicology* (Kirby, 2007; Lanigan, 1994). W niniejszej książce – aby uniknąć tego pomieszania³ – będę używał terminów: *komunikologia historyczna*⁴ (na określenie subdyscypliny, która w języku angielskim może być nazywana *communication history*) oraz *przeszłe zjawiska komunikacyjne*⁵

² Celowo nie wprowadzam tutaj kategorii skuteczności komunikacji, która najczęściej rozumiana jest jako: (1) skuteczne przekazanie informacji bądź (2) osiągnięcie porozumienia. Mówienie o skuteczności jako o celu komunikacji zakłada, że jest jeden cel owej komunikacji. Natomiast ja przyjmuję, że nie można wskazać zamkniętego katalogu celów, które mogą być „w” komunikacji i „poprzez” komunikację realizowane. Czynię tak, gdyż cel komunikacji wynika m.in. z wyobrażenia zbiorowego o tym, czym skuteczna komunikacja jest. Rozważania na ten temat będą rozwinięte w dalszej części pracy.

³ Kiedy badamy komunikację i uprawiamy teorię komunikacji, potrzebujemy takich określeń, które – w miarę możliwości – nie będą obciążone zbyt wieloma konotacjami uniemożliwiającymi zrozumienie, jakie to właściwie pojęcie analizujemy.

⁴ Termin ten nie jest używany w języku polskim, lecz w języku angielskim można spotkać się z jego stosowaniem. Wówczas komunikologia historyczna (ang. *historical communicology*) rozumiana jest właśnie jako jedna z subdyscyplin komunikologii (zob. Cáceres, 2007; de Lara, 2010).

⁵ Na oznaczanie przedmiotu historii nie używam określenia „dzieje”, aby nie konotować m.in. Hegłowskiego podejścia do badań w historii.

(na określenie przedmiotu badawczego komunikologii historycznej). Używanie polskiego terminu „historia komunikacji” może rodzić niepotrzebne nieporozumienia. Kiedy bowiem piszę, że praktyki komunikacyjne są przedmiotem historii komunikacji, to mam na myśli to, że są przedmiotem pewnej *subdyscypliny*. Natomiast termin „historia komunikacji” może kojarzyć się z „dziejami zjawisk komunikacyjnych”.

Odnosząc się do powyższych ustaleń, mogę powiedzieć, że interesują mnie w tej pracy takie zjawiska i czynniki, które podlegają transformacjom komunikacyjnym. Przeobrażenia te postrzegam jako rezultat zmian w sposobach realizacji owych praktyk (wynikających m.in. z przemian środków i form komunikacyjnych) oraz przemian wyobrażeń zbiorowych o praktykach komunikacyjnych (wyznaczających m.in., czym jest „skuteczna komunikacja”, o czym warto rozmawiać i jak to robić). Interesuje mnie nie tyle sam filozoficzny status owych *transformacji*, co pokazanie, jak można wyodrębnić i analizować czynniki kształtujące te przeobrażenia.

Realizacja tego celu wymaga prezentacji i osiągnięcia celów szczegółowych, które można ująć w cztery główne obszary. Konsekwencją tych ustaleń jest skupienie się w dalszej części pracy na:

1. prezentacji *kulturalistycznej definicji komunikacji*;
2. prezentacji narzędzia filozoficznego, czyli perspektywy kulturalistycznej;
3. naukowawczej rekonstrukcji badań nad przeszłymi zjawiskami komunikacyjnymi;
4. prezentacji filozoficznego sposobu ujmowania przedmiotu badawczego *komunikologii historycznej*.

Nie można uprawiać uporządkowanej refleksji humanistycznej bez dookreślenia założeń i zaplecza teoretycznego, które za nią stoi. Taki też cel będą miały najbliższe podrozdziały: chcę zaprezentować tło prowadzonych rozważań. Nie będą to rozbudowane analizy wielu stanowisk – skupię się na prezentacji zasadniczych filarów, które uzyskają swoje doprecyzowanie w dalszej części pracy. Metodologicznie bliskie jest mi stanowisko Grzegorza Godlewskiego,

który w pracy *Słowo – pismo – sztuka słowa. Perspektywy antropologiczne* również wskazał na konieczność prezentacji fundamentów, lecz wspominał o niemożliwości ich pełnego dookreślenia: „postępowanie badawcze nie może zaczynać się od rozstrzygnięć teoretycznych, lecz musi być otwarte na wyzwania samego obszaru kultury, na płynące stamtąd impulsy. Obszar ten jest wskazany, a nie wyznaczony, więc nie można poruszać się po nim zgodnie z wcześniej przyjętą marszrutą. Pewnie, że warto mieć do dyspozycji odpowiednio przystosowaną strategię badawczą czy instrumentarium, ale ich funkcja jest tu inna niż w naukach »paradygmatycznych«. Te bowiem posługują się swoimi przyrządami jak luneta, która pozwala dostrzec tylko to, na co skieruje ją sam badacz, decydujący również o skali, perspektywie i stopniu przybliżenia” (Godlewski, 2008, s. 21).

Badanie przekształceń praktyk komunikacyjnych zakłada m.in., że możliwe jest dostrzeżenie czynników, które wpływają na przeobrażenia, oraz że przedmioty analiz historycznych są nam (w jakiś sposób) dostępne w badaniach. W podejmowanych przeze mnie rozważaniach najistotniejsze są założenia pozwalające postrzegać *komunikację* jako praktykę społeczną, której kształt wynika z historycznych przekształceń dwóch czynników ją współkonstituujących: (1) *środków i form komunikacji*, dzięki którym komunikacja jest realizowana, oraz (2) *wyobrażeń zbiorowych*, które w tym momencie wyводу możemy rozumieć jako formy organizacji doświadczenia danej wspólnoty (są to m.in. reguły i instrukcje wskazujące, jak można się komunikować).

Poniżej przedstawiam pięć filarów, które są podstawą prezentacji sposobu badania przekształceń praktyk komunikacyjnych w perspektywie kulturalistycznej:

1. przyjęcie ideacyjnego rozumienia *kultury* jako fundamentu dla rozumienia symbolicznej aktywności jednostek;
2. narzędziowe rozumienie *medium*;
3. dookreślenie komunikacji poprzez jej *wyobrażeniowy aspekt*;

4. założenie o refleksywnym⁶ historyzowaniu komunikacji, czyli przyjęcie, że kształt praktyk komunikacyjnych wynika z przekształceń owych praktyk;

5. konstytutywne źródła kulturalistycznej perspektywy służącej badaniu komunikologii historycznej.

Charakterystyka tych filarów jest niezbędną częścią konstruowania perspektywy badawczej. Muszę jednak podkreślić, że prezentacja ta nie wyczerpuje katalogu koncepcji i stanowisk badaczy, którzy „stoją” za moim ujęciem, czyli byli dla mnie źródłem inspiracji oraz ważnych rozstrzygnięć teoretycznych. Nie sposób w tym miejscu wymienić wszystkich koncepcji, których lektura ukształtowała moje podejście, lecz zawsze będę podkreślać, na jakiej zasadzie jestem dłużnikiem i spadkobiercą danego ujęcia.

1.1. Ideacyjne rozumienie kultury

W prezentowanym przedsięwzięciu *kultura* odgrywa dwie role. Można je wyodrębnić jedynie w porządku wykładu, gdyż wzajemnie się legitymizują. Z jednej strony, *kultura* stanowi fundament obowiązywania i realizowania wszelkich zjawisk komunikacyjnych. Innymi słowy, przyjmuję, że nie ma komunikacji bez kultury, ale

⁶ Kilka lat temu zdecydowałem się używać i tłumaczyć termin *reflexivity* jako „reflektywność”, a *reflexive* jako „refleksywny”, a nie „zwrotny” (zob. Kulczycki, 2012b, s. 56). Chodzi bowiem o taką cechę procesu, która sprawia, że podmiot tegoż procesu jest równocześnie jego przedmiotem. W języku polskim w takim znaczeniu używany jest przymiotnik „zwrotny”. Jednakże mówienie o zwrotnej relacji między perspektywą badawczą (założeniami metodologicznymi) a przedmiotem badawczym jest nieporęczne. Dlatego taką cechę podejścia uhistoryczniającego nazywam „refleksywnością”, a w konsekwencji piszę o „refleksywnym historyzowaniu”. Ewa Klekot, tłumaczka książki Kristen Hastrup *Droga do antropologii. Między doświadczeniem a teorią*, również podkreśla, że terminy „zwrotność”, „refleksywność” oraz „refleksyjność” nie oddają poprawnie znaczenia angielskiego terminu *reflexivity* (Hastrup, 2008, s. 74). Klekot używa zwrotu „zwrotność refleksji”, ja jednak nie będę tego tłumaczyć w ten sposób, gdyż relacja reflektywna nie będzie odnosiła się jedynie do refleksji, ale również do badawczej relacji podmiotowo-przedmiotowej.

również że nie ma kultury bez komunikacji. Z drugiej strony, wykładnia i sposób rozumienia pojęcia kultury służy mi jako narzędzie metodologiczne do budowy „okularów filozoficznych”: kulturalistycznego ujęcia komunikologii historycznej. Można bowiem przyjmować, że komunikacja odbywa się „w” i „poprzez” kulturę, a jednocześnie nie potrzebować pojęcia *kultury* jako narzędzia teoretycznego. W kulturalistycznej perspektywie jednak *kultura* pełni obie zasadnicze role. Przyjrzyjmy się wpierw podstawowym założeniom, które nakładam na pojęcie komunikacji. Z nich wynika bowiem pierwsza rola, którą przypisuję kulturze.

Pojęcie komunikacji jest niezwykle popularne, przez co można odnieść wrażenie, że wszyscy zajmują się komunikacją. Staje się ono nieostre i obciążone wieloma konotacjami, dlatego ważne jest jasne wyznaczenie granic w sposobie rozumienia i charakteryzowania komunikacji. Całą swoją poprzednią pracę zatytułowaną *Teoretyzowanie komunikacji* (Kulczycki, 2012b) poświęciłem problemowi definiowania komunikacji w obrębie różnych podejść badawczych i dyscyplin – skupiłem się przede wszystkim na projekcie siedmiu tradycji teorii komunikacji zaproponowanym przez Roberta T. Craiga. Starłem się pokazać, jakie problemy metodologiczne można napotkać, gdy mówimy o komunikacji. Główne wnioski wypracowane w tej pracy sprowadzają się do następującego sformułowania: w badaniach nad komunikacją niezwykle istotna jest eksplikacja założeń stojących u podstaw naszego ujęcia teoretycznego. W przeciwnym razie nasze ujęcie będzie niekonkretne, a rozumienie komunikacji nieużyteczne poznawczo.

W związku z powyższym przyjmuję następujące założenie konkretyzujące: komunikacja jest aktywnością typowo ludzką – jest to aktywność symboliczna, której podstawę funkcjonowania stanowi *kultura*. Jest to bardzo silna deklaracja – zarówno metodologiczna, teoriopoznawcza, jak i ontologiczna. W ten sposób odcinam się od takiego rozumienia komunikacji, w obrębie którego można mówić o „komunikacji zwierząt”, „komunikacji międzygatunkowej”, „komunikacji roślin” czy „komunikacji z planetami i maszynami”. Inte-

resuje mnie to, co dzieje się między ludźmi jako jednostkami partycypującymi w kulturze. Oczywiście, zdaję sobie sprawę, że dla wielu badaczy takie rozumienie komunikacji może być zbyt wąskie i redukcjonistyczne⁷. W tym miejscu wskażę dwa najważniejsze powody przyjęcia przeze mnie takiego stanowiska.

Po pierwsze, można mówić o cezurze oddzielającej to, co „naturalne”, od tego, co „kulturowe”. Interesuje mnie to, co się dzieje w przestrzeni symbolicznej w trakcie działań ludzkich. Nie oznacza to, że „boję się ewolucji” i odrzucam biologiczny fundament aktywności człowieka: komunikująca się jednostka posiada ciało, jej fizjonomia umożliwia podejmowanie aktywności komunikacyjnych. Jednakże te aktywności swój sens uzyskują w kulturze – dlatego jest ona fundamentem praktyk komunikacyjnych (Tomasello, 2002).

Drugim powodem jest krytyka transmisyjnego rozumienia komunikacji, czyli takiego jej ujmowania, które sprowadza komunikację do przekazywania informacji od jednostki A do jednostki B. Takie ujęcie rozumiane jest bowiem najczęściej na sposób uniwersalistyczny („tak komunikacja przebiega i zawsze tak przebiegała”) oraz jest wykorzystywane do opisu wielu zjawisk w świecie pozakulturowym („komunikacja jest transmitowaniem bitów informacji”, „przekazywaniem informacji genetycznych” etc.). Przyjmuję, że nie da się całkowicie abstrahować od takiego sposobu mówienia o komunikacji, jednakże uznaję za zasadną krytykę ujęcia transmisyjnego, która prowadzona jest ze stanowisk rytualnych (Carey, 2009), konstytutywnych (Craig, 1999) czy antropologicznych (Winkin, 2007). Na obecnym etapie wyводу mogę powiedzieć, że w perspektywie kulturalistycznej komunikacja to „coś więcej” niż trans-

⁷ Naturalnie, zawsze można powiedzieć, że takie ujęcie na pewno nie jest zbyt wąskie, lecz wręcz zbyt szerokie. Można byłoby tak powiedzieć, gdybyśmy spróbowali na budowaną tutaj definicję komunikacji spojrzeć przez pryzmat *Teorii działania komunikacyjnego* Jürgena Habermasa (1999). Okazałoby się, że to, co niemiecki filozof nazywa (niekomunikacyjnym) działaniem strategicznym, ja z całą pewnością zaliczyłbym do działań komunikacyjnych.

misja informacji, a komunikacja swoje obowiązywanie uzyskuje w obrębie danej kultury.

W kontekście powyższych rozważań dużo łatwiejsza stanie się eksplikacja drugiej – teoretycznej – roli kultury w prezentowanym przedsięwzięciu. Pojęcie kultury pozwala mi problematyzować zjawiska komunikacyjne w ujęciu historycznym. Daje możliwość teoretyzowania i reflektowania nad zagadnieniami. W ten sposób kultura jest nie tylko gruntem dla zjawisk komunikacyjnych, ale również stanowi *nastawienie badawcze*. W ten sposób ponownie napotykaśmy dwoistość badanych przez nas przedmiotów: owa dwoistość to po prostu samoodnośność kultury i komunikacji. W kulturze realizujemy swoje działania (m.in. komunikacyjne) i także w kulturze reflektujemy nad nimi – oznacza to, że nie można reflektować nad kulturą i komunikacją poza kulturą i komunikacją. James Carey uważa, iż jest to ironiczny aspekt badań nad komunikacją i trzeba pamiętać, że nie jest ona „czystym zjawiskiem”, które możemy odkryć obiektywnymi metodami i wyrwać je z kultury. Jedyne, co możemy zrobić, to zbudować model wyobrażeń o tym procesie (Carey, 2009, s. 24–25). Musimy jednak pamiętać, że ten model komunikacji jest samoodnośny, co oznacza, że „mówi nam, czym jest komunikacja i (...) wytwarza zachowanie, które opisuje” (Carey, 2009, s. 24).

Takie stanowisko w badaniach nad komunikacją nie jest popularne. Chociaż możemy spotkać się z bardzo ważnymi i interesującymi koncepcjami fundującymi zjawiska komunikacyjne w kulturze, to jednak wskazywana jest tylko pierwsza rola kultury (kultura jako grunt); druga natomiast wydaje się niezauważona. Dla Jamesa Careya nie ma komunikacji bez kultury i kultury bez komunikacji (por. Carey, 2009, s. 11–28), jednakże amerykański badacz nie podkreśla uteoretyczniającej funkcji legitymizującego gruntu. Tak samo czynią W. Barnett Pearce i Vernon E. Cronen – w ich koncepcji komunikacja fundowana jest w kulturze, ale uteoretyczniająca rola pojęcia kultury nie jest podnoszona (Pearce i Cronen, 1980).

W jaki zatem sposób owa „druga rola” może być rozumiana i wykorzystywana? Z pojęciem kultury jest tak samo jak z pojęciem komunikacji: jest używane tak często i przez tak różne ujęcia badawcze, że zaczyna przypominać *pojęcie zombie*, czyli przestaje cokolwiek znaczyć⁸. Dlatego też zapleczem teoretycznym dla budowania kulturalistycznej perspektywy uczyniłem ideacyjne rozumienie kultury. Oczywiście, nie chodzi o przyjęcie całej koncepcji: ideacyjne rozumienie kultury pełni w początkowej fazie budowy narzędzia funkcję heurystyczną, która umożliwia rozpoczęcie problematyzowania zagadnienia, czyli komunikacji.

W odniesieniu do pojęcia ideacyjnego rozumienia kultury przyjmuję takie jego ujęcie, zgodnie z którym przedmiotem badania mogą być reguły, instrukcje, normy, sądy wartościujące, czyli mówiąc ogólniej – wiedza. W ramach takiego podejścia badacze podkreślają, że to, co jesteśmy w stanie rekonstruować, to wiedza odnosząca się do różnych obszarów kultury, m.in. praktyk religijnych, artystycznych, obyczajowych czy komunikacyjnych. W takiej perspektywie wiedza przybiera postać sądów na temat reguł wykonywania działań, np. formułowania reprezentacji artystycznych, figur retorycznych czy opisów uwiarygodniających. Niezwykle istotne jest przyjmowane założenie metodologiczne wskazujące, że te reguły, które staramy się (re)konstruować, podmiot realizujący działanie posiadał, tzn. był w stanie na ich podstawie realizować działanie. To, czy sam był świadomy tych reguł, jest już odrębnym zagadnieniem. W związku z tym (re)konstruowane reguły, normy, instrukcje kulturowe (a nie stany mentalne!) mają dla badacza status hipotezy badawczej. Trzeba bowiem pamiętać – o czym pisał m.in. Aron

⁸ Raymond Williams napisał, że kultura jest jednym z najbardziej skomplikowanych słów, gdyż jest jednocześnie używana w odmiennych dyscyplinach i w kilku różnych odrębnych systemach koncepcyjnych (Williams, 1976, s. 76–77). Jest to wszakże tylko problem rozważań teoretycznych. Jak słusznie zauważa Philip Smith, kultura jest jedną z tych rzeczy, o których wszyscy rozmawiają, w murach akademii i poza nią (Smith, 2001).

Guriewicz – że badacz (niemal zawsze) „ma do czynienia nie z żywą osobą, lecz z tekstami, świadectwami pisanymi, i nie wolno mu posługiwać się pojęciami i terminami z zakresu psychologii” (Guriewicz, 2002, s. 20).

Ideacyjne teorie kultury są krytykowane właśnie za swoją „ideacyjność” – patrzą bowiem na swój przedmiot badawczy z „piętra abstrakcji”. Lecz na tym właśnie polega ich idealizujący charakter, który podkreśla abstrakcyjność przedmiotu badawczego. Badacz zdaje sobie sprawę, że nie dociera do *istoty* badanych zjawisk, lecz tworzy konstrukty, przypisując komuś określone wierzenia, obyczaje. Jak słusznie konstatuje Roger M. Keesing, „epistemologicznie kultury są w tej samej dziedzinie co język (język de Saussure’a czy kompetencja Chomsky’ego), jako wnioskowane kody pojęciowe leżące poza sferą obserwowalnych zdarzeń” (Keesing, 1974, s. 77). W tym ujęciu język jest obszarem kultury, dzięki czemu można użyć metod i modeli lingwistycznych do analizy innych obszarów kultury (takie było założenie m.in. antropologów kognitywnych). Ja natomiast zakładam, że to nie tyle język, co komunikacja może być pomocna w analizie innych obszarów kultury.

Używanie ideacyjnego ujęcia kultury wymaga samoświadomości metodologicznej, która pozwala uwidocznic historyczność koncepcji ugruntowanych w kulturze. W ten sposób możemy naświetlić historyczność *pojęcia komunikacji*. Z jednej strony bowiem możemy w badaniach nad dziejami zjawisk komunikacyjnych rekonstruować komunikaty, z drugiej zaś musimy mieć świadomość tego, że jako badacze jesteśmy częścią pewnego historycznie uformowanego sposobu rozumienia komunikacji.

Z ideacyjnych teorii kultury czerpię wybrane założenia – ich wybór uwarunkowany jest potrzebami ujęcia służącego budowie perspektywy kulturalistycznej i nie sprowadza się do prostej adaptacji pojedynczego stanowiska. Dlatego utożsamiam się z poglądem Godlewskiego, który pisze, iż „rzeczywistość kultury okazuje się na tyle rozległa i wewnętrznie zróżnicowana, że wymaga współpracy

rozmaitych orientacji i metod, w innych okolicznościach rozłącznych czy nawet konkurencyjnych” (Godlewski, 2008, s. 22).

Warto podkreślić, że nie wszystkie ideacyjne teorie kultury w ten sam sposób postrzegają funkcję kultury. Jeżeli na te ujęcia spojrzymy jako na perspektywy przeciwstawne ujęciom adaptacyjnym (kultura jako kolejny etap przystosowania człowieka), to możemy wyróżnić trzy główne typy takich teorii (Keesing, 1974): (1) kultura jako system poznawczy, (2) kultura jako system strukturalny, (3) kultura jako system symboliczny. Pierwsze ujęcie utożsamiane jest przede wszystkim ze stanowiskiem Warda Goodenougha, drugie ze strukturalizmem Claude’a Lévi-Straussa, trzecie natomiast z antropologicznym ujęciem Clifforda Geertza.

W kontekście powyższych analiz definicję kultury przyjmuję za Goodenoughem, który definiuje ją jako to wszystko, co jednostka powinna wiedzieć lub w co wierzyć, aby działać w społeczeństwie w taki sposób, by był on akceptowany. Zdaniem Goodenougha kulturę (i jej badanie) można przyrównać do języka. Język nie jest tym, *co* mówią jego użytkownicy, ale tym, *co* muszą oni *wiedzieć*, aby komunikować się w sposób akceptowalny dla siebie, nawet wówczas gdy trzeba budować konstrukcje językowe dotychczas nigdy niewykorzystywane (Goodenough, 2003, s. 6). Goodenough pisze, że kultura określa oczekiwania, które żywimy względem innych jednostek w niej partycypujących. Owe oczekiwania dotyczą przede wszystkim sposobów rozumienia zjawisk, wierzeń, ocen oraz komunikowania się i działania (Goodenough, 1970, s. 99).

Przyjmuję również za Anną Pałubicką, że kultury nie dziedziczy się biologicznie, lecz każda z jednostek w procesie socjalizacji nabywa wiedzy o regułach i normach kształtujących podejmowane działania (Pałubicka, 2006, s. 9). Z tego wynika (re)produkcyjny charakter kultury – owe normy, reguły i wiedza obowiązują tak długo, jak długo podejmowane są działania, które są nimi regulowane (Kmita, 1982, s. 82), i jak długo realizowane są wartości przyjmowane w danej kulturze (Kotowa, 2002).

1.2. Media jako narzędzia komunikacji

Studia nad komunikacją są bardzo często sprowadzane do rozważań nad mediami czy też mediatyzacją zjawisk społecznych. Taką redukcję perspektywy można spotkać nie tylko w badaniach polskich badaczy, ale również w wielu ujęciach anglosaskich autorów (Patterson, 1990; Rogers, 1997). Naturalnie, kiedy piszę o redukcji, nie chodzi mi o wartościowanie i deprecjonowanie takich ujęć. Podkreślam jedynie, że jest to powszechne zjawisko w badaniach nad komunikacją, a jego źródeł można szukać chociażby w tzw. „Dziedziectwie Schramma”⁹. Dlatego też niezwykle rzadko można się spotkać z *historiami komunikacji*, które nie zawężają swojego przedmiotu badań jedynie do analizy technologicznych przemian środków komunikacji. Oczywiście, historia zjawisk komunikacyjnych może być (i z powodzeniem jest) pisana przez pryzmat rozwoju mediów. Dla mnie natomiast zasadnicze jest takie rozumienie *medium*, które nie ogranicza mediów jedynie do ich fizyczności (środków komunikacji), ale podkreśla istotną rolę *formy* owej komunikacji i nie tylko dopuszcza, ale wręcz wysuwa na plan pierwszy, analizę przekształceń samej komunikacji.

W związku z tym w perspektywie kulturalistycznej ważne jest odróżnianie środków i form komunikacji oraz traktowanie jedynie ich zespolenia jako *medium* czy *mediów*. *Środek przekazu* rozumiany jest przeze mnie jako nośnik znaku, jako narzędzie, które używane jest przez jednostki w komunikacji. Przykładowo, może to być głos, telefon, radio, czasopismo. Taki środek wykorzystywany jest w komunikacji w ramach pewnej *formy*: oralnej, piśmiennej, audiowizu-

⁹ Utożsamianie komunikologii (nauki o komunikacji) z badaniem mediów oraz dziennikarstwem wynika nie tylko z ukierunkowania badań, ale jest pokłosiem instytucjonalnego umocowania wyłaniającej się dyscypliny. Amerykański badacz Wilbur Schramm w 1943 roku uruchomił pierwsze studia doktoranckie z komunikacji – dzisiaj powiedzielibyśmy z komunikologii – w Szkole Dziennikarstwa w Iowa. Więcej na ten temat zob. mój tekst pt. „Dziedzictwo Schramma” jako źródło specyfiki polskiej nauki o komunikacji (Kulczycki, 2011c).

alnej, graficznej itd. Formę można rozumieć jako rodzaj symbolizacji. Dlatego gdy piszę o konkretnym *medium*, mam na myśli zarówno jego „materialność” (bycie środkiem komunikacji), jak i jego *formę* (narzuconą m.in. przez ową materialność). Podkreślam to rozróżnienie (często będę do niego nawiązywał), gdyż w kulturalistycznym rozumieniu *medium* ważna jest nie tylko „materialność” środka komunikacji, ale również forma – zespolenie takie nazywam *aspektem medialnym* komunikacji. Na ten aspekt mogą wpływać m.in. wyobrażenia zbiorowe o komunikacji, czyli to, co nazwałem *aspektem wyobrażeniowym*.

Źródeł takiego rozumienia *medium* można poszukiwać w pracach badaczy, których określa się mianem szkoły toronckiej¹⁰. Celowo nie posługuję się w tym miejscu popularniejszą etykietą przypisywaną tym autorom, czyli pojęciem *determinizmu technologicznego* (lub Wielkiej Teorii Piśmienności). Termin ten bowiem jest bardzo „mocny” i – w moim przekonaniu – nie jest adekwatny w odniesieniu do wszystkich przedstawicieli, których zalicza się do wskazanej szkoły. Przykładowo, do przedstawicieli szkoły toronckiej zalicza się m.in. Erica Havelocka badającego wpływ powstania pisma na wyłonienie się myślenia teoretycznego czy też Davida Olsona, którego oryginalne spojrzenie na piśmienność jest odwróceniem perspektywy „pierwszej generacji” szkoły toronckiej i trudno je nazwać „czystym” determinizmem technologicznym. Najważniejsi myśliciele związani z tą szkołą to: (1) zainteresowany ekonomią polityczną Harold Innis – „ojciec założyciel” deterministycznego ujęcia i autor słynnego *The Bias of Communication* (2008); (2) Marshall McLuhan – najsłynniejszy przedstawiciel szkoły toronckiej i autor fraz „medium is the message”, „globalna wioska” oraz „Galaktyka Guttenberga” (McLuhan, 1994); (3) Walter Ong – znany najbardziej z fundamentalnej pracy *Oralność i piśmienność* (1992); (4) Eric Havelock – jego reinterpretacja Platońskiej krytyki

¹⁰ Nie używam tego określenia w znaczeniu „przynależności geograficznej” (tzn. nie wszyscy badacze pochodzą z Toronto lub pracowali w nim), lecz raczej pewnej wspólnoty podejścia badawczego.

pisma oraz analiza wyłaniania się myślenia symbolicznego w starożytnej Grecji zawarte w *Przedmowie do Platona* (2007) wywarły przemożny wpływ na wielu badaczy komunikacji¹¹; (5) Jack Goody – pokazał, jak można interpretować wpływ powstania pisma alfabetycznego na wyłanianie się nowego typu organizacji społeczeństw (2006); (6) David Olson – jego reinterpretacja relacji sposobów myślenia i medialnych sposobów utrwalania owych myśli wciąż jest inspirująca dla wielu badaczy (Olson, 2010).

Próba nakreślenia ogólnej charakterystyki poglądów szkoły toronckiej nie jest łatwa ze względu na różne akcenty, które kładli autorzy poszczególnych prac. Można jednakże pokusić się o nakreślenie ogólnego sposobu patrzenia na *media* – ich definicję i rolę w przekształcaniu się praktyk społecznych.

Przede wszystkim „torontczycy” w swoich badaniach kładli dużo większy nacisk na środki komunikacji niż na jej treść. To dlatego, gdy McLuhan pisał, że *medium* jest przekazem, chodziło mu o zwrócenie uwagi badaczy na ważność tego, co pośredniczy, a w rzeczywistości konstituuje komunikację. Innis i McLuhan byli tymi, którzy niezwykle mocno podkreślali technologiczne ukierunkowanie komunikacji. Można byłoby wręcz napisać – korzystając z Innisowskiego trudno przekładalnego terminu *bias* – o technologicznej *skłonności* (*nachyleniu*) komunikacji.

Innis i pozostali przedstawiciele szkoły toronckiej przyczynili się do przesunięcia zasadniczych akcentów w pisanych dziejach środków komunikacji. Przed pojawieniem się dzieł Innisa, McLuhana czy Havelocka badacze zajmujący się środkami komunikacji

¹¹ Chociaż Havelock i Ong są bardzo często zestawiani w jednym szeregu z innymi przedstawicielami szkoły toronckiej, to jednak trzeba zdać sobie sprawę, że nie była to tak jednolita i wspólnie pracująca grupa badaczy, jak miało to miejsce np. w Kole Wiedeńskim. Havelockowi często przypisywano inspirowanie się pracami Innisa – dzięki nim rzekomo miał się zająć technologią pisma w starożytnej Grecji. Jednak czytając późne prace Havelocka (Havelock, 2006) oraz współczesnych badaczy myśli toronckiej, bardziej uzasadniony wydaje się pogląd, że Havelock i Innis ów „technologiczny zwrot komunikacyjny” przeprowadzili niezależnie (Patterson, 1990, s. 64).

pisali przede wszystkim mikrohistorie¹² mediów (np. historię prasy brytyjskiej czy francuskiej). Była to perspektywa rozwoju jednego medium, najczęściej ograniczona do konkretnego państwa lub narodu. Co równie ważne, wpływ środków komunikacji na działania odbiorców oraz na praktyki społeczne był rozpatrywany niemalże jako natychmiastowy i nie zakładano możliwości „znacznie późniejszego” wpływu mediów na członków wspólnoty. „Torontczycy” sprawili, że historia medium zmieniła się w historię mediów. Jednostkę partycypującą w kulturze zaczęto postrzegać jako jednostkę zanurzoną w świecie medialnym – w świecie współkonstituujących się mediów. Takie przejście było bardzo istotne, gdyż – jak zauważa Sian Nicholas – różne historie medium zadają różne pytania (Nicholas, 2012, s. 379–394). A trzeba pamiętać, że czytelnik prasy jest również np. widzem telewizyjnym, i nie można od tego abstrahować.

Oczywiście, takie „szerokie” zainteresowanie wpływem mediów na społeczeństwo można wskazać również w pracach przedstawicieli szkoły frankfurckiej – Maxa Horkheimera i Theodora W. Adorna. Jednakże ich analiza mediów używanych w komunikacji koncentrowała się przede wszystkim na odsłanianiu ideologicznych iluzji i władzy stojącej za mediami – nie skupiali się oni (tak jak czynili to „torontczycy”) na technologicznej stronie środków przekazu (Katz, 2007, s. 2).

Wyniki wypracowane w ramach szkoły toronckiej mogą być bardzo użyteczne. Musimy jednak pamiętać, że to stanowisko cechuje się wieloma ograniczeniami i słabościami. Podejście krytykowane jest przede wszystkim za bycie narzędziem do pisania „historii całego świata” z perspektywy technologii medialnej. Co więcej, owe media pojawiają się w historii świata od razu w formie ostatecznej i wpływają m.in. na sposób organizacji społeczeństw. Nie-

¹² Kiedy piszę w tym miejscu o mikrohistoriach, nie mam na myśli *mikrohistorii* tworzonych w ramach historii społecznych czy kulturowych (Domańska, 2005). Chodzi mi o fragmentaryczność tych opisów, która przejawia się w ograniczeniach zakresu do jednego medium i – najczęściej – państwa.

zwykle rzadko podkreśla się ich *wyłanianie się* – nie można jednak pominąć tutaj najważniejszej pracy Havelocka *Muza uczy się pisać* (2006), w której badacz napomina o konieczności postrzegania różnych mediów jako form funkcjonujących równolegle. Krytycy podkreślają, że w tym ujęciu to medium staje się jedynym czynnikiem sprawczym, lecz pomimo tych słabości jest to podejście bardzo inspirujące i wielu badaczy wciąż traktuje je jako ważny punkt wyjścia lub odniesienia dla swoich badań (Watson i Blondheim, 2007).

W niniejszej książce rozumienie tego, czym są i jak oddziałują środki i formy komunikacji, wiele zawdzięcza szkole toronckiej. Ważne jest dla mnie takie spojrzenie na media, które uwzględnia ich „materialny” wymiar mogący wpływać na rozpowszechnione praktyki społeczne. Wskazanie na tę relację wpływu oraz na konsekwencje przeobrażeń mediów jest istotnym wkładem „torontczyków” w refleksję nad mediami będącymi narzędziami komunikacji, których przeważnie nie jesteśmy świadomi w momencie używania. Nie oznacza to jednak, że są one *neutralne* dla komunikacji. Wręcz przeciwnie – ich „neutralność” jest źródłem przeobrażeń praktyk komunikacyjnych.

1.3. Wyobrażenia zbiorowe – niedoceniany aspekt

Przemiany komunikacji to nie tylko rozwój środków przekazu. Dlatego bliskie jest mi rozumienie pojęcia *medium* proponowane przez szkołę toroncką. Jednak również i ono nie jest wystarczające do zbudowania kulturalistycznego ujęcia komunikacji. W perspektywie „torontczyków” przeobrażenie komunikacji dokonuje się bowiem jedynie poprzez transformację środków i form komunikacji. Takie ujęcie owego zagadnienia nie uwzględnia – kluczowego dla mnie – *aspektu wyobrazeniowego* zjawisk komunikacyjnych. Jeśli chcemy badać przeszłe zjawiska komunikacyjne i przyjmujemy, że ich ugruntowanie znajduje się w obszarze kultury, to musimy z tego wyciągnąć także odpowiednie konsekwencje metodologiczne.

Przyjmując ideacyjne rozumienie kultury, uznałem, że to, do czego ma dostęp badacz historycznych aktywności i stanów kulturowych, to z(re)konstruowana wiedza. Innymi słowy, do przeszłych zjawisk komunikacyjnych mamy dostęp poprzez (re)konstruowanie reguł, instrukcji, norm, czyli sądów. Staramy się z(re)konstruować reguły, które podmiot posiadał i na podstawie których realizował swoje działania¹³. Jednakże owe reguły mogą mieć założony dwojaki status: mogą być uświadamiane przez działający podmiot lub podmiot może wykonywać działanie według reguł w sposób nieuświadamiany (wie, *jak* to działanie wykonać, ale nie potrafiłby zwerbalizować źródeł dla odpowiednich procedur). Ważne jest również to, że te reguły wpływają na sposób realizowania zjawisk komunikacyjnych i – co niezwykle istotne – wpływają też na sposób budowania i wykorzystania środków i form komunikacji.

Należy także podkreślić, że do samych realizowanych w przeszłości działań nie mamy bezpośredniego dostępu. Możemy je badać na podstawie źródeł historycznych, które opisują konkretne działania komunikacyjne, lub na podstawie wytworów (efektów) owych działań (np. zachowanego listu). W ten sposób – rozpoznając dane działanie jako komunikacyjne dzięki zastosowaniu odpowiedniej uhistorycznionej definicji komunikacji – możemy przejść z poziomu działania komunikacyjnego na poziom praktyki komunikacyjnej (jej zasad, reguł, norm) wyznaczającej sposób realizowania działań. W ujęciu idealizacyjnym mówimy bowiem o wiedzy kulturowej dotyczącej danych praktyk, a nie twierdzimy, że badamy (bo i w jaki sposób?) „rzeczywiste” działania.

¹³ Zakładam, że w badaniu mamy dostęp jedynie do z(re)konstruowanej wiedzy na temat zjawisk komunikacyjnych – nie mamy natomiast bezpośredniego dostępu do „rzeczy”. Zupełnie odwrotne stanowisko prezentuje np. Michael Brian Schiffer, archeolog z Uniwersytetu Arizony, który uważa, że ludzka komunikacja odróżnia się od „komunikacyjnych” zachowań zwierząt właśnie tym, że potrafimy nie tylko posługiwać się ogromną liczbą artefaktów, ale również dzięki nim konceptualizować komunikację, oraz że mamy do tych artefaktów dostęp w badaniu (zob. Schiffer, 1999).

Wskazane powyżej rekonstruowane w formie sądów reguły, normy czy instrukcje dotyczące zjawisk kulturowych są formami organizacji doświadczenia zbiorowego, czyli są *wyobrażeniami zbiorowymi*. To nigdy nie są „prywatne” reguły i normy, ponieważ ich obowiązywanie jest uwarunkowane intersubiektywną rzeczywistością społeczno-kulturową i wpływa na sposób postrzegania oraz realizowania aktywności kulturowych. Co istotniejsze, przemiany wyobrażeń zbiorowych mogą prowadzić do przemian środków i form komunikacji, a w konsekwencji do przemian samej komunikacji. Tak samo transformacje środków i form komunikacji mogą mieć wpływ na kształt wyobrażenia zbiorowego. To, jak tę relację zdefiniować i analizować, jest podstawowym zadaniem stawianym w niniejszej pracy.

Badacze podejmujący zagadnienie *wyobrażeń zbiorowych* nie wypracowali wspólnego stanowiska, bo i samo badane zjawisko nie jest jednorodne. Inspiracje dla mojego ujęcia można wskazać we francuskiej szkole *Annales* (Burke, 1990), w pracach Fernanda Braudela (2006), w pismach Rogera Chartiera (1978) i Arona Guriewicza (2002), w historii kulturowej Petera Burke’a (2012), Roberta Darntona (2012) czy Elizabeth Eisenstein (2005). Nie sposób też nie wspomnieć o źródłach w koncepcji *zbiorowych reprezentacji* Émile’a Durkheima (Pickering, 2002). Jak pokazał Eric W. Rothenbuhler, użycie Durkheimowskiego rozumienia wyobrażeń zbiorowych może być niezwykle użyteczne w ramach studiów nad komunikacją (Rothenbuhler, 1993, s. 158–163). Ujęcie Durkheima zostało rozwinięte m.in. przez Serge’a Moscoviciego (2000), który pisał o *reprezentacjach społecznych* i wskazywał, że możliwość komunikacji wynika z podobieństw jednostek, natomiast konieczność komunikacji swoje źródła ma w różnicach pomiędzy jednostkami. I tutaj swoje miejsce odnajdują reprezentacje społeczne, które dostarczają współdzielonych podstaw do komunikacji. Jednak trzeba też pamiętać, że stają się w ten sposób przyczyną tego, iż komunikacja jest potrzebna (Gillespie, 2008, s. 379).

Używam sformułowania *wyobrażenie zbiorowe*, aby nie utożsamiać kulturalistycznego ujęcia form organizacji doświadczenia zbiorowego z konkretnym stanowiskiem, lecz raczej podkreślać inspirację i źródło takiej perspektywy. Czytając literaturę przedmiotu, możemy bowiem spotkać się z terminami: reprezentacje zbiorowe, reprezentacje kolektywne, idee zbiorowe, wyposażenie mentalne czy *mentalité*, a nawet opinia publiczna. Naturalnie, musimy sobie zdać sprawę, że pojęcie wyobrażeń zbiorowych czy *mentalité* od samego początku było „elastyczne i szerokie, a zarazem mgliste, wywodzące się z różnych tradycji i inspiracji” (Wrzosek, 1995, s. 134). Można powiedzieć, iż te różne ujęcia mają wspólny przedmiot badań, jednak ze względu na zakorzenienie dyscyplinarne różnie go nazywają i różnie kładą akcenty.

Zbiór wyobrażeń zbiorowych można nazwać – zgodnie z tradycją badań humanistycznych – „obrazem świata”. Zagadnienie to było podejmowane m.in. przez Wilhelma von Humboldta, Ludwiga Wittgensteina, Hansa-Georga Gadamera czy też w koncepcji świat-obrazu Martina Heideggera. Obraz świata jest konstruktem teoretycznym, za pomocą którego badacze określają sposoby racjonalizacji doświadczenia zbiorowego umożliwiającego jednostkom w obrębie danej wspólnoty budowanie jednolitego sposobu racjonalizowania świata, np. poprzez wspólne wyobrażenie tego, czym jest czas i przestrzeń. Tak rozumiany obraz świata podlega przemianom historycznym, a w jego skład wchodzi różne wyobrażenia zbiorowe związane z obszarami praktyk kulturowych.

Kiedy piszę o *wyobrażeniach zbiorowych*, mam na myśli te formy organizacji doświadczenia i wiedzy, które określają, w jaki sposób rozumieć i realizować dane praktyki religijne, artystyczne czy komunikacyjne lub – jak pisze Birgitta Höijer – służą „zbiorowemu wytwarzaniu znaczenia” (Höijer, 2011, s. 3). Na wyobrażenia zbiorowe składają się m.in. reguły, normy, idee, wierzenia religijne, systemy wartości. Nie można wyliczyć zamkniętego zbioru wszystkich składników wyobrażeń zbiorowych, gdyż ich wskazanie zależy od kategoryzacji i definiowania poszczególnych praktyk społecz-

nych. W niniejszej pracy będą mnie interesowały przede wszystkim wyobrażenia zbiorowe o działaniach i praktykach komunikacyjnych (krócej: wyobrażenia o komunikacji), przy użyciu których jednostki we wspólnocie rozumieją i opisują, czym jest komunikacja, na czym polega, jak można ją „wykonywać”, kiedy została zakończona zgodnie z zamierzeniem. Wyobrażenia o komunikacji odnoszą się do pojęć związanych z procesami komunikacyjnymi (takich jak np. wspólnota komunikacyjna, wiadomość, porozumienie), przekonaniami („dobrze jest się komunikować”, „komunikacja służy do nawiązywania relacji”) oraz wartościami („udana komunikacja służy porozumieniu”, „należy do rozmówcy podchodzić z życzliwością”).

Wyróżniam potoczne i teoretyczne wyobrażenia o komunikacji. Potoczne wyobrażenia o komunikacji to takie sposoby organizacji treści zbiorowego doświadczenia, za pomocą których „zwykli” uczestnicy komunikacji postrzegają procesy komunikacyjne i przy użyciu których „praktykują” komunikację. Można wskazać tutaj np. wyobrażenie o skutecznej komunikacji, czyli takiej, która skutkuje przekazaniem (transmitowaniem) informacji albo dojściem do porozumienia. Takie rozumienie potocznych wyobrażeń zbiorowych bliskie jest ujęciu mentalności przyjmowanemu przez Guriewicza, kiedy pisze, że „w mentalności wyraża się jednak przede wszystkim psychologia zbiorowa, pozaosobowy aspekt świadomości jednostki, to, co wspólne, co łączy członków dużych i małych grup społecznych. Świadomość konkretnej jednostki, niepowtarzalna konstelacja tylko jej właściwych elementów obrazu świata na ogół umyka naszej uwadze” (Guriewicz, 2002, s. 8). Dlatego też można powiedzieć, że rozumienie i percepcja świata przez jednostkę partycypującą w kulturze są związane z postrzeganiem świata na poziomie zbiorowym. Co więcej, to wspólnotowe wyobrażenie kształtuje postrzeganie jednostkowe, co znaczy, że obraz świata zawarty w kulturze wyznacza sposób postrzegania tego świata przez jednostkę. Jak pisze W. Barnett Pearce, „[j]eśli przyjrzymy się dokładnie, dostrzeżemy implicytną teorię komunikacji we wszystkim, co ludzie mówią, oraz w tym, co robią, gdy są razem. Ta teoria ma

znaczenie, gdyż ustanawia treść i jakość konwersacji, które ludzie prowadzą” (Pearce, 2007).

Natomiast teoretyczne wyobrażenia o komunikacji są to eksplcytne treści zbiorowego doświadczenia wyrażone najczęściej w formie rozpraw filozoficznych czy prac naukowych. W ramach tych wyobrażeń wyróżniam dwa typy: pierwszy (*przedkomunikologiczny*) związany jest z wyobrażeniami teoretycznymi na temat procesów komunikacyjnych powstałymi przed wyłonieniem się dyscypliny naukowej – komunikologii (np. w pismach filozofów starożytnych czy empirystów brytyjskich). Wówczas, oczywiście, nie zawsze używano terminu komunikacja lub komunikowanie, jednakże z dzisiejszej perspektywy opartej na interpretacji adaptacyjno-historycznej jesteśmy skłonni uznać te rozważania właśnie za komunikacyjne. Drugi typ to wyobrażenia *komunikologiczne*, a więc takie sposoby opisu i rozumienia procesów komunikacyjnych, które pojawiają się w teoriach komunikacji i komunikologii, czyli od początku ubiegłego wieku.

Wszystkie zbiorowe wyobrażenia o komunikacji są ze sobą związane. Wiedza przedteoretyczna (w skład której wchodzi wyobrażenia potoczne) jest rekonstruowana na poziomie teoretycznym – nie jest falsyfikowana, ponieważ nie można wskazać jedyne poprawnego sposobu „myślenia o” komunikacji. Słusznie zatem twierdzi Wendland, gdy zauważa: „zbiorowe wyobrażenie o komunikacji jest więc czymś, co podlega interpretacji ze strony badacza. Wprawdzie pozostaje ono czymś »ukrytym« (podobnie jak niedostępne pozostają same historyczne praktyki komunikacyjne), jednak historyk-komunikolog nie ma możliwości jego »wydobycia« czy zrekonstruowania. Może on tylko skonstruować pewien własny obraz tych historycznych praktyk, pewne wyobrażenie o wyobrażeniach historycznych, które samo pozostaje pod wpływem zbiorowego wyobrażenia współczesnego badaczowi. Natomiast materiałem takiej »hermeneutyki archeologicznej« są zabytki praktyk komunikacyjnych w postaci zachowanych tekstów (lub obrazów). Tak więc swoje wyobrażenie o praktykach komunikacyjnych, ich

środkach i formach oraz regulujących je wyobrażeniach badacz konstruuje, interpretując ów dostępny mu materiał i posługując się nie tylko metodami badawczymi z zakresu historii, ale również wspomagając się metodami z zakresu antropologii” (Wendland, 2013b, s. 61).

Zatem wiedza i wyobrażenia potoczne są kategoryzowane i objaśniane na poziomie teoretycznym. W procesie tym to, co „zwykli” uczestnicy komunikacji nazywają „naturalnością” i „intuicyjnością” opisu praktyk komunikacyjnych („to przecież oczywiste, że komunikacja służy do przekazywania informacji”), jest rekonstruowane. W ujęciu kulturalistycznym chcę pokazać, że takie „potoczne opisy i charakterystyki” podlegają przekształceniom historycznym i wcale nie są ani naturalne, ani intuicyjne.

1.4. Refleksywne historyzowanie jako nastawienie badawcze

Robert Darnton, jeden z najsłynniejszych badaczy zajmujących się dziejami zjawisk komunikacyjnych, napisał, że systemy komunikacji mają historię, ale historycy rzadko ją studiują (Darnton, 1990, s. xvii). Kilkanaście lat wcześniej Elizabeth Eisenstein również pisała, że do tej pory nie przeanalizowano dostatecznie wpływu druku na kulturę europejską (Eisenstein, 2005, s. 3–42). Podejście badaczy komunikacji do historii komunikacji zmienia się w ostatnich latach, chociaż wciąż pozostaje wiele do zrobienia chociażby w obszarze teoretycznym. Zdaniem Michaela Schudsona wynika to przede wszystkim z tego, że historycy są uczeni do wyławiania z historii działań aktorów społecznych, dlatego też odrzucają w swoich analizach czynniki drugorzędne i zewnętrzne siły. Chociaż – jak podkreśla – głównym problemem badań nad historią komunikacji nie są braki metodologiczne, ale przede wszystkim zakres badanych idei i pojęć (Schudson, 1991, s. 175–176).

W ciągu ostatnich kilku lat refleksja nad historią komunikacji zdecydowanie przyspieszyła. W 2011 roku ukazały się dwa numery specjalne pt. *What is Communication History? European Answers* w ramach czasopisma „Medien & Zeit” (Arnold, 2011; Bogen, 2011; Broersma, 2011; Ellefson, 2011; Fickers, 2011; J. Kittler, 2011; Ribeiro, 2011). Autorzy artykułów starali się nakreślić mapy myśli historii komunikacji oraz wskazać kluczowe zagadnienia podejmowane w badaniach. Dwa lata później ukazała się ważna praca pod redakcją czterech badaczy komunikacji z Uniwersytetu Kolorado w Boulder *The Handbook of Communication History* (2013). Jest to pierwsza tak rozległa monografia, w której badacze starają się pokazać, czym jest oraz czym się zajmuje historia komunikacji. Warto podkreślić, że jest to podręcznik opublikowany w ramach prestiżowej serii „ICA Handbook”, wydawanej przez największe na świecie towarzystwo naukowe badaczy komunikacji International Communication Association. Jest to praca, która wyznacza nowe standardy i kanony mówienia oraz myślenia o historii komunikacji. Autorzy m.in. stawiają diagnozę na temat obecnych tendencji i piszą, że można wskazać sześć najintensywniej rozwijanych podejść badawczych w historii komunikacji (Craig et al., 2013, s. 7):

1. Pierwsze podejście koncentruje się na *materialności* komunikacji, czyli na perspektywie ekonomii politycznej (można wskazać tutaj chociażby inspirację pracami Harolda Innisa), czy też na analizie „komunikacyjnych” artefaktów i miejsc.

2. Drugie podejście skupia się na *dogłębności* i kładzie nacisk na badania historiograficzne oraz interpretację źródeł historycznych.

3. Trzeci nurt intensywnie rozwijany jest w perspektywie *internacjonalizacji* komunikacji.

4. Podejście czwarte skupione jest na *tożsamościach społecznych*. W tym ujęciu na historię komunikacji patrzy się m.in. przez pryzmat rasy, płci oraz klasy społecznej.

5. *Cyfrowość* to kolejny nurt koncentrujący się na rozwijaniu badań w archiwach poprzez proponowanie nowych form historiografii cyfrowej.

6. Szóstym podejściem jest *refleksywne historyzowanie* (ang. *reflexive historicizing*), w które wpisuje się podejście prezentowane w niniejszej książce. Zdaniem redaktorów *The Handbook of Communication History* termin refleksywne historyzowanie obejmuje m.in. takie podejścia, jak historia dziennikarstwa, historia retoryki oraz inne wskazujące na historyczność przedmiotu badań komunikacyjnych.

Amerykańscy autorzy używają w tym miejscu terminu *historicism*, gdyż w języku angielskim rozróżnienie na historyzowanie i historycyzowanie – chociaż jest znane i precyzyjne – nie przyjęło się (Thomas, 1991, s. 4). Natomiast ja zdecydowanie je odróżniam i w tym przypadku tłumaczę ten termin jako *historyzowanie* (uzasadnia to wykładnia samego pojęcia podana przez autorów). Termin historycyzm, rozpropagowany przez Karla R. Poppera głównie w pracy *Nędza historycyzmu* (1999), charakteryzuje stanowisko głoszące, że w historii można wskazać prawa jej rozwoju, które zmierzają do zrealizowania jej celu. Natomiast historyzm jest stanowiskiem metodologicznym wskazującym, że poznanie zjawisk powinno przebiegać w sposób historyczny, tzn. taki, który uwzględnia ich powstanie i rozwój. To rozróżnienie bardzo rzadko jest przestrzegane w literaturze anglojęzycznej. Co więcej, jak pisze Brook Thomas w *The New Historicism and Other Old-Fashioned Topics* (Thomas, 1991), nawet gdy autorzy odróżniają te dwa stanowiska, to pisząc *historism*, mają na myśli przede wszystkim dwudziestowieczną historiografię niemiecką określaną jako *Historismus*. Powszechność tego chaosu terminologicznego potwierdza Georg G. Iggers, stwierdzając, że termin historycyzm ma tak wiele znaczeń, iż używanie go wymaga nakreślenia bardzo dokładnych granic (Iggers, 1983, s. 4). Warto też podkreślić, że termin *nowy historycyzm* odnosi się przede wszystkim do stanowiska w literaturoznawstwie i często mylony jest z poststrukturalizmem (Thomas, 1991, s. 24–25). Wyróżniony szósty nurt nie jest niczym wyjątkowym we współczesnej refleksji. Arpad Szakolczai – autor *Reflexive Historical Sociology* (2005) – uważa, że możemy obecnie zaobserwować „refleksywny zwrot”, który

jest spokrewniony ze „zwrotem historycznym” i „zwrotem interpretatywnym” w naukach społecznych i humanistyce. Co więcej, podkreśla, że rozpoznanie przez dyscypliny naukowe tego „samoodnośnego” komponentu jest wynikiem współpracy z filozofią (Szakolczai, 2005, s. xvi). To jest ten użyteczny wkład, który filozofowie komunikacji mogą wnieść w badania nad komunikacją właśnie w ramach komunikologii historycznej.

W ramach takiego „zwrotu refleksywnego” zadaje się pytanie o etapy ewolucji struktur społecznych, próbuje się również formułować – tam, gdzie jest to możliwe – prawa rozwoju społecznego, a tam, gdzie nie można tego uczynić, próbuje się opisać pewne reguły czy trendy. Harry Elmer Barnes wskazuje na bardzo ciekawą zależność: socjologowie historyczni oraz historycy odnoszą się do tych samych problemów i okresów historycznych. Zadaniem historyka jest konkretne opisanie danego faktu, stanu, źródła historycznego. Jednakże gdy historyk zaczyna formułować prawa rozwoju historycznego, wchodzi w obszar socjologii historycznej, natomiast jeśli socjolog historyczny porzuca poszukiwanie praw i tendencji rozwoju historycznego i zaczyna poświęcać się pracy deskryptywnej, wówczas przyjmuje rolę historyka (Barnes, 1984, s. 4).

Refleksywne historyzowanie może być rozumiane jako *samoodnośne uhistorycznianie* przedmiotu badań. Oznacza to uznanie przez badaczy komunikacji dwóch założeń: historyczności ich przedmiotu badawczego oraz tego, że historia jest kontekstem umożliwiającym zrozumienie współczesnych zjawisk komunikacyjnych (Craig et al., 2013, s. 7). Z tego natomiast wynika, że możliwe jest badanie historycznych przeobrażeń przedmiotu badawczego. Informacje, jak takie badania mogą być prowadzone¹⁴, można odnaleźć m.in.

¹⁴ Można również rozważać, jak inne obszary wiedzy mogą być historyzowane. Wojciech Wrzosek opisuje przykład ekonomii politycznej (warto pamiętać, że z tej perspektywy – reprezentowanej przez Innisa – narodziła się szkoła toroncka): „Uhistorycznianie ekonomii politycznej polega, najprościej mówiąc, na wzbogacaniu istniejącej refleksji ekonomicznej o perspektywę przeszłości. Koncepcje ekonomiczne odnoszące się do teraźniejszości użyte zostają do badania przeszłości. W rezultacie

w pracach Karen Lee Ashcraft oraz Pushkali Prasad na temat komunikacyjnych badań nad organizacjami (Ashcraft i Prasad, 2013) czy Petera Burke'a na temat sztuki konwersacji (Burke, 2013).

Nastawienie takie zakłada, że zrozumienie współczesnych zjawisk komunikacyjnych¹⁵ jest może nie tyle możliwe, co pogłębione dzięki badaniu ich historii (Ross, 2013, s. 355). Można to stanowisko rozumieć jako przechodzenie od historii komunikacji do historycznie zorientowanych (albo: historycznie świadomych) studiów nad komunikacją (Peck et al., 2013, s. 42). Takie właśnie podejście nazywam w swojej pracy komunikologią historyczną. W tym miejscu muszę jeszcze doprecyzować, czym takie stanowisko się charakteryzuje.

Chcę patrzeć na przedmiot badawczy komunikologii historycznej jako na konstrukt społeczno-kulturowych przemian. Zgadzam się z Robertem T. Craigiem, gdy pisze, że pojęcie komunikacji ewoluowało historycznie i jest najlepiej zrozumiałe w szerszym kontekście historii kulturowej i intelektualnej. Jak dodaje amerykański badacz, „teorie formalne często wyrastają z potocznych, kulturowo ugruntowanych sposobów myślenia o komunikacji. Jednakże raz sformułowane teorie mogą również wpływać na, czy nawet wzmacniać lub zmieniać, codzienne myślenie i praktykowanie komunikacji. Dlatego relacja między teorią a kulturą jest refleksywna lub inaczej – wzajemnie się konstytuująca. Teorie komunikacji pomagają stworzyć to zjawisko, do którego wyjaśnienia dążą” (Craig, 1999, s. 125).

więc ekonomia staje się modelem heurystycznym, horyzontem postrzegania minionych zjawisk gospodarczych. Sama ekonomia uzyskuje tym sposobem szansę posługiwania się perspektywą czasową przeszłości, co pozwala analizować poprzedzające teraźniejszość ekonomiczną stany wcześniejsze” (Wrzosek, 1995, s. 57).

¹⁵ Oczywiście, nie dotyczy to tylko komunikacji, lecz jest to założenie możliwe do przyjęcia przez wiele dyscyplin. Na przykład Jennifer L. Croissant pokazuje, że nawet w badaniach nad nauką i technologią warto zastosować uhistorycznienie przedmiotu badawczego, aby w innym świetle zobaczyć swój przedmiot badawczy (Croissant, 2003, s. 465–470).

Refleksywność nastawienia badawczego oznacza, że badacz nie tylko nakłada na swój przedmiot badawczy pewne warunki (np. uhistorycznia go), ale ma świadomość tego, że to samo dotyczy jego metody badawczej oraz samej refleksji¹⁶. Narzędzie badawcze podlega tym samym regułom, które narzuca na swój przedmiot. Oznacza to, że nie można narzucać warunków na to, co jest badane w refleksji humanistycznej, a jednocześnie na poziomie perspektywy badawczej dystansować się od tych warunków. Innymi słowy, jeśli uznajemy historyczność przedmiotu badawczego, to nie możemy twierdzić, że zbudowane przy takim założeniu narzędzie badawcze, jakim jest perspektywa kulturalistyczna, jest uniwersalne. Tym jest właśnie refleksywność nastawienia. Historyzowanie zakłada natomiast, że obecny stan przedmiotu badawczego (np. zjawisk komunikacyjnych) jest wynikiem ich rozwoju społeczno-kulturowego. Przedmiot badawczy jest zatem postrzegany jako możliwy do zbadania w perspektywie diachronicznej. W związku z powyższym przyjmowane przeze mnie w tej pracy refleksywne historyzowanie pozwala mi uznać, że jest możliwe badanie przeobrażeń zjawisk komunikacyjnych.

1.5. Przekraczanie transmisji

Ostatnim filarem służącym określeniu tła rozważań jest konstytutywne ujęcie, z którego wyrasta kulturalistyczne definiowanie zjawisk komunikacyjnych. Chociaż przyjąłem, że komunikacja jest nierozzerwalnie związana z kulturą, to jednak stwierdzenie to nie

¹⁶ Taką refleksywność można nazwać świadomą samoodnośnością lub – jak wolałby David Olson – po prostu subiektywnością. Badacz piśmienności, charakteryzując swoje podejście metodologiczne, pisał: „Osiągam subiektywność wtedy, gdy uznaję, że nawet moje ukochane poglądy, moje »prawdy«, mogą być błędne. Subiektywność jest więc powiązana ze świadomością, nie tyle świadomością w ogóle, lecz z uświadomieniem sobie zarówno istnienia umysłu, jak i nieoczywistości własnych przekonań” (Olson, 2010, s. 344).

wyznacza jeszcze, jak zjawiska komunikacyjne będą rozumiane. Ramy teoretyczne, które pozwalają dookreślić znaczenie tego terminu, swoje źródła odnajdują w rytualnej teorii Jamesa Careya (inspirowanej koncepcją komunikacji zawartą w filozofii Johna Deweya)¹⁷ oraz w kulturowym ujęciu komunikacji W. Barnetta Pearcé'a i Veronona E. Cronena. Warto również zauważyć, że Carey w swoich pracach podkreślał wagę pism Harolda Innisa, którego rozumienie determinizmu technologicznego było ujmowane jako jednoznacznie transmisyjne (Carey, 2009, s. 109–132). Pokazuję te Innisowskie inspiracje Careya, aby podkreślić, że ujęcia konstytutywne są przede wszystkim przekroczeniem ujęć transmisyjnych, a nie ich całkowitych odrzuceniem czy zanegowaniem.

Kulturalistyczne ujęcie komunikacji, które jest konstruowane w niniejszej pracy, nawiązuje do ujęć konstytutywnych starających się przekroczyć transmisyjne rozumienie zjawisk komunikacyjnych. Takie transmisyjne podejście zakłada, że wszelką komunikację można zdefiniować jako przekazywanie informacji, emocji czy idei między dwiema jednostkami. Obecnie jest to najpopularniejszy sposób konceptualizowania zjawisk komunikacyjnych, jednak warto pamiętać, że współczesne rozumienie pojęcia komunikacji jest wynikiem dziewiętnasto- i dwudziestowiecznych koncepcji. Wówczas komunikacja stała się zasadniczym fenomenem traktowanym jako najważniejsze zjawisko społeczne. Dlatego obecnie mówimy o „wieku komunikacji” czy o „władzy komunikacji” (Castells, 2013). Aż do końca drugiej połowy XIX wieku pojęciu komunikacji nie poświęcono wiele miejsca w badaniach humanistycznych – skupiano się przede wszystkim na języku i znaku. Oczywiście, ostatnio coraz częściej te historyczne badania włącza się w zakres studiów nad komunikacją (Dues i Brown, 2001, s. 2–30). Zakres pojęcia komunikacji jest nieustannie negocjowany – to natomiast oznacza, że rozu-

¹⁷ Amerykański filozof był inspirujący wówczas, gdy pisał o zanurzeniu społeczeństwa w komunikacji: „Społeczeństwo nie tylko wciąż istnieje *poprzez* transmisję, *poprzez* komunikację, ale można wręcz powiedzieć, że ono istnieje *w* transmisji, *w* komunikacji” (Dewey, 2004, s. 4).

mienie go jest wyznaczane przez kontekst społeczno-kulturowy. Theodore Clevenger podkreśla, że pomimo wielu prób zbudowania jednej (akceptowalnej dla wszystkich badaczy) definicji komunikacji nie udało się tego zrobić – jest to po prostu niemożliwe, gdyż termin „komunikacja” jest używany w tak różnorodny sposób, że nie można satysfakcjonująco scharakteryzować tego, do czego się odnosi (Clevenger, 1991, s. 351). Również próba wskazania zamkniętego zbioru „komponentów pojęciowych”, z których są budowane „pojęcia” komunikacji, nie udała się (Dance, 1970).

Dlatego też w pracach przeglądowych nie wylicza się poszczególnych stanowisk, ale raczej przedstawia kategoryzacje, które by w sposób syntetyczny obejmowały różne podejścia. W przypadku definiowania komunikacji mówi się właśnie o dwóch głównych modelach czy ujęciach: transmisyjnym i konstytutywnym¹⁸.

Pierwsze ujęcie koncentruje się na transmisyjności procesu i wskazuje na słowa, idee, emocje, które są przekazywane w jego trakcie. Zbudowane na bazie tego podejścia modele nazywane są modelami transmisyjnymi, hydraulicznymi czy telegraficznymi (Wendland, 2013a). Można wskazać tutaj takie koncepcje, jak matematyczna teoria informacji Claude’a Shannona, model komunikacji Romana Jakobsona czy model Theodore’a Newcomba. Na transmisyjne ujęcie bardzo mocno wpłynęła cybernetyka i prace Norberta Wienera, który pisał: „kiedy się komunikuję z inną osobą, przekazuję jej pewną informację, a kiedy ona z kolei porozumiewa się ze mną, przekazuje mi informację zwrotną, zawierającą wiadomość pierwotnie dostępną jej, lecz nie mnie” (Wiener, 1961, s. 16). Michał Wendland zauważa również, że „transmisyjne ujęcie komunikacji oraz wiele stanowisk odwołujących się do niego można określić mianem esencjalistycznych. Zakładają one, że istnieje pewna obiektywna, faktyczna i niezmienna

¹⁸ Dokładne linie demarkacyjne oraz opisy tych dwóch sposobów konceptualizacji opisałem w pracy *Teoretyzowanie komunikacji* w rozdziałach: *Transmisyjne ujęcie komunikacji* oraz *Konstytutywne ujęcie komunikacji* (Kulczycki, 2012b, s. 27–41). Dlatego w tym miejscu ograniczę się do niezbędnego minimum służącego umiejscowieniu ujęcia kulturalistycznego na mapie namysłu nad komunikacją.

postać komunikacji, że niezależnie od rozmaitych potocznych czy zdroworozsądkowych wyobrażeń o komunikacji można wskazać jakąś »komunikację samą w sobie«, niezależną od uwarunkowań historycznych i możliwą do opisania w terminach charakterystycznych dla nauk przyrodniczych i formalnych” (Wendland, 2014a, s. 14). Jednakże, jak celnie wskazuje Yves Winkin, posługując się w rozważaniach ujęciami transmisyjnymi, „można powiedzieć wszystko, nie mówiąc nic: odtąd model jest powszechnie stosowany, budując ogólną zgodę i porozumienie” (Winkin, 2007, s. 35). Dlatego takie transmisyjne ujęcie jest nieprzydatne do naszkicowania mapy myśli w historii komunikacji, czyli do realizacji jednego z celów tej książki. Ogranicza bowiem zakres zjawisk, jakie można nazwać komunikacją, do tych, które da się ująć w metaforach *transferu* czy *transmisji*. Ujęcie konstytutywne (rytualne) pozwala natomiast nie tylko na uwzględnienie historycznych przemian kulturowych, ale również na analizowanie podejść transmisyjnych (rytuały „wymagają” transmisji, ale transmisja nie zawsze wymaga rytuałów).

Dlatego drugie ujęcie (nazywane konstytutywnym, rytualnym, orkiestralnym) koncentruje się na uczestnictwie oraz na interakcji (symbolicznej) między współuczestnikami procesu (jest to podejście interakcjonistyczne). Nacisk kładziony jest nie tyle na transmisję, co na utrzymywanie więzi oraz współtworzenie, „produkowanie” relacji i zjawisk społecznych. Przyjmuje się, że komunikacja to coś „więcej” niż transmisja. Za klasyczne ujęcia można uznać interakcjonizm symboliczny Georga Herberta Meada, kulturowe rozumienie komunikacji Jamesa Careya czy rytualne ujęcie Erica Rothenbuhlera. W ramach takich ujęć można wskazać dodatkowe kategoryzacje tworzone na podstawie różnych przesłanek metateoretycznych (ontologicznych, epistemologicznych, prakseologicznych, aksjologicznych). Przyjmowane przeze mnie ujęcie można zakwalifikować jako teorię interpretacyjną, którą przeciwstawilibyśmy – w ramach ujęć konstytutywnych – teoriom normatywnym (np. teorii działania komuni-

kacyjnego Jürgena Habermasa¹⁹). W niniejszym tekście nie analizuję tego, czym powinna być komunikacja i jak powinniśmy się komunikować. Przyjmowane przeze mnie rozumienie komunikacji umożliwiające mówienie o przedmiocie badań komunikologii historycznej zakłada, że to, czym jest komunikacja, jak historyczne wspólnoty się komunikują oraz jak się komunikowały, wynika przede wszystkim ze stanu danej kultury.

Te dwa podejścia nie są antytetyczne: współuczestnictwo nie zawsze odrzuca transmitowanie czy przekazywanie informacji. Rytuał wymaga „transmisji” (np. reguł, przekonań, wartości), natomiast transmisja wymaga rytuałów (w rozumieniu: utrwalonych sposobów wykonywania praktyk i osiągania celów). Jednakże dominującym sposobem definiowania procesów komunikacyjnych jest transmisja, która dzięki rozpowszechnieniu m.in. modelu Shannona-Weavera czy Romana Jakobsona stała się podstawowym narzędziem humanistyczno-społecznych badań nad komunikacją. W kontekście powyższych kategoryzacji nie ulega wątpliwości, że prezentowana w tej pracy kulturalistyczna definicja komunikacji musi czerpać z ujęcia konstytutywnego, chociaż trzeba zdawać sobie sprawę, że owo podejście obejmuje tak różne stanowiska, jak psychologia społeczna w wersji proponowanej przez Gregory’ego Batesona i Raya Birdwhistella z kręgu Palo Alto, interakcjonizm symboliczny z George’em H. Meadem i Herbertem Blumerem na czele, a nawet prace Charlesa S. Peirce’a czy Ferdinanda de Saussure’a.

Konstruowana przeze mnie perspektywa najwięcej zawdzięcza dwóm sposobom patrzenia na zjawiska komunikacyjne: chodzi o rytualną teorię komunikacji Jamesa Careya oraz o koncepcję związku komunikacji z kulturą prezentowaną przez W. Barnetta Pearce’a i Vernona E. Cronena. Carey jest jednym z tych badaczy komunikacji, którzy potrafili spojrzeć z dystansem na dotychczasowo-

¹⁹ Rozważania Habermasa na temat przeszłych zjawisk komunikacyjnych (lecz w ujęciu normatywnym) sprawiają historykom wiele problemów, są bowiem bardzo interesujące poznawczo, jednakże jednocześnie niezwykle trudno wykorzystać je do analizy materiałów empirycznych.

we badania i wskazać ogólne trendy i tendencje. W interesujący sposób pokazywał, jakie konsekwencje mogą wynikać z przyjęcia jednej z dwóch perspektyw. Pisał, że kiedy badamy czasopisma z perspektywy transmisyjnej, wówczas postrzegamy medium jako narzędzie rozpowszechniania wiadomości i wiedzy na duże odległości (Carey, 2009, s. 16). W ten sposób pojawiają się pytania badawcze dotyczące tego, czy efektem takiej komunikacji jest rozjaśnianie czy zaciemnianie wiedzy o świecie, jakie są funkcje wiadomości i czasopism oraz gazet, czy służą one integrowaniu czy dezintegracji społeczeństwa. Jak podkreśla Carey, „taka mechaniczna analiza zwykle towarzyszy »transmisyjnej argumentacji«” (Carey, 2009, s. 16). Natomiast kiedy na „to samo” wydawanie czasopism patrzymy z perspektywy rytualnej, wówczas dostrzegamy inny zakres problemów badawczych. Zdaniem amerykańskiego badacza możemy postrzegać czytanie gazet nie tyle jako wysyłanie i odbieranie informacji, ile raczej jako „udział w większości, sytuację, w której nic nowego nie jest nauczane, lecz w której konkretny obraz świata jest przedstawiany i potwierdzany. Czytanie wiadomości czy pisanie jest działaniem rytualnym i, co więcej, działaniem teatralnym. To, co jest wystawiane przed czytelnikiem, nie jest czystą informacją, lecz portretem zwalczających się sił w świecie. Dodatkowo, wraz z lekturą tekstu, czytelnicy angażują się w nieustającą zmianę ról lub centrum zainteresowania” (Carey, 2009, s. 16).

Takie rozumienie zjawisk komunikacyjnych łączy się z założeniem o społeczno-kulturowym charakterze rzeczywistości, w której jednostki partycypują. Świat tych jednostek jest wytwarzany „przez” i „w” komunikacji. Jak pisze Wendland, „[ś]wiat społeczny, dostępny językowo (komunikacyjnie), jest też jedynym światem dostępnym człowiekowi – doświadczenie świata w sposób niezapśredniczony językowo (komunikacyjnie), a zarazem kulturowo – czyli spojrzenie na świat *sub specie aeterni* – wydaje się mrzonką w tym sensie, że abstrahuje od warunku intersubiektywnej komunikowalności doświadczenia” (Wendland, 2008, s. 24). Dlatego też zgadzam się z Careym, że badania komunikacyjne muszą być

„historycznie świadome”. Powracając do przykładu z czasopismami, można podkreślić, że wiadomości (sposób ich konstruowania i odczytywania) są efektem kulturowo-historycznych uwarunkowań – zostały wytworzone przez konkretną wspólnotę historyczną w konkretnym „punkcie” historii. Carey uważa, że spoglądanie na wiadomości opublikowane w czasopismach z perspektywy rytualnej każe nam traktować je nie jako *informację*, ile raczej jako *spektakl*, gdyż nie tyle „opisują świat”, co raczej „przedstawiają arenę aktorskich sił i działań” (Carey, 2009, s. 17). Rytualne podejście do komunikacji, chociaż jako wyodrębnione stanowisko w studiach nad komunikacją pojawia się później, to jednak jest kontynuacją starszej tradycji. W niej komunikacja rozumiana jest zgodnie z łacińskim terminem *communio* oznaczającym „wspólność”, „poczucie łączności”. Dlatego tak odczytywana komunikacja nie jest postrzegana jako przenoszenie wiadomości w *przestrzeni*, lecz jako aspekt trwania społeczeństwa w *czasie*. Zdaniem amerykańskiego badacza komunikacja nie tyle jest aktem przekazywania informacji, co służy reprezentowaniu wspólnych przekonań (Carey, 2009, s. 15).

W. Barnett Pearce i Vernon E. Cronen przedstawili kulturowe ujęcia zjawisk komunikacyjnych w klasycznej już pracy *Communication, Action, and Meaning. The Creation of Social Realities* (1980). Skoncentrowali się w niej na analizie możliwości zdefiniowania komunikacji w kontekście kultury – oba te pojęcia postrzegali jako nierozłączne, gdyż jak podkreślali, „komunikacja od zawsze ma wzajemny związek przyczynowy z kulturą: podstawowe kulturowe założenia i zwyczaje determinują formy i funkcje komunikacji, a formy i funkcje komunikacji determinują rozwój instytucji kulturowych” (Pearce i Cronen, 1980, s. 25). Zdaniem Pearce’a i Cronena żadna inna kultura poza współczesną kulturą Zachodu nie traktowała w tak istotny sposób komunikacji. Dlatego też definicja komunikacji (autorzy często podkreślają, że jest to *nowe pojęcie komunikacji*) powinna postrzegać swój przedmiot jako formę działania osób w kontekście innych jednostek (Pearce i Cronen, 1980, s. 75). Takie działania są konstytuowane poprzez ich znaczenie kulturowe, dlatego komuni-

kacja jest rozumiana jako forma ludzkiej aktywności, w ramach której jednostki wspólnie wytwarzają i działają w rzeczywistości społecznej (Pearce i Cronen, 1980, s. 100).

To, co możemy badać w historii zjawisk komunikacyjnych – zdaniem Pearce’a i Cronena – to nie ogólne konstrukty, takie jak klasa społeczna czy władza, ale pojedyncze działania (autorzy *Communication, Action, and Meaning* odwołują się do sposobu patrzenia na język, który prezentował Bronisław Malinowski, oraz do koncepcji gier językowych Ludwiga Wittgensteina). Natomiast za Maxem Weberem uznają, że zadaniem badacza zjawisk społecznych jest analiza możliwych do zrozumienia działań, a wszelkie abstrakcyjne koncepty należy traktować jako reifikacje jednostek (Pearce i Cronen, 1980, s. 76). Dzięki temu takie ujęcie przekracza klasyczne transmisyjne rozumienie zjawisk komunikacyjnych i może stanowić punkt wyjścia do budowy perspektywy kulturalistycznej. Pearce w pracy *Making Social Worlds. A Communication Perspective* podkreśla, że światów społeczno-kulturowych jest wiele, gdyż wiele jest (komunikacyjnych) sposobów ich wytwarzania (Pearce, 2007, s. 40–44). Dlatego nie tylko nie możemy patrzeć na świat jako na zwierciadło natury – jak pisał Richard Rorty (1980) – ale również nie możemy patrzeć na komunikację jako na „zwykłe” przekazywanie informacji. Każda nasza aktywność komunikacyjna jest bowiem elementem nieustannego procesu wytwarzania naszych światów społecznych. Koncepcję Pearce’a i Cronena, nazywaną teorią skoordynowanego zarządzania znaczeniem (ang. *Coordinated Management of Meaning* – CMM), uznaje się za jedną z ciekawszych propozycji w teorii komunikacji. Jednakże tak jak jest ciekawa, tak też jest niedookreślona, a jej założenia metodologiczne nie są jasno wskazane (Griffin, 2003, s. 99). Wspomniana praca Pearce’a *Making Social Worlds...* zmienia tę sytuację i powoduje, że propozycja CMM staje się interesującym przykładem budowania autonomicznej dyscypliny badań nad komunikacją (Zuber, 2012).

Przekraczanie transmisji i przyjęcie „(re)produkcyjnego” charakteru komunikacji jest ważnym zabiegiem filozoficznym. Wiąże

się to z przyjęciem refleksywnego podejścia do własnych badań ich przedmiotu. Anna Pałubicka w *Gramatyce kultury europejskiej* pisze: „Rzeczywistość, którą poznajemy, jest ludzkim, zbiorowym konstruktem wedle jednak ustanowionych wzorów. Osiąganie tego poziomu rozważań filozoficznych związane jest z uwzględnieniem i podkreśleniem mocy wspólnoty tkwiącej w jej kulturze. Rozpoznaje się bowiem, iż schematy myślenia wypracowane w filozofii upowszechniają się i przekształcają we wzory kulturowe, nadając indywidualnej twórczości filozoficznej charakter gatunkowy. Tylko w takiej postaci są w stanie zmienić świat. Z tych względów rozpatrywany poziom osiągniętej samoświadomości nazywam – kulturowym. (...) Kulturowy poziom rozważań metafizycznych wiąże się więc z uświadomieniem udziału człowieka i jego wspólnot w roli fundatorów wytwarzanych konstrukcji wedle przyjętych wzorów. Ten etap rozwoju samoświadomości filozoficznej rozpoczyna się, jak sądzę, od Kanta (wśród warunków nałożonych na doświadczenie wskazuje na »powszechną ważność«), dalej jest kontynuowany przez filozofów reprezentujących zwrot językowy, filozofów kultur” (Pałubicka, 2013, s. 103). Dlatego w prezentowanej tutaj perspektywie kulturalistycznej w ramach badań komunikologii historycznej kluczowe pojęcia splecione są ze sobą na poziomie przedmiotu („naszej rzeczywistości społecznej”) i sposobu badania (ideacyjne ujęcie kultury uwzględniające refleksywne historyzowanie komunikacji).

KULTURALISTYCZNA DEFINICJA KOMUNIKACJI

W poprzednim rozdziale wskazałem, że jednym z celów pracy jest przedstawienie kulturalistycznego rozumienia komunikacji, które sytuuje tę aktywność typowo ludzką w obszarze kultury. W ten sposób – przyjmując założenie o refleksywnym historyzowaniu – będę chciał uwypuklić historyczny charakter tego procesu, a w konsekwencji zaproponować schemat rekonstrukcji badań realizowanych pod szyldem „historii komunikacji”. Można byłoby jednak zapytać, czy warto wciąż na nowo definiować komunikację. Wszak zarówno komunikacja, jak i kultura doczekały się tylu ujęć i definicji, że my sami – jako teoretycy komunikacji i kultury – przestaliśmy już je liczyć. Robert T. Craig ponad dwadzieścia lat temu pytał w tytule artykułu: „Dlaczego mamy tak wiele teorii komunikacji?” (Craig, 1993), i odpowiadał, że wynika to przede wszystkim z przemian samej nauki i transformacji tego, co nazywamy teorią. Jednak istotny jest jeszcze jeden czynnik: za każdym razem, kiedy zmienia się nasza optyka (np. do *komunikacji* podchodzi nie medioznawca, lecz filozof) oraz cele (nacisk na diachroniczność, a nie synchroniczność badań komunikacyjnych), trzeba też przemyśleć ponownie założenia stojące u podstaw kluczowych pojęć. Temu też

służy niniejszy rozdział pracy: prezentacji takiego sposobu rozumienia komunikacji, który będzie użyteczny w filozoficznych badaniach prowadzonych w ramach komunikologii historycznej.

Rozumienie komunikacji, które zostanie zaprezentowane w tej książce, nazywam *kulturalistyczną definicją komunikacji*. Unikam określenia „kulturowa definicja”, przyjmuję bowiem, że kulturowy charakter dotyczy składników kultury (np. praktyk, reguł, norm), a nie teorii czy samej definicji ujmującej te składniki (choć, oczywiście, zarówno teoria, jak i sama definicja jest w tym sensie „kulturowa”). Dlatego określając tę definicję mianem „kulturalistycznej”, odnoszę się przede wszystkim do ugruntowania teoretycznego prezentowanego ujęcia.

W żaden sposób nie roszczę sobie prawa do twierdzenia, że przedstawiana propozycja jest „tą jedyną”, którą należy przyjąć w badaniach komunikologii historycznej. Mam świadomość, że nie tylko pojęcie komunikacji jest wynikiem danego stanu kultury, ale również propozycja teoretyczna jest tak samo uwarunkowana moim kulturowym bagażem metodologicznym. Dlatego, jak pisał Carey, definicje i modele komunikacji są nie tyle reprezentacjami (wyobrażeniami) tego, czym jest komunikacja, ile reprezentacjami dla komunikacji – wzorami, poprzez które staramy się skonkretyzować proces ludzkiej interakcji: „dlatego też studiowanie komunikacji angażuje badanie konstrukcji, pojmowania i użycia samych modeli komunikacji – ich konstrukcji w rozumieniu potocznym, naukowym i ujęciu sztuki, ich historycznych warunków tworzenia i używania: w spotkaniach pomiędzy rodzicem i dzieckiem, reklamodawcami i klientami, pracownikiem opieki społecznej i jego podopiecznym, nauczycielem i uczniem. Zarówno w tych spotkaniach, jak i u ich podłożu znajdują się modele interakcji i kontaktów międzyludzkich. Nasze modele komunikacji powodują zatem powstanie tego, co – jak sami sądzimy – wyłącznie opisujemy poprzez nie. Rezultat naszej nauki, używając terminu Alvina Gouldnera, odnosi się sam do siebie. My nie tylko opisujemy zachowanie, lecz również two-

rzymy każdy element kultury – kultury, która częściowo determinuje rodzaj komunikacyjnego świata, który zamieszkujemy” (Carey, 2009, s. 25). Warto również nadmienić, że amerykański badacz swoją koncepcję komunikacji nazywał niekiedy kulturalistycznym wyobrażeniem o komunikacji (ang. *culturalist view of communication*) (Carey, 2009, *Foreword*, s. xviii). Trzeba jednak zaznaczyć, że określenie „kulturalistyczny” nie jest popularne w świecie anglosaskiej refleksji nad komunikacją.

Takie też rozumienie kulturalizmu jest mi bliskie, chociaż oczywiście nie można zapominać, że *kulturalizm* jako podejście teoretyczne rozszalał przede wszystkim Florian Znaniecki. W *Cultural Reality* pisał: „Będziemy używać terminu »kulturalizm« na oznaczenie takiego poglądu na świat, jaki powinien być skonstruowany na gruncie implicytnych lub eksplicytnych założeń w ramach refleksji na temat zjawisk kulturowych. (...) Rozwój wiedzy na temat kultury pokazuje coraz bardziej względną historyczną wszelkich ludzkich wartości, włączając w to samą naukę. Konstruowany przez nas obraz świata jest wartością historyczną, względną jak każda inna. W przyszłości zostanie zastąpiony inną wartością, tak jak on sam zajął miejsce innej” (Znaniecki, 1919, s. 15). Polski badacz podkreślał również, że zdecydowanie łatwiej jest formułować abstrakcyjne tezy na gruncie kulturalizmu, niż pokazywać, jakie można wyciągnąć konkretne aplikacje z tego stanowiska. Nie jest to, oczywiście, problem jedynie kulturalizmu; co więcej, należałoby również zapytać, czy w obszarze refleksji filozoficznej brak praktycznej aplikacji jest rzeczywistym problemem. Wydaje się jednak, że nawet propozycje (meta)teoretyczne mogą być użyteczne, dlatego warto przetestować je na przykładach, aby zobaczyć, jak te ujęcia „pracują”. Warto wszakże pamiętać, iż takie nastawienie „praktyczne” nie zwalnia nas z obowiązku wyraźnej eksplikacji założeń, które stoją u podstaw naszej propozycji. James Anderson w swojej najważniejszej pracy zatytułowanej *Communication Theory: Epistemological Foundations* (1996) bardzo mocno podkreślał, że badania nad komunika-

cją tylko wtedy będą teoretycznie satysfakcjonujące, kiedy będziemy zdawali sobie sprawę z tego, jakie przesłanki budują nasze zaplecze teoretyczne.

Zanim przejdę do prezentacji kulturalistycznego rozumienia działań i praktyk komunikacyjnych, jeszcze jedna kwestia musi zostać wyjaśniona i doprecyzowana. Chodzi mianowicie o to, czym jest dla mnie sama „definicja” komunikacji. Uważny Czytelnik może w pewnym momencie mojej argumentacji zadać pytanie: w jaki sposób chcę pogodzić ze sobą założenie o samoodnośności narzędzi teoretycznych i założenie o refleksywnym historyzowaniu komunikacji z podaniem *definicji* komunikacji. Pytanie to będzie w pełni uzasadnione, aczkolwiek chciałbym podkreślić, że rysowane przeze mnie ujęcie komunikacji jedynie na bazie swoistej konwencji stosowanej w komunikologii nazywam „definicją” (w jednym z artykułów – do którego będę się odwoływał w dalszej części pracy – pisałem na tej zasadzie wręcz o „teorii komunikacji” (Kulczycki i Wendland, 2014). Zatem prezentowana przeze mnie „definicja” komunikacji nie jest w żaden sposób definicją realną: nie będę pisał, „czym naprawdę jest komunikacja”, ponieważ wówczas nie byłbym w stanie dalej argumentować na rzecz tak zdefiniowanej komunikologii historycznej. Co to zatem oznacza dla mojej kulturalistycznej propozycji? Przede wszystkim to, że definicja ta nie pokazuje, czym komunikacja *jest*, ale jak jest *postrzegana* przez teoretyka-obszwaratora. Ma zatem służyć jako narzędzie heurystyczne, jako punkt wyjścia do analiz przeszłych zjawisk komunikacyjnych. Wyjściowa kulturalistyczna definicja komunikacji będzie musiała ulegać przemianom – w przeciwnym razie nie byłaby przydatna w ramach komunikologii historycznej. Innymi słowy, przedkładana przeze mnie propozycja jest punktem wyjścia, a nie dojścia. Nie jest to wszakże „jedynie” punkt wyjścia – wręcz przeciwnie. Jest to „aż” punkt wyjścia, który wpływa na całą późniejszą pracę teoretyczną w obszarze prowadzonych przeze mnie analiz.

2.1 Praktyki komunikacyjne a komunikacja jako obszar kultury

Na określenie wszelkich możliwych (przeszłych, obecnych, przyszłych) aktywności komunikacyjnych używam terminu *zjawiska komunikacyjne*. W związku z tym, uprawiając historię komunikacji (komunikologię historyczną), badam *przeszłe zjawiska komunikacyjne*. W zakres zjawisk komunikacyjnych włączam: (1) praktyki komunikacyjne oraz (2) działania komunikacyjne. Działania komunikacyjne są „jednostkowe” w tym sensie, że realizowane są w danym momencie, miejscu oraz czasie. Oczywiście, przy takim rozumieniu działania komunikacyjnego może pojawić się problem, „co” jest działaniem komunikacyjnym, jeśli za przykład weźmiemy czytanie książki. Czy jest nim samo czytanie książki w piątkowy listopadowy wieczór? Czy może pisanie książki przez autora blisko sto lat temu? A może proces drukowania i dystrybuowania książki? W zasadzie należałoby odpowiedzieć, że każde z tych działań może być działaniem komunikacyjnym realizowanym właśnie w konkretnym miejscu, w konkretnym czasie. Wszystkie te działania swój sens komunikacyjny dla badacza uzyskują jednak dopiero wtedy, kiedy patrzymy na nie z perspektywy praktyk społecznych, ponieważ nie ulega wątpliwości, że czytanie książki nie jest możliwe bez wcześniejszego jej napisania i wydrukowania czy też stworzenia kopii elektronicznej. Jednak takie zdefiniowanie zagadnienia sprawia, że możemy mówić o badaniu przeszłych zjawisk komunikacyjnych. Chociaż bowiem nie mamy bezpośredniego dostępu do konkretnych przeszłych działań komunikacyjnych, to jednakże możemy je badać jako elementy „szerszej” praktyki komunikacyjnej dzięki analizie zachowanych opisów owych działań lub ich wytworów. Dla przykładu, możemy badać list skierowany do Marina Mersenne’a, napisany 20 listopada 1629 roku przez Kartezjusza. Do samego „pisania” owego listu nie mamy, oczywiście, dostępu; nie jest to jednak specyfika badań komunikacyjnych, lecz istota wszelkich badań histo-

rycznych. Z perspektywy badań prowadzonych w komunikologii historycznej istotne jest jednak to, że takie przeszłe działania komunikacyjne można badać przez pryzmat *praktyk komunikacyjnych* – i to jest kluczowy aspekt badania przeszłych zjawisk komunikacyjnych. Dlatego ów Kartezjański list może być postrzegany przede wszystkim przez pryzmat praktyki epistolarnej jako jednej z praktyk komunikacyjnych.

Kiedy patrzymy na osobę komunikującą się, np. piszącą list czy wygłaszającą kazanie, wówczas obserwujemy działanie komunikacyjne: to jest zawsze *to* konkretne działanie. Natomiast zbiór takich działań nazywamy konkretną praktyką komunikacyjną.

Można byłoby zadać pytanie, jaki jest mechanizm pozwalający nam zestawiać konkretne działania w ich zbiór nazywany praktyką komunikacyjną. Trzeba bowiem podkreślić, że badając konkretne (przeszłe) działania komunikacyjne, badamy je dzięki ich zakotwiczeniu w praktyce komunikacyjnej. Ta natomiast jest częścią kultury. To powoduje, że badanie, opisywanie i objaśnianie konkretnych działań komunikacyjnych (w tym przypadku nie ma już znaczenia, czy są to badania synchroniczne czy diachroniczne) przebiega „od góry”, tzn. z piętra abstrakcji. Przyjęte w proponowanej tutaj perspektywie ideacyjne rozumienie kultury sprawia, że na konkretne działania patrzymy właśnie w ten sposób: najpierw jesteśmy w stanie wyróżnić pewien obszar kultury, następnie w jego ramach konkretną praktykę komunikacyjną, która z kolei staje się fundamentem realizowania i rozumienia (nadawania sensu) konkretnemu działaniu. Dlatego też pisząc, że zbiór działań komunikacyjnych jest praktyką komunikacyjną, dopuszczam się pewnego uproszczenia: chodzi bowiem o to, że to raczej działania (oczywiście, w porządku wykładu) wyłaniają się z konkretnej praktyki. W ten sposób określone działanie może być zrozumiane na gruncie danej kultury, a samo działanie możemy nazywać indywidualnym poziomem komunikacji, natomiast praktykę komunikacyjną poziomem społecznym.

Poziom społeczny danej praktyki pozwala na realizowanie działań i jednocześnie utrzymuje zapotrzebowanie społeczne, z którego

konkretne działanie powstało. Można to zilustrować następująco: na poziomie działania (komunikacyjnego) konkretny naukowiec publikuje artykuł naukowy, poprzez który kontaktuje się z innymi naukowcami, popularyzuje swoją pracę w dyscyplinie naukowej itd. Na poziomie społecznym owa praktyka komunikacyjna w ten sposób utrzymuje funkcjonowanie nauki będącej rodzajem praktyki społecznej (opartej m.in. właśnie na publikacyjnych praktykach komunikacyjnych). W ten sposób realizowane praktyki stają się źródłem reguł, norm i instrukcji dla działań. Taki sposób patrzenia na tę relację bliski jest dwóm głównym źródłom inspiracji niniejszej pracy: szkole toronckiej oraz historii kulturowej reprezentowanej np. przez Petera Burke'a. Havelock, wskazując na specyfikę relacji konkretnej komunikacji do jej kulturowego poziomu, pisał: „Ogólna teoria oralności pierwotnej powinna być bardziej dialektyczna i rozpatrywać całość jako źródło zasad, jakimi rządzą się części” (Havelock, 2006, s. 87). Burke natomiast podkreślał, że: „»Praktyki« to jedno z haseł wywoławczych nowej historii kulturowej, w której mowa raczej o praktyce religijnej niż teologii, raczej o historii mowy niż lingwistyce, raczej o historii doświadczeń naukowych niż teorii naukowej. (...) Paradoksalnie, historia praktyk to jedna z dziedzin najnowszego pisarstwa historycznego, która w największym stopniu podlega wpływom teorii społecznej i kulturowej” (Burke, 2012, s. 68). W związku z tym prezentacja kulturalistycznej definicji działania komunikacyjnego musi zostać poprzedzona wcześniejszą eksplikacją rozumienia kultury: jej obszarów oraz konstytuujących je praktyk.

W pracy przyjąłem ideacyjne rozumienie kultury, czyli uznałem, że jest nią wszystko to, co jednostka powinna wiedzieć lub w co wierzyć, aby działać w społeczeństwie w taki sposób, by był on akceptowany. W związku z tym jest to wiedza, zbiór zdań, które uczestnicy danej wspólnoty akceptują lub przynajmniej respektują. Ta wiedza wyznacza, co warto robić, w co wierzyć, czego unikać oraz jak realizować pożądane cele. Kiedy mówimy o kulturze, wówczas odnosimy się do wspólnoty ludzkiej, która wie, wierzy

i działa. Innymi słowy, kultura to reguły, normy, standardy, czyli wiedza, ale nie ma kultury bez jednostek, które tworzą wspólnotę.

W kulturze można wyróżnić dwa główne obszary²⁰. W tychże obszarach można wyróżnić dziedziny. Dziedzina natomiast składa się z praktyk danego rodzaju.

Pierwszym obszarem jest obszar techniczno-użytkowy („kultura materialna”). W jego zakres wchodzi takie działania, których realizacja nie wymaga interpretacji ze strony drugiej jednostki. Przykładem może tu być prowadzenie samochodu (kierowca musi znać zasady ruchu drogowego, czyli jak mówił Goodenough, wiedzieć, co robić, aby inni użytkownicy dróg akceptowali nasze prowadzenie pojazdu). Do realizacji celu tego działania (np. przejechanie z Warszawy do Poznania) nie jest potrzebna druga osoba, która zinterpretuje moją jazdę samochodem. Inne działania wchodzące w skład obszaru techniczno-użytkowego to np. przyrządzanie obiadu, wbijanie gwoźdźcia, wyjście na spacer. Takie działania mogą być ponadto klasyfikowane jako przynależące do dziedzin kultury, takich jak gotowanie, majsterkowanie czy wypoczynek.

Drugim obszarem kultury jest obszar kultury symbolicznej. W jego zakres wchodzi takie działania, których realizacja wymaga interpretacji przez inną jednostkę. Aby działanie polegające na uchyleniu kapelusza było zrealizowane jako powitanie, konieczna jest – oprócz osoby tę czynność wykonującej – druga osoba, do której owo uchylenie jest skierowane. W ramach tego obszaru kultury możemy wyróżnić takie dziedziny, jak prawo, religia, komunikacja, sztuka, nauka i inne. Innymi słowy, jeżeli o religii mówimy, że jest dziedziną kultury, to rozumiemy przez to, iż zespół praktyk religijnych składa się na dziedzinę kultury symbolicznej, którą nazywamy religią. W ramach tego zespołu praktyk religijnych można wskazać „subpraktyki”, takie jak *praktyki przyjmowania sakramentów*, *praktyki uczestnictwa w nabożeństwach*, *praktyki modlitw* itd.

²⁰ Przyjęte przeze mnie odróżnienie na dwa główne obszary kultury oraz dziedziny swoje źródła ma w społeczno-regulacyjnej koncepcji kultury, która jest oczywiście teorią ideacyjną. Zob. Kmita, 1982.

Dlatego dziedzina kultury to wyróżniony rodzaj zespołu praktyk społecznych (praktyki w ramach danej dziedziny kultury), reguły i sposoby realizowania owych praktyk oraz wyobrażenia o danym rodzaju praktyk społecznych. W skład tych wyobrażeń zbiorowych wchodzi takie, które wyznaczają nie tylko, jaka wartość ma być realizowana w ramach praktyk, ale również odnoszą się do sposobu używania narzędzi, które wykorzystujemy w danych działaniach. Krzysztof Moraczewski, odnosząc się do społeczno-regulacyjnej koncepcji kultury, pisze, że przez „dziedzinę kultury rozumie się tutaj pojedynczą formę świadomości społecznej, tj. zespół norm i dyrektyw regulujących w trybie subiektywno-racjonalnym określony typ praktyki społecznej, a więc podział praktyki społecznej i kultury jest jednolity – jedno odbija drugie” (Moraczewski, 2011, s. 249).

Wszelkie praktyki społeczne to ogół działań podejmowanych przez jednostki w ramach wspólnoty (społeczeństwa). Działania, które podejmowane są w ramach praktyk społecznych regulowanych przez kulturę techniczno-użytkową, są *intencjonalne* i *racjonalne*. Działania podejmowane w ramach praktyk w kulturze symbolicznej są *intencjonalne* i *racjonalne* oraz *nastawione na interpretację*. Ponadto w ramach tego, co robi człowiek, można wyróżnić zachowania, które są nieintencjonalne, a więc także nie są racjonalne. Często są to zachowania nieuświadomiane. Przykładem może tu być mruganie oczami czy drapanie się po głowie.

W uproszczeniu można powiedzieć, że w takim razie działania podejmowane w ramach praktyk symbolicznych (praktyk społecznych regulowanych przez dziedziny z obszaru kultury symbolicznej) wymagają uczestnictwa dwóch jednostek (druga z nich musi zinterpretować działanie pierwszej, wykonującej owo działanie). Jednakże chodzi nie tyle o „fizyczną” konieczność uczestnictwa dwóch jednostek, co o podejmowanie dwóch ról: (1) wykonywanie działania nastawionego na interpretację, (2) interpretowanie tego działania. Można sobie zatem wyobrazić sytuację, w której jednostka sama (1) wykonuje działanie nastawione na interpretację i sama

(2) interpretuje owo działanie. Jako przykład można tu podać modlitwę lub przekonywanie siebie samego przez kierowcę, który chce przejechać na zielonym świetle i zastanawia się, czy zdąży.

Jednostka podejmuje działanie wtedy, gdy to, co robi, jest intencjonalne i racjonalne. Każde działanie przynależy do jakiejś praktyki. Podobnie jak praktyki, działania są regulowane w danej dziedzinie kultury przez akceptowane lub respektowane wartości. Wynika to z tego, że sposób wykonywania danego działania jest ukształtowany przez typ praktyki, do której owo działanie przynależy. Przyjrzyjmy się takiemu działaniu jak wygłaszanie kazania przez księdza w kościele. Konkretnie kazanie wygłoszone o godz. 11.30 w Poznaniu w kościele przy ul. Matejki jest *działaniem*. Wykonywanie tego działania jest realizacją na poziomie indywidualnym. Jednakże owo działanie jest składnikiem zespołu działań, które możemy nazwać *praktykami liturgicznymi*. Jako takie zaś, to konkretne kazanie realizuje również poziom społeczny praktyki. Oznacza to, że (re)produkuje nie tylko zapotrzebowanie na tego rodzaju praktyki, ale również sposób ich wykonywania i wyobrażenia zbiorowe o tych praktykach.

Przedmiotem niniejszej rozprawy jest *komunikacja*, która – zgodnie z powyższym – konstytuuje jedną z dziedzin kultury symbolicznej. W skład komunikacji wchodzić takie praktyki, jak praktyka argumentacyjna, praktyka perswazyjna, praktyka dialogiczna, praktyka wydawnicza, praktyka dziennikarska i wiele innych. Jednakże komunikacja nie jest po prostu „kolejną dziedziną”. Ona jest *kluczową dziedziną* kultury, dzięki której inne dziedziny są (re)produkowane. Ten proces reprodukcji odbywa się „poprzez” i „w” komunikacji. Wcześniej wspominałem o przykładzie wygłaszania kazania – działania realizującego praktykę liturgiczną. Należy jednak podkreślić, że wygłaszanie kazania jest również praktyką komunikacyjną (możemy ją tutaj na nasze potrzeby nazwać argumentacyjną). Dlatego realizacja takiego działania jak *wygłoszenie kazania* odwołuje się do dwóch dziedzin kultury symbolicznej: religii i komunikacji.

Kultura oraz kulturowy charakter zjawisk komunikacyjnych jest podstawowym założeniem dla komunikologii historycznej. Okazuje się bowiem, że to, do czego mamy dostęp w badaniu przeszłych zjawisk komunikacyjnych, to właśnie albo opisy konkretnych działań, albo ich wytwory. Zrozumienie tych działań i nadanie im sensu kulturowego jest zatem możliwe tylko wtedy, kiedy będziemy w stanie rekonstruować wiedzę kulturową komunikujących się podmiotów. Ta wiedza kulturowa – kształtująca samo działanie i jego wytwory – jest tym, do czego mamy dostęp w badaniach komunikologii historycznej. Przyjmuję, że nie mamy dostępu do stanów mentalnych przeszłych komunikujących się jednostek. Jest tak nie tylko dlatego, że od wielu lat osoby te nie żyją, ale przede wszystkim z tego powodu, że nie mamy dostępu do stanów mentalnych żadnych podmiotów. Jesteśmy w stanie (re)konstruować pewne zamierzenia, chęci, nastawienia czy przekonania jedynie na podstawie działań i wytworów tych jednostek oraz dzięki naszej wiedzy kulturowej na temat ich wiedzy kulturowej. Skojarzenie z kołem hermeneutycznym będzie jak najbardziej uzasadnione, ponieważ założenie, że w ten właśnie sposób realizuje się rozumienie przeszłych zjawisk komunikacyjnych, niezbędnie odsyła do wiedzy i tradycji jako szerszego horyzontu tegoż rozumienia.

2.2. Działanie komunikacyjne

Konsekwencją dotychczasowych założeń jest uznanie *działania* za podstawowy element fundujący nasze życie w świecie społeczno-kulturowym. Posługując się dość popularną metaforą, mógłbym powiedzieć, że świat kulturowy jest budowany z podstawowych „atomów”, którymi są właśnie działania. Jednak nie ma czegoś takiego jak „czyste działanie”, które powstaje i jest zrozumiałe (interpretowalne) samo z siebie. Nie ma działań, które zawierają w sobie swój sens kulturowy czy też sposób reagowania na dane działanie. Wynika to z tego, że działanie – a zatem i działanie komunikacyjne –

swój sens kulturowy, obowiązywanie oraz możliwość realizacji uzyskuje dzięki praktyce społecznej.

W tym podrozdziale, korzystając z wcześniejszych ustaleń, przedstawię kulturalistyczne rozumienie komunikacji, a dokładniej – działania komunikacyjnego jako indywidualnego poziomu komunikacji²¹.

Przyjmuję zatem, że komunikację można definiować w perspektywie kulturalistycznej w sposób następujący: komunikacja jest postrzegana jako działanie, a zatem jest racjonalna oraz wymaga i podlega interpretacji. Uczestniczą w niej co najmniej dwa podmioty posługujące się znakami (a dokładniej – realizowane są funkcje dwóch komunikatorów). Główną (lecz nie jedyną) funkcją komunikacji jest umożliwienie i utrzymanie funkcjonowania tych jednostek w kulturze.

W tych trzech zdaniach zawarty jest ogrom problemów filozoficznych, a każdemu z nich można byłoby poświęcić osobne rozprawy. Z oczywistych względów zmuszony więc jestem ograniczyć się do najważniejszych ustaleń i intuicji związanych z celem niniejszej książki. Dlatego też dalej odnoszę się do poszczególnych elementów przedstawionej definicji. Są to: (a) komunikatorzy, (b) intencja komunikacyjna, (c) interpretacja i racjonalność komunikacji, (d) aspekt medialny i wyobrażeniowy, (e) funkcje komunikacji. Staram się wskazać te składniki „heurystycznej definicji”, które są ważne z perspektywy założeń komunikologii. Tak jak już wcześniej wspominałem, nie jest to w żaden sposób definicja realna, która ma

²¹ Pierwszą prezentację „kulturalistycznej definicji komunikacji” zawarłem w artykule napisanym wraz z Michałem Wendlandem. Tekst *O kulturalistycznej teorii komunikacji* (Kulczycki i Wendland, 2014) jest skoncentrowany przede wszystkim na definiowaniu komunikacji w perspektywie badań synchronicznych (komunikacja odbywa się „tu i teraz”) oraz zawiera wiele przykładów i dodatkowych kontekstów teoretycznych. Niniejszy podrozdział czerpie, oczywiście, z podstawowych ustaleń definicyjnych tego artykułu, jest jednak nastawiony przede wszystkim na możliwość wykorzystania tej definicji do badań w ramach komunikologii historycznej. Propozycję tę rozwinął również Wendland w swojej najnowszej książce, zob. Wendland, 2014b.

wskazywać, czym komunikacja rzeczywiście *jest*. To narzędzie teoretyczne ma być roboczym „papierkiem lakmusowym” – ale nie do testowania „jedynej i niezaprzeczalnej” komunikowalności działań, lecz do określania, czy dane działanie, daną praktykę lub wyobrażenie zbiorowe można rozpatrywać jako komunikacyjne. Może się okazać, że nie – i będzie to zrozumiałe. Jednak potrzebujemy takiego teoretycznego punktu oparcia (bez roszczenia do uniwersalnej obowiązywalności), w przeciwnym bowiem razie nie jesteśmy w stanie podjąć żadnych badań w obszarze działań społecznych. Natomiast w ten sposób, przyjmując roboczo charakter naszych narzędzi teoretycznych, jesteśmy w stanie otworzyć się – jak pisał Godlewski – na „wyzwania samego obszaru kultury, na płynące stamtąd impulsy” (Godlewski, 2008, s. 21).

(a) Komunikatorzy

Uznając, że komunikacja jest w pierwszej kolejności („w porządku wykładu”) działaniem, podkreślam w ten sposób, że jest przez kogoś realizowana. Nie ma bowiem działań – rozumianych jako racjonalne i intencjonalne czynności podejmowane przez jednostki – bezpodmiotowych. Dla filozofów kultury, socjologów i kulturoznawców jest to założenie podstawowe, które czasami może być odczytywane wręcz jako trywialne, jednak w ten sposób akcentuję ów kulturowy charakter wszelkiej komunikacji. Można byłoby komunikację definiować inaczej i na przykład zaczynać od tego, że jest to *proces* polegający na realizowaniu pewnych czynności i zdarzeń. Przy czym *procesy* mogą być rozumiane jako zdecydowanie szersze pojęcie: mamy bowiem choćby procesy biologiczne, technologiczne i techniczne. W kulturalistycznym ujęciu wszakże nie o takie procesy chodzi, chociaż wiele innych ujęć komunikacji – np. matematyczna teoria komunikacji Shannona-Weavera – postrzega przede wszystkim procesualny wymiar komunikacji.

Kiedy piszę o uczestniczeniu co najmniej dwóch podmiotów, mam na myśli raczej dwie odgrywane w działaniu komunikacyj-

nym „role”: rolę „nadawcy” i rolę „odbiorcy”. Tym samym przyjmuję możliwość rozmowy z samym sobą. W ten sposób jednostka wypowiadająca słowa i przekonująca samą siebie może siebie usłyszeć i zinterpretować własne słowa – dla komunikacji warunek „bycia słyszonym” jest zaś niezwykle ważny, o czym przekonywał już Dante w rozprawie *O języku pospolitym* (Alighieri, 2002). Chciałbym jednak podkreślić, że nie utożsamiam możliwości realizowania przez jedną osobę dwóch ról komunikacyjnych z tym, co w teoriach komunikacji intrapersonalnej (rozumianej w sensie biologicznym) bywa nazywane poziomem tejże.

Podmioty podejmujące i realizujące działanie komunikacyjne określa się tradycyjnie jako nadawcę i odbiorcę. Jednakże są to terminy bardzo mocno „przesiąknięte” transmisyjnym rozumieniem komunikacji: nadawca jako źródło nadawania komunikatów, które inna osoba (odbiorca) odbiera. Dlatego w kulturalistycznym rozumieniu warto zaproponować nową zbiorczą kategorię takich podmiotów. Są to *komunikatorzy*, czyli podmioty uczestniczące w działaniu komunikacyjnym. W ten sposób komunikujące się jednostki nazywane są analogicznie do funkcjonującego w literaturze określenia aktor/aktor społeczny (Goffman, 2008). Można zatem powiedzieć, że aktorzy podejmują działania społeczne, natomiast działania komunikacyjne podejmowane są przez komunikatorów (tzn. aktorów, których działania cechują się intencją komunikacyjną). Termin *komunikator* nie jest popularny, jest jednakże stosowany (Giles i Franklyn-Stokes, 1989, s. 137–144; Joshi, 1988, s. 162). Można przyjąć, że jego „niepopularność” wynika w dużej mierze właśnie z zacierania transmisyjnego charakteru komunikujących się podmiotów. Co oczywiście w niniejszej perspektywie jest pożądane i pozwala położyć nacisk na interpretację i „interpretowalność” działań, a nie jedynie na transmitowanie komunikatów. Dlatego w odróżnieniu od ujęcia transmisyjnego „nadawcę” nazywam *komunikatorem interpretowanym*, a „odbiorcę” *komunikatorem interpretującym*. Trzeba podkreślić, że w takim rozumieniu komunikacji zarówno (1) bycie interpretowanym (w odniesieniu do komunikatora interpretowanego), jak

i (2) interpretowanie (w odniesieniu do komunikatora interpretującego) to działania komunikacyjne, co wynika z tego, że komunikacja jest zawsze działaniem (społecznym) rozumianym jako *niejednostkowe*. Oznacza to, że nie można komunikować się jednostkowo, tj. realizując tylko funkcję „nadawcy” albo tylko funkcję „odbiorcy”. Ponadto tak jak działanie w perspektywie kulturalistycznej rozumiane jest w *porządku wykładu* „od góry” (przez kulturę i praktykę), tak też można w *porządku wykładu* (i tylko w ramach tego porządku) mówić o „komunikowaniu jednostkowym” – które nie jest tutaj rozumiane jako komunikacja intrapersonalna, lecz jako wyabstrahowany na potrzeby badania aspekt zjawiska. Na poziomie społecznym komunikacja jest zawsze całością. Działanie komunikacyjne jest nierozzerwalnie złożone z działań obu typów komunikatów, a ich wyodrębnienie jest możliwe tylko na poziomie rozważań teoretycznych²².

W działaniu komunikacyjnym może brać udział „jeden komunikator”, ale w takiej sytuacji realizuje on jednocześnie dwie role: komunikatora interpretującego i komunikatora interpretowanego. W ten też sposób odnoszę się do całego zestawu pytań, które niekiedy w badaniach nad komunikacją padają. Przykładowo, zastanówmy się, co „jest” komunikacją, w sytuacji gdy Jan pisze w pewien wtorkowy wieczór list, następnego dnia go wysyła, a Joanna odczytuje ów list w niedzielne popołudnie. Czy komunikacją jest tutaj samo pisanie, a medium komunikacji stanowią pióro i papier? Czy może medium jest skrzynka pocztowa i listonosz, który przyniósł list? Może zaś medium to oczy, dzięki którym Joanna czyta list, a samo czytanie jest dopiero komunikacją? Takie pytania wynikają z próby podzielenia komunikacji na „dyskretne kawałki”,

²² Można powiedzieć, że komunikacja zawsze jest *dialogiem*, co oznacza, iż nawet jeżeli jedna osoba mówi, a druga milczy (słucha), to w komunikacji uczestniczą i mówiący, i słuchacz. Dotyczy to również sytuacji „dialogu wewnętrznego”, w którym ta sama osoba pełni funkcję komunikatora interpretującego i interpretowanego. Komunikacja nie przechodzi z mówiącego na słuchającego, lecz pozostaje ich stałą dyspozycją w trakcie działania.

co czyni się, aby je uporządkować, podpisać i przypisać im odpowiednie kategorie. Jednak w odniesieniu do komunikacji nie da się tego tak zrobić: komunikacji nie podzielimy na procesy wkładania do pudełek, ich transferowania i odpakowywania. Komunikacja jest ową całością: pisanem listu, jego transportem i odczytaniem. Komunikacja jest tym, co zostało kulturowo zobiektywizowane „w” całym działaniu i „poprzez” nie. Na tym przykładzie widać też bardzo wyraźnie potrzebę kulturowego poziomu dla owego działania. Stanowi go wiedza kulturowa, pozwalająca Janowi realizować rolę komunikatora interpretowanego, a Joannie zrozumieć nie tylko, co Jan do niej napisał, ale również dlaczego taką formę działania przyjął.

(b) Intencja komunikacyjna

Wprowadzanie wielu nowych terminów nie sprzyja przejrzystości wyводу. Wystarczy już, że w tej książce posługuję się terminami „komunikologia” i „komunikator”. Choć są to terminy stosowane, to jednak wciąż obco i dziwnie brzmiące. Takie neologizmy – pomimo wielu wad – mają także pewną istotną zaletę: pozwalają autorowi wypełnić pojęcie treścią bez potrzeby angażowania całego bagażu konotacji. Czasami jednak napotykamy termin, który jest niezwykle problematyczny: okazuje się bowiem, że jednocześnie jest „idealnie pasujący”, jak i „zupełnie nieprzystający”. Tak też jest właśnie z terminem *intencja komunikacyjna*, który charakteryzuje działania (nie podmioty!) komunikacyjne. Zanim przejdę do próby określenia, czym jest owa intencja komunikacyjna i jaką rolę odgrywa w kulturalistycznym ujęciu komunikacji, chciałbym dookreślić, do czego ten komponent teoretyczny jest potrzebny.

Kiedy podejmujemy się badań nad komunikacją, staramy się stworzyć listę cech działań, czynności, procesów, zachowań (w zależności od naszego stanowiska metodologicznego), które pozwalałyby nam stwierdzić, czy coś „jest” albo „nie jest” komunikacją. Z czasem okazuje się jednak, że nawet gdy mamy taką listę cech,

pojawia się dużo większy problem. Zadajemy sobie bowiem pytanie, kto jest władny stwierdzić, czy dane działanie było działaniem komunikacyjnym. Powracając do naszego przykładu z Janem wysyłającym list do Joanny, można byłoby zapytać: „Na bazie jakich założeń Joanna twierdzi, że ten zapisany kawałek papieru jest wytworem działania komunikacyjnego podjętego przez Jana?”. Warto od razu zadać kolejne pytania: „Jeśli na ulicy widzę znajomego, który macha do mnie ręką, to skąd mam wiedzieć, że jest to machanie »znaczące«, że mogę lub powinienem jakoś na nie zareagować? A jeśli uznam, że jest ono znaczące, to skąd wiem, jak zareagować?”. Innymi słowy, na jakiej podstawie stwierdzam, że dane działanie jest działaniem komunikacyjnym, a nie po prostu „zwykłym” działaniem społecznym, lub też w ogóle nie jest działaniem? I czy mogę to stwierdzić, wyłącznie będąc komunikatorem w ramach danego działania, czy może muszę być zewnętrznym obserwatorem? Te pytania wyłaniające się z problematyki „stwierdzalności” i klasyfikacji danego działania są niezwykle istotne. Jednakże w ten sposób wchodzimy na poziom rozważań metateoretycznych, metafizycznych i zadajemy pytania o możliwości znalezienia „punktu oparcia” dla wszelkich badań humanistycznych i społecznych. Jak w takim razie poradzić sobie z takimi pytaniami? Wydaje się, że zarówno na poziomie komunikacji w życiu codziennym, jak i w ramach rozważań teoretycznych bazujemy na naszych wyobrażeniach zbiorowych o komunikacji, czyli przede wszystkim na naszej wiedzy kulturowej, do której „przystawiamy” obserwowane czy realizowane działanie.

Taką właśnie funkcję w prezentowanej definicji pełni pojęcie *intencji komunikacyjnej*. Jest ono tym elementem, który powinien zostać rozpoznany (przez komunikatora lub obserwatora), abyśmy mogli uznać dane działanie za komunikacyjne. Przy czym intencja musi być cechą samego działania, a nie dyspozycją obserwowanego komunikatora, gdyż przyjęliśmy przecież, że w badaniach nie mamy dostępu do stanów mentalnych jednostek. Intencja w tradycji filozoficznej bywa jednak często utożsamiana z poglądami wyłania-

jącymi się z perspektyw psychologistycznych – to jest właśnie ów problematyczny aspekt posługiwania się utartymi terminami zamiast wprowadzania (bardzo często niepotrzebnych) neologizmów.

Jeśli zatem przyjmuję, że komunikacja jest działaniem, to ma ona charakter celowy (zamierzony). Dlatego można powiedzieć, że działaniu takiemu towarzyszy *intencja* (rozumiana jako „zamiar”, a nie „nakierowanie na”) – jest to swoista *intencja komunikacyjna*, która dotyczy działania podejmowanego przez komunikatora interpretowanego. Trzeba też podkreślić, że każde działanie komunikacyjne jest działaniem społecznym, ale nie każde działanie społeczne jest działaniem komunikacyjnym (tak jak nie każda praktyka społeczna jest jednocześnie praktyką komunikacyjną). Staje się takim, jeżeli komunikator interpretowany przystępuje do realizacji działania w określonym celu, a więc jeśli w odniesieniu do pewnego sensu kulturowego (do wartości) może ono zostać zinterpretowane przez pozostałych uczestników komunikacji (Rickert, 1984). Przykładowo, kiedy dziecko w sklepie prosi mamę o kupienie cukierków, to nie tylko realizuje swój cel (praktyka komunikacyjna na poziomie indywidualnym – chce dostać cukierki), ale również utrzymuje funkcjonowanie języka w naszej kulturze (praktyka komunikacyjna na poziomie społecznym utrzymuje możliwość „praktykowania komunikacji”, ale co istotne, wykonawca działania, czyli dziecko, nie musi nic o tym wiedzieć – nie musi być świadome utrzymywania stanu).

Działanie może być celowe i odnoszone do sensu kulturowego. Innymi słowy, może cechować je „intencja komunikacyjna” na dwa różne sposoby. Po pierwsze, działanie komunikacyjne jest działaniem uświadomionym, zamierzonym, planowanym i uwarunkowanym kulturowo. Po drugie, działanie komunikacyjne może być również uwarunkowane kulturowo (jak wyżej), ale jednocześnie pozostawać działaniem zrutynizowanym, nawykowym i w tym sensie nieuświadomianym. Będzie to wówczas zwyczaj, nawyk kulturowy. W obu przypadkach mówimy jednak o celowości i racjonalności działań komunikacyjnych jako odnoszących się do okre-

ślonego sensu kulturowego. Oznacza to, że nie da się wskazać „zachowań komunikacyjnych”, czyli takich, które są realizowane tylko instynktownie, podświadomie, odruchowo (uwarunkowanych wyłącznie biologicznie). Nie da się wskazać komunikacji nieintencjonalnej. Odróżniam w ten sposób – nawiązując do myśli Maxa Webera – dwa rodzaje czynności: nieintencjonalne zachowania oraz intencjonalne działania. Jeżeli np. dwie osoby zderzą się ze sobą w drzwiach, to nie mamy jeszcze do czynienia z komunikacją. Jeżeli jednak pierwsza z tych osób przeprosi drugą, która rozpozna intencję komunikacyjną, a następnie przyjmie przeprosiny lub tego nie robi, to działanie takie będzie przykładem komunikacji (nawet jeśli słowo „przepraszam” zostanie użyte nawykowo, bezrefleksyjnie). Natomiast różnice pomiędzy rodzajami intencji widać na przykładzie dwóch powitań. Działanie komunikacyjne, któremu przysługuje intencja komunikacyjna w pierwszym sensie, to np. wygłoszenie powitania na ceremonii otwarcia igrzysk olimpijskich. Natomiast działanie komunikacyjne, któremu przysługuje intencja komunikacyjna w drugim sensie, to np. rutynowe uchylenie przez witającego się mężczyznę kapelusza przy powitaniu (mężczyzna wyuczył się tego elementu, a w momencie powitania nie myśli o tym, wykonuje to nawykowo).

Raz jeszcze podkreślam, że użyte wyżej określenie „intencja komunikacyjna” nie oznacza tutaj stanu mentalnego (aktu psychicznego) poprzedzającego i warunkującego podjęcie działania. Nie traktuję intencji w kategoriach psychologistycznych, tylko kulturalistycznych. Innymi słowy, „intencja (komunikacyjna)” nie przysługuje podmiotowi jako jego „nakierowanie na przedmiot” i tym samym nie jest kategorią psychologiczną. Intencja jest tutaj ujmowana jako cecha przysługująca działaniu. Działanie cechuje się intencją komunikacyjną, jeśli podmiot odnosi je do wartości, to znaczy stara się nadać temu działaniu sens kulturowy (sens taki zyskuje ono, kiedy zostaje zinterpretowane przez odbiorcę).

Oznacza to, że intencja może być rozpoznana jako taka na podstawie podejmowanych przez podmiot działań, a nie poprzez wgląd

w jego subiektywne stany mentalne (Wittgenstein, 2004). Mówiąc ściślej, komunikator interpretujący rozpoznaje intencję działania (komunikacyjnego) podejmowanego przez inny podmiot (przez komunikatora interpretowanego), identyfikując je ze wspólnym dla nich odniesieniem tegoż działania do wartości. Podmiot interpretujący działanie interpretowanego nie ma bowiem możliwości dokonania wglądu w jego subiektywne stany mentalne, lecz jedynie możliwość identyfikacji jego działań na podstawie znajomości społecznych reguł określających działanie. Innymi słowy, rozpoznanie intencji jako intencji komunikacyjnej jest uwarunkowane przypisaniem działaniu odpowiedniego sensu (zależnego od znajomości reguł kulturowych). Wyobraźmy sobie autostopowicza trzymającego wyciągnięty kciuk oraz nadjeżdżającego kierowcę. Trzymanie wyciągniętego kciuka jest działaniem komunikacyjnym, a sensem tego działania jest zatrzymanie samochodu („złapanie okazji”). O działaniu autostopowicza powiemy, że jest celowe, zamierzone i cechuje je „intencja komunikacyjna”. Działanie autostopowicza podlega również interpretacji ze strony kierowcy, dzięki czemu zyskuje ono sens kulturowy.

Rozpoznanie intencji komunikacyjnej (za czym idzie możliwość interpretacji) jest uwarunkowane umiejętnością rozpoznania kontekstu społeczno-kulturowego, w jakim rozgrywa się dane działanie. Wyobraźmy sobie sytuację, gdy na jakiejś sali zapada tradycyjna „minuta ciszy”. Jeżeli wśród znajdujących się tam osób jest ktoś, kto nie zna tego zwyczaju (np. pochodzi z kręgu kulturowego, w którym nie praktykuje się oddawania czci w ten sposób), wówczas nie będzie on w stanie zidentyfikować owego milczenia jako „wymownego”, jako działania intencjonalnego, do którego „przwiązane” są jakieś wartości. Powiemy, że w odniesieniu do takiej osoby nie zachodzi komunikacja. Można też stwierdzić, że jest to przykład działania, któremu przysługuje wprawdzie intencja komunikacyjna ze strony tych, którzy milczą dla oddania czci zgodnie z przyjętą tradycją, jednak nie podlega ono interpretacji jako działanie komunikacyjne ze strony osoby, która takiej tradycji nie zna.

Wówczas zaś komunikacja zachodzi tylko w odniesieniu do osób, które podejmują działanie intencjonalne i które potrafią je zinterpretować.

(c) Interpretacja i racjonalność komunikacji

Najistotniejszym komponentem praktyk symbolicznych (a więc i komunikacyjnych) jest *interpretacja*. Oznacza to, że każde działanie komunikacyjne oprócz intencji komunikacyjnej wymaga również interpretacji. Interpretacja działania komunikacyjnego nie sprowadza się do odbierania i odczytywania danych (jest to funkcja percepcji). Interpretacja (jako *rozumienie* komunikacji) jest rozpoznaniem intencji komunikacyjnej i reakcją na działanie komunikatora interpretowanego przez komunikatora interpretującego (wynik tej reakcji może być interpretowany, wówczas komunikator interpretujący staje się komunikatorem interpretowanym). Sposób reagowania jest uwarunkowany wiedzą i przekonaniami (kontekstem kulturowym uczestników komunikacji). Innymi słowy, interpretacja jest procesem tworzenia struktury, który spaja pozostałe komponenty działania komunikacyjnego i nadaje im sens.

W odniesieniu do komunikacji można wyróżnić dwa rodzaje (przedmioty) interpretacji. Przedmiotem interpretacji w pierwszym sensie jest charakter działania podmiotu A (komunikatora interpretowanego) identyfikowanego przez podmiot B (komunikatora interpretującego) *jako* komunikacyjne. Podmiot B przypisuje działaniu podejmowanemu przez podmiot A intencję komunikacyjną (zgodnie ze swoją wiedzą i przekonaniami). Gdybyśmy to przełożyli na przykład Jana wysyłającego list do Joanny, moglibyśmy powiedzieć, że przedmiotem interpretacji jest proces polegający na rozpoznaniu przez Joannę, że koperta zawierająca zapisaną kartkę jest wytworem działania komunikacyjnego realizowanego przez Jana.

Natomiast przedmiotem interpretacji w drugim sensie jest sens działania podmiotu A, któremu podmiot B przypisał intencję komunikacyjną. W większości przypadków interpretacja działania

komunikacyjnego dokonuje się nawykowo. W sytuacji naszych korespondentów – Jana i Joanny – przedmiotem interpretacji w drugim sensie byłaby „treść” listu. Ów przedmiot zapisałem w cudzysłowie, ponieważ Joanna nie interpretuje „treści” zawartej na kartce papieru, lecz nadaje sens kulturowy całemu działaniu komunikacyjnemu: zapisana kartka jest tylko elementem tego działania i sama w sobie nie przenosi treści (gdybyśmy tak twierdzili, wówczas musielibyśmy uznać, że słowa są pojemnikami na nasze treści mentalne).

Warto podkreślić, że sama podejmowana czynność interpretowania nie jest jeszcze tożsama z działaniem komunikacyjnym. Warunkiem komunikacji jest zarówno intencja komunikacyjna, jak i interpretacja, tzn. intencja komunikacyjna jest warunkiem koniecznym, ale niewystarczającym komunikacji. Takie intencjonalne działanie wymaga zinterpretowania, czyli rozpoznania i reakcji na nie.

Kiedy natomiast twierdzę, że komunikacja jest działaniem racjonalnym, wówczas mam na myśli taki rodzaj działania, które służy realizacji celu. Innymi słowy, działanie jest racjonalne wtedy, kiedy podmiot zna cel, który chce osiągnąć poprzez realizację tego działania. Nie oznacza to oczywiście, że ten cel może być w ogóle osiągalny za pomocą tego działania. Komunikacja jest zatem działaniem *racjonalnym* w odniesieniu do obu komunikatorów. Komunikator interpretowany działa racjonalnie, a więc potrafi wskazać cel, który ma zostać osiągnięty, potrafi dobrać formę komunikacji odpowiednią do tego celu i używa znaków, aby umożliwić interpretowalność podejmowanego przez siebie działania. Natomiast komunikator interpretujący potrafi rozpoznać komunikacyjny charakter interpretowanego działania (poprzez rozpoznanie intencji komunikacyjnej, dzięki swojej wiedzy kulturowej) i interpretuje je dzięki znajomości rozpoznanej formy i reguł określających sposób używania znaków.

Okazuje się zatem, że kiedy mówimy o komunikacji, mamy na myśli bardzo specyficzną grupę działań społecznych: z jednej strony możemy powiedzieć, że taka robocza definicja wskazuje na zbyt szerokie spektrum wszelkich działań (bo i pisanie, i czytanie listu,

rozmowę, produkowanie i oglądanie filmu), z drugiej strony, że definicja ma charakter bardzo mocno zawężający (nie uwzględnia „komunikacji” zwierząt czy „komunikacji międzygatunkowej”). Jednak już poprzez samo wyznaczenie czynnika fundującego, czyli poprzez wskazanie na kulturę jako na podstawę rozumienia wszelkich działań, odciąłem się od jakichkolwiek procesów „komunikacji między zwierzętami”. Tym samym twierdzę, że zwierzęta się nie komunikują, jeśli uznamy, że przyjęta przeze mnie definicja komunikacji ma być w danym momencie wspomnianym wcześniej „papierkiem lakmusowym”. Nie twierdzę natomiast, że zwierzęta, wysyłając różne sygnały, „nic nie robią” – uważam jednak, że rodzaj tych czynności jest zgoła odmienny od czynności podejmowanych przez jednostki działające w kulturze symbolicznej. Można byłoby oczywiście powiedzieć, że w ten sposób pokazuję swój „strach przed ewolucją” (sądzę, że w taki sposób moje stanowisko mógłby scharakteryzować np. Michael Fleischer (2007)) i zbyt mocno rozgraniczam świat kultury i natury. Oczywiście, można próbować pogodzić ze sobą zarówno perspektywę diachroniczną, jak i podejście ewolucyjne. Taką próbę podejmuje np. Jan Pleszczyński w *Epistemologii komunikacji medialnej*, gdzie pisze: „to, że komunikacja jest relacją zontologizowaną, nabywającą ontyczności w ewolucji, każe na nią spojrzeć w perspektywie diachronicznej, obejmującej długotrwały proces wyłaniania się jej ze świata zwierzęcego i cementowania w relacjach zbiorowości – gatunkowo swoistych dla człowieka społecznych więzi. Zawężając refleksję nad komunikacją tylko do perspektywy synchronicznej, można łatwo pominąć i zaniedbać jej naturalne zakorzenienie, biologiczny wymiar i biokulturowy charakter jej ewolucji” (Pleszczyński, 2013, s. 167).

Jednakże ja na tę kwestię patrzę odmiennie: moje kulturalistyczne stanowisko jest jedną z wielu perspektyw – nie uważam, że możemy wskazać tę „jedyną” i najlepszą. W badaniach humanistycznych możemy natomiast konstruować wiele użytecznych narzędzi, które mają posłużyć do lepszego rozumienia świata i budowania różnych map myśli i objaśnień. Jeśli natomiast takie narzędzie okaże

się w pewnym momencie już nieprzydatne lub niewystarczające, zawsze można skonstruować nowe. Na pewno jednak rozwiązanie budowane na takich założeniach, które przyjmuję w tej książce, nie może się okazać *nieadekwatne*. Nie ma bowiem instancji wyznaczającej kryterium adekwatności i zgodności.

(d) Aspekt medialny i wyobraźniowy

Zgodnie z formułowanymi wyżej założeniami komunikacja wymaga aktywności (interakcji) przynajmniej dwóch osób (a dokładniej – realizacji dwóch ról). Jednak aby taka interakcja była możliwa, konieczne jest intersubiektywne zapośredniczenie relacji zachodzącej między komunikatorami. Mówiąc prościej, dwie osoby muszą używać takich rozwiązań (narzędzi), które pozwolą im nawiązać ze sobą relację. Zapśredniczenie takie ma postać *znaków*. Kategoria znaku łączy wiele istotnych pojęć przywoływanych w ramach wywodu i jest – obok interpretacji – kluczowym spoiwem każdego działania komunikacyjnego. W ramach kulturalistycznej definicji komunikacji znak jest ujmowany nie tylko jako reprezentacja, ale głównie jako *narzędzie*, za pomocą którego uczestnicy komunikacji nawiązują kontakt, realizują sensy kulturowe i dokonują interpretacji swoich działań (Everett, 2012). Tak rozumiane znaki mają charakter konwencjonalny (w odróżnieniu od *oznak* lub *symptomów*, które dotyczą raczej zachowań niż działań) i dlatego można je określać jako *symbole*²³.

Komunikacja rozgrywa się w znakach (poprzez znaki). Bez znaków jest ona niemożliwa (Fiske, 2008; Ollivier, 2010). Możemy zatem powiedzieć po prostu, że komunikacja odbywa się w przestrzeni kultury symbolicznej. Waga znaków przejawia się w tym, że

²³ Ujęcie znaku będącego narzędziem komunikacji międzyludzkiej jako symbolu jest nawiązaniem do Cassirerowskiego odróżnienia *symbolu* jako elementu ludzkiego świata kultury od *sygnału* jako elementu świata fizycznego. Symbol jest tu traktowany jako taki rodzaj znaku, który ma charakter konwencjonalny w odróżnieniu od tylko naturalnych oznak czy sygnałów.

są one warunkiem intersubiektywności: bez pośrednictwa znaku pojedyncza osoba dysponuje tylko swoimi subiektywnymi stanami mentalnymi, a dwie osoby dysponują tylko dwoma subiektywnymi stanami mentalnymi. Komunikacja (jako interakcja symboliczna między nimi) wymaga znaku, aby to, co tylko subiektywne (myśli, emocje, wszelkie stany psychiczne), mogło stać się intersubiektywne (intersubiektywnie komunikowalne – przynajmniej w takim sensie, jaki wyrażeniu temu nadaje Kazimierz Ajdukiewicz). Subiektywne stany mentalne mogą być eksterioryzowane również za pomocą oznak (np. rozszerzone źrenice jako zewnętrzna oznaka strachu), lecz w przypadku znaków konwencjonalnych, intencjonalnych i będących przedmiotem interpretacji podmiot *nie tylko* uzewnętrznia czy przejawia, ale też komunikuje.

Również *forma* komunikacji jest wyznaczana przez znaki. Komunikacja przybiera formę werbalną (słowo), graficzną (napis, rysunek) lub formę gestu w zależności od znaku, jakim dysponuje komunikator. Znaki tworzą systemy czy też kody (np. język), których znajomość jest warunkiem interpretacji działań komunikacyjnych.

Realizowanie przez komunikatorów działania komunikacyjnego jest możliwe właśnie dzięki znakom, które pośredniczą między podmiotami uczestniczącymi w komunikacji (znak jest niezbywalnym elementem komunikacji; w swojej zmysłowo postrzegalnej postaci jest częścią wspólną podmiotów, wyrażającą ich wiedzę oraz doświadczenie i *jako taki* znak stanowi rzeczywiste *medium*, w pełnym, podstawowym sensie tego słowa.

Na podstawie powyższych elementów definicyjnych działania komunikacyjnego wyróżniam jego dwa zasadnicze aspekty: aspekt medialny oraz aspekt wyobrażeniowy. Są one związane ze znakami oraz interpretacją i funkcją komunikacji. Wyróżnienie tych aspektów jest możliwe jedynie w porządku wykładu, gdyż oba są niezbędne, by mówić o działaniu komunikacyjnym. Stanowią one wzajemnie współkonstytuujące się elementy jednego procesu, jakim jest działanie komunikacyjne. *Aspektem medialnym* komunikacji nazy-

wam zespolenie środków i form komunikacji, poprzez które komunikatorzy posługują się znakami. *Aspekt wyobraźniowy* natomiast to zespolenie wiedzy kulturowej umożliwiającej komunikatorom interpretację oraz reguł wyznaczających posługiwanie się środkami i formami komunikacji. W ten sposób komunikatorzy są w stanie realizować funkcje komunikacji. Na aspekt wyobraźniowy komunikacji składają się zatem sposoby realizacji owych funkcji – reguły te („wartości oraz sposoby ich osiągnięcia”) konstytuują daną praktykę komunikacyjną, w której obowiązywanie znajduje samo działanie komunikacyjne.

(e) Funkcje komunikacji

W takim ujęciu komunikacja nie powinna być rozpatrywana jako skuteczna lub nieskuteczna (efektywna lub nieefektywna). W ujęciu transmisyjnym, rozpatrując komunikację jako skuteczną, zakłada się tym samym, że komunikacja musi „się udać”, aby miała w ogóle miejsce. Jednocześnie przyjmuje się np., że celem komunikacji jest porozumienie albo transmisja idei, myśli, emocji. Jednak gdy rozmawiamy z drugą osobą i chcemy jej coś wytłumaczyć (np. zasadę działania silnika parowego), lecz nam się to nie udaje, czy wówczas należy twierdzić, że komunikacja jest nieefektywna i nieskuteczna? Zapewne nie. Skuteczność postrzegana jest najczęściej jako wynik skuteczności działania „nadawcy”, a efektywność jako efektywność samego *procesu*. Skuteczność rozumiana jest jako skuteczna realizacja zakładanego celu (np. porozumienia, transmisji). Takie ujęcie jest możliwe, jeśli przyjmuje się, że komunikacja ma tylko jeden cel, jedną funkcję. Komunikacja pełni wiele funkcji – uważam, że nie można wskazać ich wszystkich, a przy tym nie da się podać ich konkretnej liczby, tak jak robi to np. Roman Jakobson (Jakobson, 1989, s. 81–99). Nawiązując do terminologii Johna Austina, można stwierdzić, że brak realizacji wypowiedzi performatywnej (tzw. „niefortunność”) nie oznacza, iż wypowiedź przestaje być wypowiedzią (Austin, 1993).

Istotne jest przede wszystkim to, że komunikacja (rozpatrywana „szeroko”, jako dziedzina kultury symbolicznej) pełni funkcję (re)produkowania rzeczywistości społeczno-kulturowej. Oczywiście, w perspektywie kulturalistycznej nie przeczy się temu, że w trakcie komunikacji można również przekazywać wiadomości, argumentować czy przysyłać informacje. Jednakże nie jest to funkcją komunikacji – owa transmisja jest konceptualizacją metaforyczną, która sprawia, że uczestnicy komunikacji patrzą na swoje działania właśnie jako na proces kodowania, przysyłania i dekodowania pewnych komunikatów. To, skąd wzięło się takie postrzeganie owych zasadniczych praktyk społecznych, będzie przedmiotem drugiej części książki. W tym miejscu należy jednak podkreślić, że owo przekazywanie wiadomości, komunikowanie się, pisanie listów czy wygłaszanie kazań jest podstawą funkcjonowania każdej wspólnoty. I to jest właśnie główna funkcja komunikacji.

Polemika z tradycyjnym, transmisyjnym, ujmowaniem komunikacji oznacza zniesienie konieczności postrzegania komunikacji jako procesu „inicjowanego” przez „nadawcę”, na który „odbiorca” wtórnie reaguje. To komunikator interpretujący („odbiorca”) może być tym, który inicjuje działanie komunikacyjne. Może to mieć miejsce, kiedy interpretacji podlega nie intencjonalne działanie komunikatora interpretowanego („nadawcy”), lecz tylko pewna informacja wynikająca z jego zachowania. Innymi słowy, tzw. *feedback*, czyli „sprzężenie zwrotne”, może być dopiero początkiem sytuacji komunikacyjnej, a nie odpowiedzią na komunikat. Rozważmy następujący przykład: pewna osoba uznaje zasadę – „nie należy chodzić po domu w butach”. Jednak gość tej osoby po wejściu do jej domu nie zdejmuje butów (narusza ową zasadę). Dla gospodarza jest to pewna informacja: jego gość nie zna obowiązujących w domu reguł lub złośliwie je ignoruje. Jednak gospodarz nie ma dostępu do motywów postępowania gościa. Ów gość niczego nie komunikuje (nie mamy do czynienia z działaniem komunikacyjnym), zatem gospodarz interpretuje wyłącznie informację (niezdykcje butów). W konsekwencji może on (a) nie zareagować – cała sytuacja pozostanie

wówczas na poziomie przekazu informacji, ale nie dojdzie do komunikacji, albo (b) zareagować (intencjonalnie) i sformułować komunikat (prośbę o zdjęcie butów uzasadnioną obowiązującą w jego domu regułą), który następnie zostanie zinterpretowany przez gościa. Natomiast nie ma znaczenia, czy ów zastosuje się do prośby czy nie – warunkiem komunikacji jest jej intencjonalność i interpretacja, ale nie skuteczność.

Przy okazji tego przykładu zadajmy pytanie, w jaki sposób można odróżnić działanie intencjonalne od nieintencjonalnego, kiedy opisy fizyczne obu działań nie różnią się od siebie. W omawianej sytuacji gospodarz nie wie, dlaczego jego gość nie zdjął butów (czy po prostu nie zna zasady, czy może jest złośliwy). Jeżeli Joanna nie zna motywów określających czynności wykonywane przez Jana (nie potrafi stwierdzić, czy Jan działa z intencją komunikacyjną czy nie), to co pozwala uznać działanie Jana za działanie komunikacyjne (bądź odrzucić taką możliwość)? Powiemy, że ocena tego, czy Jan działa intencjonalnie czy nie, zależy od wiedzy kulturowej Joanny i od społecznego kontekstu, w jakim rozgrywa się sytuacja. To samo dotyczy gospodarza i jego gościa.

Można byłoby również zapytać, dlaczego akurat kulturalistyczna definicja komunikacji nadaje się do badań komunikologii historycznej? Dlaczego definicja transmisyjna (komunikacja jako przekazywanie komunikatów), w perspektywie ujęcia kulturalistycznego, jest mniej użyteczna poznawczo? Wynika to ze sposobu patrzenia na samo działanie komunikacyjne, którego kluczowym elementem jest interpretacja dokonywana przez komunikatora interpretującego na podstawie jego wiedzy kulturowej, inaczej – kontekstu społeczno-kulturowego. Ten kontekst jest zaś zmienny, a więc także historyczny – przez konstruowanie znaczeń w komunikacji (w ramach interpretacji) jest również procesem historycznym. Natomiast w ujęciu transmisyjnym zakłada się, że w słowa można włożyć „paczki ze znaczeniem”, a odkodowywanie owych znaczeń jest możliwe „wewnątrz” samego procesu komunikacyjnego, a więc że nie zależy od kontekstu społeczno-kulturowego.

KOMUNIKACJA UHISTORYCZNIONA

W pierwszym rozdziale wskazałem, że jednym z założeń przyjmowanych przeze mnie w tej pracy jest *refleksywne historyzowanie*, które sprawia, że postrzegam *zjawiska komunikacyjne* jako możliwy przedmiot badań historycznych. Do tego przedmiotu chcę podchodzić z perspektywy kulturalistycznej w ramach komunikologii historycznej. Czym jest owa perspektywa i jak konstruuje ona przedmiot badawczy, zostanie zaprezentowane w bieżącej części książki. Najpierw musimy jednak podjąć się jeszcze zarysowania relacji między dwiema dyscyplinami, z których czerpie komunikologia historyczna. Chodzi oczywiście o *historię* oraz *komunikologię*²⁴.

Współcześnie zarówno humanistyka, jak i nauki ścisłe przechodzą coś, co można byłoby nazwać „kryzysem dyscyplinarnym”. Wyłonione najczęściej w XIX wieku dyscypliny nauk humanistycz-

²⁴ W literaturze anglojęzycznej terminy „historia” oraz „komunikacja” oznaczają zarówno przedmiot swoich badań, jak i nazwę dyscypliny. W języku polskim natomiast takie użycie nie jest powszechne. Kiedy mówimy o historii, mamy na myśli przede wszystkim dyscyplinę naukową, która bada: dzieje, fakty historyczne, źródła, narracje itd. Natomiast „komunikacja” jest badana najczęściej nie w ramach „komunikacji”, lecz w ramach „nauki o komunikacji” czy właśnie „komunikologii”. Dlatego też (konsekwentnie trzymając się ustaleń terminologicznych z początkowych rozdziałów), pisząc o relacji dwóch dyscyplin, będę używał terminów *historia* i *komunikologia*. Natomiast relację przedmiotów badawczych tych dyscyplin będę określał mianem *przeszłych zjawisk* i *komunikacji*.

nych zaczynają być zbyt wąskie i ograniczające. Okazuje się, że różne podejścia badawcze nachodzą na siebie – przede wszystkim dlatego, że w podobny sposób postrzegają swój przedmiot badawczy. Nie chcę pisać, że mają ten sam przedmiot – jego kształt zależy bowiem również od metod przyjmowanych w obrębie dyscypliny naukowej. Z tego też powodu pojawia się coraz więcej badań inter- i multidyscyplinarnych łączących przedstawicieli wielu nauk i dziedzin. Jednocześnie pojawiają się nowe dyscypliny humanistyczne, co wynika m.in. z rozwoju dyscyplin dotychczasowych (np. wyłączenie się prasoznawstwa z socjologii) oraz z autonomizacji podejść badawczych (w ten sposób charakteryzowane jest wyłanianie się komunikologii, czy też – w anglosaskiej nomenklaturze – „komunikacji jako dyscypliny”). Uprawianie badań w obrębie jednego obszaru wiedzy rozumiane jako utrzymywanie jego „czystości” jest coraz trudniejsze i nie zawsze uzasadnione. Dlatego właśnie powstają interdyscyplinarne podejścia, perspektywy badawcze.

W taki też sposób należy patrzeć na *komunikologię historyczną*, która może być traktowana jako subdyscyplina naukowa lub jako interdyscyplinarne podejście badawcze – te dwie charakterystyki nie są ze sobą sprzeczne. Co więcej, pozwalają lepiej zrozumieć charakter prowadzonych badań. Dlatego bliska jest mi przywoływana już wcześniej perspektywa przyjęta przez autorów *The Handbook of Communication History*, którzy wskazują, że refleksywne historyzowanie można rozumieć jako przechodzenie od historii komunikacji do *historycznie zorientowanych* (albo *historycznie świadomych*) studiów nad komunikacją (Peck et al., 2013, s. 42). Takie właśnie podejście nazywam *komunikologią historyczną*. Obejmuje ona historycznie zorientowane studia nad komunikacją, które do budowy własnych narzędzi metodologicznych czerpią z wielu innych dyscyplin: filozofii, kulturoznawstwa, medioznawstwa, filologii czy historii. Prezentowana przeze mnie perspektywa kulturalistyczna w ramach komunikologii historycznej wyrasta przede wszystkim z filozofii kultury i komunikacji oraz z kulturoznawstwa. Nie można jednakże stawiać sztywnych cezur między podejściami – nie służy to same-

mu badaniu. Wynika to z tego, jak pisze Dorota Skotarczak we wprowadzeniu do książki *Historia kulturowa* Petera Burke'a, że „granice między poszczególnymi naukami humanistycznymi raczej nie są granicami naturalnymi. Wszystko to, co stanowi pozabiologiczny aspekt człowieka, zdaje się wyjątkowo skomplikowane i niełatwe do opisania. Badający go naukowcy wciąż zastanawiają się nad właściwymi metodami, za pomocą których będzie można najlepiej poznać i zrozumieć człowieka nienależącego przecież wyłącznie do świata przyrody. Metody zależą od dyscypliny, dyscyplina zaś od przedmiotu badań, ale różne dyscypliny niejednokrotnie przynajmniej częściowo dzielą z sobą te same metody. Do badania jednego przedmiotu przystępują odmienne nauki. Takie przekraczanie granic jest koniecznością podyktowaną przez człowieka jako najtrudniejszy przedmiot badań” (Burke, 2012, s. VII). Należy wszakże zadać bardzo ważne pytanie, w jaki sposób badania *historycznie zorientowane* mogą być prowadzone również przez filozofów i komunikologów, a nie tylko przez historyków.

3.1. Komunikologia a historia

Odpowiedź na pytanie zadane na końcu poprzedniego podrozdziału nie jest prosta; można jednak spróbować ją zarysować na bazie dotychczas poczynionych założeń. Prowadzenie badań nad przeszłymi zjawiskami w obrębie komunikologii historycznej jest możliwe m.in. dzięki temu, że historia stała się „gościnna”. Jak pisze Ewa Domańska: „Historia stała się dyscypliną gościnną, otwartą i przyjazną dla wszelkich tematów i ujęć pod warunkiem, że badania prowadzi się zgodnie z wymogami rzemiosła, znajomością odpowiednich źródeł, literatury i metod” (Domańska, 2013, s. 272). Jednocześnie autorka podkreśla, że „nadal podstawą pracy historyka są rzetelne badania źródłowe, na których opierają się badania konkretnych wydarzeń, procesów i problemów. W istocie, w obecnie prowadzonych dyskusjach porusza się kwestie redyscyplinizacji

historii i kładzie się wyraźny nacisk na profesjonalizm pracy badawczej” (Domańska, 2013, s. 272). Ta profesjonalizacja oznacza dla filozofów komunikacji i komunikologów konieczność skupienia się przede wszystkim na przyjmowanych założeniach epistemologicznych oraz sposobie konstruowania metod badawczych i zarysowywania swojego przedmiotu badawczego.

Dyskusja między historią i komunikologią ponownie przywołuje zagadnienie samoodnośności badań humanistycznych. Wynika to bowiem z tego, że z jednej strony przeszłe zjawiska komunikacyjne są przedmiotem badań historii (lub historycznie zorientowanych studiów nad komunikacją), z drugiej zaś historię można postrzegać jako pewien problem komunikacyjny. To jest miejsce, w którym w dyskusję ze sobą powinni wejść filozofowie, komunikolodzy i historycy. Dialog taki jest potrzebny, gdyż pozwoli na refleksję nad samym procesem badania. Jacques Le Goff w rozmowie z Pawłem Rodakiem podkreśla: „W dialogu między filozofami a historykami doszło do swego rodzaju porażki. Właściwie dialog ten wcale nie został nawiązany, poza jednym momentem, kiedy i tak nie osiągnął w pełni zamierzonego celu i już nigdy później nie znalazł kontynuacji. Moment ten łączy się z osobą Michela Foucaulta. Tymczasem według mnie to sprawa zasadnicza, by zaistniał dialog między historykiem a filozofem” (Rodak, 2009, s. 44–45). Le Goff wskazuje istotną kwestię: filozofowie mogą dostarczyć historykom narzędzi, rygoru metodologicznego oraz pozwolą spojrzeć na proces badawczy z nowej perspektywy. W tym miejscu mówimy o debacie dwóch dyscyplin. Wydaje się jednak uzasadnione dodanie do tej rozmowy „trzeciego komunikatora”, jakim jest komunikologia. Jeśli bowiem chcemy badać historię praktyk komunikacyjnych, wówczas warto byłoby również uwzględnić perspektywę komunikacyjną, która pozwoli odpowiednio ukierunkować proces badawczy.

Jest to potrzebne, ponieważ każde badanie historyczne jest z konieczności wybiórcze, niekompletne i częściowe – jest ukierunkowane na pewien cel, którym może być (w klasycznej historiografii) opisanie faktów historycznych i odkrycie prawdy lub (we współczesnych

badaniach na gruncie narratywizmu) stworzenie koherentnej narracji. W narratywizmie (prace Haydena White'a czy Franka Ankersmita) podkreśla się, że wpływ na badanie historyczne i instrumentarium w nim używane ma zarówno sam badacz, jak i jego epoka (Radomski, 2001, s. 213). Oznacza to, że badania historyczne odsłaniają nie tylko wiedzę o przeszłości, ale również o czasach obecnych. Dlatego można powiedzieć, że nie istnieje jedna obiektywna (pozakulturowa) przeszłość. To, jaką przeszłość „odkryjemy”, zależy od pytań, które zadamy, i uzasadnień, które uznamy za wystarczające. Trzeba bowiem zdawać sobie sprawę, że teorie są wytworami praktyki, a jej kształt zależy od założeń historyczno-kulturowych. Te założenia natomiast wpływają na kształt współczesnych opisów i tworzonych objaśnień na temat badanych praktyk. Dlatego, jak piszą Hanno Hardt i Bonnie Brennen, teoria „powinna być rozumiana jako systematyczne wyjaśnienia praktyk społecznych determinowanych kulturowo w trwającym procesie historycznym” (Hardt i Brennen, 1993, s. 131). To zaś sprawia, że założenie o refleksywnym historyzowaniu jest potrzebne, aby uprawiać świadome, historycznie nstawione studia nad komunikacją. Taka komunikologia historyczna musi wydarzenia, działania i praktyki umieszczać w kontekście historyczno-kulturowym, który sprawia, że nie stają się one zwykłą „kroniką”, lecz stanowią ukontekstualizowane połączenie owych wydarzeń, osób, działań i instytucji. Jest to perspektywa odmienna od tej, którą możemy spotkać w tradycyjnej komunikologii historycznej. W takim ujęciu badacze starają się bowiem wyjaśnić wszelkie działania komunikacyjne oraz wyłonienie się medium jako pewną aberrację w ciągłym trwaniu historii, co sprawia, że historia przypomina technokratyczne działanie, skupiając się na nazwiskach, datach i miejscach, a nie na znaczeniach czy rozumieniu przeszłości. Zdaniem Hardta i Brennen to pseudohistoria, która jest zdekontekstualizowana, ateoretyczna i ahistoryczna (Hardt i Brennen, 1993). Musimy zatem zwrócić się w stronę takiego uprawiania historycznie ukierunkowanych badań, które pozwalają nam anali-

zować owe wydarzenia czy osoby w ich kontekście historyczno-kulturowym.

W ten sposób – jak pisze John Lauer – problem badań historycznych w uderzający sposób przypomina na fundamentalnym poziomie problem z komunikacją (Lauer, 2008, s. 16). Historyk musi skonstruować warunki idealnej komunikacji z historycznymi „wspólnotami komunikacyjnymi”. Medium pracy historyka są teksty, nagrania dźwiękowe czy nagrania obrazów z przeszłości – a więc źródła, które on interpretuje. Można zadać pytanie o status owych źródeł oraz o realizowane przez nie funkcje. Czy źródła te reprezentują historyczne wspólnoty? Czy reprezentują sposób myślenia owych wspólnot, ich wyobrażenia zbiorowe? Czy odrzucając metaforę języka jako zwierciadła rzeczywistości, wciąż można utrzymywać, że źródła historyczne reprezentują wspólnoty historyczne? Peter Burke uważa, że idea *reprezentacji* generuje mnóstwo problemów, gdyż daje badaczom do zrozumienia, iż obrazy i teksty, z którymi pracują, reprezentują bądź też imitują przeszłą rzeczywistość społeczną. Jednakże, jak pisze Burke, „wielu praktyków nowej historii kulturowej od dawna czuje się niezręcznie z tą sugestią. Z tego też powodu powszechnie mówi się dziś o »konstruowaniu« bądź »produkowaniu« rzeczywistości (wiedzy, terytoriów, klas społecznych, chorób, czasu, tożsamości itd.) za pomocą przedstawień” (Burke, 2012, s. 89). Jak jednak badać takie reprezentacje czy wyobrażenia zbiorowe? Paweł Rodak zadaje konkretne pytanie: „Jak dotrzeć do poglądów, uczuć i postaw tych zwłaszcza kategorii społecznych, które same nie wytwarzają źródeł lub robią to rzadko, w szczególnych okolicznościach?” (Rodak, 2009, s. 13). Pytanie to można sformułować inaczej: Jak możliwe jest badanie wiedzy kulturowej, która kształtowała sposoby realizacji konkretnych działań komunikacyjnych? Wydaje się, że odpowiedź musi iść w kierunku *medium* – jednak nie można się zatrzymać na samym medium, jeśli chcemy badać historię przeszłych zjawisk komunikacyjnych. Musimy skupić się również na wyobrażeniach zbiorowych (reprezentacjach), gdyż historia zjawisk komunikacyjnych nie jest tylko kro-

niką zmian technologicznych, ale również historią myślenia o komunikacji i wyobrażeń o sposobach komunikowania. Co więcej, nie chodzi tylko o to, aby nie poprzestawać na *mediach*. Ważne jest także, by badać je w sposób historyczny (diachroniczny), a nie tylko jako kronikę z następującymi po sobie punktami. Jak pisze Grzegorz Godlewski, „W antropologicznych badaniach mediów – jak i w całej antropologii (...) – dominuje bowiem podejście typologiczne, które historyczny rozwój mediów unieruchamia w przekrojach synchronicznych, organizowanych poznawczo w taki sposób, by mogły stać się podstawą rekonstrukcji modelowych. (...) Tymczasem to, co najciekawsze, rozgrywa się w procesach przejścia, stadiach pośrednich, formach mieszanych – których domeną jest porządek historyczny. Media mają więc swoją historię czy raczej historie, ale też ich śledzenie dostarcza doskonałego wglądu w przemiany »długiego trwania« kultury” (Barański i in., 2011, s. 240).

Trzeba pamiętać, że badania komunikologii historycznej same są historyczne, a badania przeszłości realizowane jako intersubiektywna i komunikowalna praktyka opierają się na komunikacji. Dlatego też historię można postrzegać jako problem komunikacyjny. Tak też czyni John Durham Peters w tekście *History as a Communication Problem* (Peters, 2008, s. 19). Jak podkreśla, aż do końca XIX wieku nie myślano o komunikacji jako o czymś, co może być oddzielone od takich praktyk, jak transportowanie, praca czy wymiana towarów (Peters, 2008, s. 19). Jeszcze później natomiast zaczęliśmy patrzeć na zjawiska komunikacyjne jako na coś, co może mieć swoją historię – jednakże rozumianą inaczej niż historia konkretnego periodu czy historia figur retorycznych. Dopiero pod koniec XX wieku badacze komunikacji zdali sobie sprawę, że tylko minimalna część tego, co się „wydarza” w trakcie mówienia, „praktykowania komunikacji”, jest wyartykułowywana. Dzieje się tak, gdyż rozumienie komunikacji wynika z kontekstu kulturowego, czyli wiedzy kulturowej posiadanej przez jednostki. Sprawia to też, że wszystkie dokumenty, które analizujemy, opierają się na niewypowiedzianym „komunikacyjnym” tle (Peters, 2008, s. 21). Musimy ponadto zda-

wać sobie sprawę, że źródła historyczne analizowane w badaniach bardzo rzadko były pisane dla historyków, których Peters traktuje raczej jako „podśluchiaczy” niż adresatów komunikatów. Amerykański badacz pisze, że źródła historyczne różnią się sposobami i regułami transkrypcji „rzeczywistości”. Twierdzenie to rozjaśnia następującą anegdotką: pewnego dnia do jego gabinetu wszedł kolega z wiadomością, że przyszła do niego „specjalna oferta” – nowy film poświęcony największym momentom w historii sportu. Wówczas Peters pomyślał od razu: jeśli jest to film, to tym samym wykluczone są wszystkie momenty z historii sportu sprzed pojawienia się kamery, zatem cała zawarta w nim historia rozgrywa się od chwili wynalezienia tego urządzenia. „Historia sportu” nagle skurczyła się: obejmowała okres od roku 1895 do teraz. Peters podkreśla, że w ten sposób popełnił subtelny błąd: założył, że istnieje coś takiego jak trwająca w czasie „historia sportu”, która jest nienaruszona przez medium, które ją utrwała. W najbardziej literalnym sensie wybór medium determinuje źródło historyczne. Czasami jednak nie mamy możliwości wybrania medium, poprzez które „chcielibyśmy” prowadzić nasze badania. Eric Havelock, rekonstruując dwudziestowieczne badania nad oralnością, pisał: „Poza paradoksem polegającym na tym, że język jest używany w celu zrozumienia języka, czyli samego siebie, mamy do czynienia z porównywalnym problemem także wtedy, gdy podejmujemy się próby zrozumienia, czym jest oralność. Albowiem głównym materiałem badawczym są dla nas teksty. W jaki sposób wiedza o oralności może zostać osiągnięta na podstawie jej przeciwieństwa? A nawet zakładając, że teksty mogą dostarczyć pewnego wyobrażenia o oralności, w jaki sposób obraz ów mógłby znaleźć stosowny wyraz w tekstowym opisie, operującym z konieczności słownictwem i składnią właściwą dla tekstu pisanego, nie zaś słowa mówionego?” (Havelock, 2006, s. 63).

Jeszcze dobitniej problem ów widać na przykładzie prac archeologicznych, w których skupiamy się na badaniu wspólnot ludzkich. Źródła, do których najczęściej mamy dostęp, to siekiery, sztylety, strzały – czyli obiekty trwałe. Są to technologie, które Peters

(za Lewisem Mumfordem) nazywa „technologiami mocy” (ang. *power technologies*). Natomiast na „technologie pojemników” (ang. *container technologies*) składają się koszyki, spiżarnie, a także rytuały czy język. Chociaż Peters tego nie podkreśla, warto dodać, że komunikacja (głównie językowa) postrzegana jest bardzo często przez pryzmat metafory pojemnika. Jest to konceptualizacja ujmująca procesy komunikacyjne jako takie, które za pomocą języka i słów przenoszą pewne nietrwałe znaczenia.

To natomiast sprawia, że uzyskujemy mocno zdeformowany obraz przeszłości, ponieważ narzędzia – owe technologie mocy – zachowują się dużo lepiej i częściej niż słowa czy praktyki (które dodatkowo muszą zostać utrwalone). Jednakże to przede wszystkim od badacza zależy, co uzna za przedmiot swojego badania. Zdaniem Petersa historia i komunikologia współdzielią dziewiętnastowieczne marzenie o pełnej i doskonałej transmisji. Można byłoby powiedzieć, że dziewiętnastowieczni historycy postrzegali swoje możliwości poznawcze na kształt wehikułu czasu. Dzięki nim osiągalą taką rekonstrukcję, jakby byli zanurzeni w stary świat. W spirytualizmie, który – zdaniem Petersa – ukształtował się w tym samym czasie co współczesne potoczne (tj. transmisyjne) rozumienie pojęcia komunikacji, chciano osiągnąć takie psychiczne zespolenie, które spowodowałoby zniknięcie wszelkich mentalnych przeszkód między umysłami. Takie marzenie wynikało z pragnienia posiadania idealnego medium komunikacji, które przekroczyłoby wszelkie granice. Jednakże w XIX wieku wraz z rozwojem metod krytycznych uświadomiono sobie, że żadne źródła historyczne nie są nigdy transparentnym i neutralnym kanałem komunikacji (Peters, 2008, s. 27). W komunikologii taka refleksja przyszła wraz ze szkołą toroncką: kiedy McLuhan pisał, że „medium jest przekazem”, chodziło mu właśnie o podkreślenie nieneutralności wszelkich narzędzi komunikacyjnych. Peters uważa, że źródło tego krytycznego myślenia o mediach pojawia się wraz ze skonstruowaniem telegrafu i telefonu. Użytkownicy tych narzędzi musieli nauczyć się odfiltro-

wywać i odróżniać efekty wynikające ze specyfiki mediów (takie jak opóźnienia) od komunikacyjnych wyborów (takich jak „znaczące milczenie”). Przekładając teraz ten problem na zagadnienia badań historycznych, można powiedzieć, że z tego, iż nie możemy poznać całościowo przeszłości (co miałoby być kryterium adekwatności?), nie wynika jeszcze, że z naszej narracji nie możemy usunąć oczywistych nieprawidłowości. To, że nie możemy podróżować w czasie, pisze Peters, nie oznacza, że nie możemy uniknąć anachronizmów (Peters, 2008, s. 28).

Historyczne badania, które podkreślają kulturowe ugruntowanie swojego przedmiotu, stają przed wieloma problemami. W jednej z pierwszych książek o komunikologii historycznej (nazywanej w języku angielskim *communication history*) John D. Stevens i Hazel Dicken-Garcia podkreślają, że kluczowe jest zrozumienie tego, iż kultura ma historię. Nie chodzi im jednak o zwyczajny truizm, lecz o to, że „każda przeszłość ma starszą przeszłość” (Stevens i Dicken-Garcia, 1980, s. 50). Z tego natomiast wynika, że te przeszłości wchodzi w interakcję z teraźniejszością i są dla siebie (z perspektywy badacza) bodźcami. Dlatego musi on być w stanie odróżnić to, co teraz dzielają wspólnoty komunikujące się, od tego, co podzielane było w przeszłości. Takie wyczulenie na historyczno-kulturowy kontekst jest bardzo ważne, jednak w wielu teoriach komunikacji (nawet tych zajmujących się „kroniką mediów”) – nieobecne (Hardt i Brennen, 1993, s. 130). Jeden z najbardziej znaczących historyków komunikacji – John Nerone – wskazuje, że historycy często nie zwracają uwagi na teorie. Uważają bowiem, że oni – odmiennie od teoretyków – robią coś konkretnego. Zdaniem Nerone’a pogarda historyków dla rozważań teoretycznych i metodologicznych również ma swoją historię, która bierze początek już w czasach formowania się historii jako dyscypliny w XIX wieku (Nerone, 1993, s. 148). Wówczas to historia zaczyna być oparta na „faktach”, a nie na abstrakcyjnych wielkich narracjach.

3.2. „Koło zamachowe” przemian praktyk komunikacyjnych

W kulturalistycznym badaniu przeszłych zjawisk komunikacyjnych szczególne znaczenie przypisuję analizie przeobrażeń praktyk. W związku z tym można zadać pytania: Dlaczego następują te przekształcenia, jaka jest zasada przeobrażeń praktyk komunikacyjnych? Co jest „kołem zamachowym” tych transformacji kulturowych? Czy można mówić o źródle *zmiany kulturowej*? Te pytania są niezwykle ważne, jednak już samo wskazanie, czy odpowiedź na nie jest możliwa, sprawia kłopot.

Zasada przeobrażeń to czynnik „monodeterminujący”, który w różnych koncepcjach procesów dziejowych determinuje charakter układu „w ostatniej instancji” (Wrzosek, 1995, s. 84). Można oczywiście wyznaczać główny czynnik przemian i szukać go w jakiejś ugruntowanej teorii społecznej. Takim czynnikiem mogą być np. przemiany stosunków pracy oraz przemiany ekonomiczne w ujęciu Karola Marksa. Można również powiedzieć, że to nie ekonomiczna „baza” jest źródłem przemian społecznych, lecz jest nią sama kultura. Debatę na ten temat wśród historyków kultury w latach sześćdziesiątych i siedemdziesiątych ubiegłego wieku Peter Burke nazywa debatą między „ekonomizmem” a „kulturalizmem”: „Owo napięcie między »kulturalizmem« a »ekonomizmem« miało, a przynajmniej miewało, twórczy potencjał. Sprzyjało wewnętrznej krytyce fundamentalnych dla marksizmu twierdzeń o ekonomicznym i społecznym fundamencie, czyli »bazie« i kulturowej »nadbudowie«. Na przykład Raymond Williams uznał formułę bazy i nadbudowy za »sztywną« i wolał badać coś, co określił mianem »związków między elementami w całym sposobie życia«” (Burke, 2012, s. 30). Dlatego perspektywa kulturalistyczna (budowana już nie jako przeciwieństwo ekonomizmu, lecz jako narzędzie filozoficzne) może być użyteczna. Jest to ważne, bowiem, jak pisał David Olson, wyjaśnianie przemian historycznych i kulturowych poprzez odwołanie się w badaniach

do kategorii postępu nie jest już czymś poznawczo interesującym (Olson, 2010, s. 26). Podkreślił również, że należy skupiać się przede wszystkim na tym, co ja określam (za przywoływanymi tradycjami) mianem wyobrażeń zbiorowych: „Różnice kulturowe i historyczne w sposobach myślenia ludzi o sobie samych i o świecie stają się jednak coraz wyraźniejsze, a ich zrozumienie jest w coraz większym stopniu naglące” (Olson, 2010, s. 26).

Zagadnienie to komplikuje się jeszcze bardziej, gdy chcemy sprecyzować pytanie o zmianę kulturową i dociekamy, dlaczego ludzie zmieniają swoje przekonania. W niezwykle interesujący sposób problem ten ujął Mark Bevir w pracy *The Logic of the History of Ideas*: „W jaki sposób historyk może wyjaśnić, dlaczego ludzie na różne sposoby rozwijają i korygują sieć swoich przekonań? Pojęciowy priorytet szczerych, świadomych i racjonalnych przekonań angażuje nas w psychologię ludową z jej kryteriami racjonalności. (...) Rozważmy raz jeszcze dwa krańcowe przypadki, wskazujące, co takie zadanie stawiane przed historykami może za sobą pociągać. Z jednej strony, empiryści logiczni mogą argumentować, że racjonalne jednostki sprawdzają swoje przekonania teoretyczne, opierając się na czystych obserwacjach, modyfikują każde z przekonań, jeśli wchodzi w konflikt z tymi obserwacjami. W ten sposób mogą stwierdzić, że historycy są w stanie dostarczyć nam racjonalnego wyjaśnienia zmian przekonań poprzez pokazanie, jak pewne obserwacje falsyfikują stare przekonania i jednocześnie dostarczają podwalin pod nowe. Z drugiej strony, idealiści mogą twierdzić, że racjonalne jednostki próbują uczynić swoje przekonania wszechstronnymi i logicznie spójnymi oraz modyfikują przekonania, jeśli któreś wchodzi w konflikt z innym. Idealisci mogą w ten sposób stwierdzić, że historycy są w stanie przedstawić nam racjonalne wyjaśnienie zmiany przekonań poprzez pokazanie, że stara sieć przekonań zawierała dwa sprzeczne przekonania, z którymi nowa sieć przekonań radzi sobie lub godzi je ze sobą w odpowiedni sposób” (Bever, 2004, s. 225). Wydaje się jednak, że nie da się wskazać tak prostej drogi eksplanacyjnej. Dlatego też we współczesnej

refleksji bardzo często odchodzi się od jednowymiarowych uwarunkowań. Nie jest moim celem rozważanie tego, czym jest i jak opisać wszelką zmianę kulturową. Bliższe mi jest podejście socjologa Davida Chaneya, który podejmując się rozważań nad zmianą kulturową we współczesny życiu codziennym, podkreśla, że celem jest zrozumienie i zinterpretowanie zmian przez pryzmat form interakcji interpersonalnych, a nie reflektowanie nad statusem zmian czy podanie wyczerpującego katalogu zmian możliwych (Chaney, 2002, s. 6–7).

W ten sposób analizowanie zmiany kulturowej może się koncentrować na badaniu tego, co ludzie robią (komunikują), jak ich aktywności komunikacyjne są zorganizowane i jak zjawiska komunikacyjne są reprezentowane w ich obrazie świata. Zmiana kulturowa może być rozumiana jako rodzaj zmiany społecznej (obok innych zmian środowiskowych, politycznych czy zdrowotnych. Nie jest, oczywiście, możliwe pisanie o wszystkich wymiarach zmiany kulturowej, gdyż te zależą od czynników politycznych, ekonomicznych i właśnie kulturowych (van Schooten, Vanclay i Slootweg, 2003, s. 74–75).

W tej pracy interesować mnie będą przekształcenia praktyk i działań komunikacyjnych powstające pod wpływem technologii środków przekazu (*aspekt medialny*) oraz – a raczej przede wszystkim – przekształcenia wyobrażeń zbiorowych o komunikacji (*aspekt wyobrażeniowy*). Kiedy przyjrzymy się szkole toronckiej oraz dwudziestowiecznej francuskiej historii i socjologii, to zobaczymy, że na pierwszym etapie rozwoju koncepcji próbowano wskazać kluczowe źródło przemian analizowanego przedmiotu.

W tradycji, do której sięgam po inspiracje dla *aspektu medialnego*, Harold Innis w pracach *Empire and Communications* (2007) oraz *The Bias of Communication* (2008) wskazywał na zjawiska ekonomiczne jako na źródło przemian technologii komunikacji. Dopiero w późniejszych ujęciach McLuhana, Onga czy Olsona mamy rozważania na temat wpływu środków przekazu na praktyki społeczne. Jednak wraz z przeniesieniem środka ciężkości porzucono poszukiwanie

fundującego przemiany „koła zamachowego” – analizowano przemiany praktyk pod wpływem mediów i zaczęto traktować tę relację nie jako przyczynowo-skutkową, lecz raczej na kształt „koła hermeneutycznego”: jako nieustanne wpływanie na siebie wszystkich czynników.

Kiedy piszę o *aspekcie wyobrazeniowym*, odwołuję się m.in. do badań mentalności (niezależnie od tego, czy je nazwiemy badaniami nad kolektywnymi wyobrażeniami, społecznymi reprezentacjami czy *mentalité*). Kiedy spojrzymy na jedno z fundamentalnych dzieł Fernanda Braudela *Morze Śródziemne i świat śródziemnomorski w epoce Filipa II* (Braudel, 2004), to zobaczymy, że historia globalna była pisana w perspektywie długiego trwania, a poszukiwanym „kołem zamachowym” są przemiany geograficzne i zmiany klimatu. Jednak nie można powiedzieć, żeby Braudel wskazywał jeden czynnik determinujący, ponieważ o ruchu całości społecznej decydują procesy strukturalne (Wrzosek, 1995, s. 85). Francuski historyk jest dopiero odkrywany przez komunikologów, lecz – jak pokazuje Juraj Kittler – zastosowanie Braudelowskich analiz do badania dziejów zjawisk komunikacyjnych może być niezwykle obiecujące (J. Kittler, 2011).

Późniejsze badania nad mentalnością i wyobrażeniami zbiorowymi – wypływające m.in. z inspiracji Braudelowskich, prac Jacques’a Le Goffa czy Rogera Chartiera – porzucają poszukiwania tego pierwotnego czynnika sprawczego, który byłby całkowicie pozakulturowy.

Przekładając powyższy wywód na cel zarysowany w tej książce, można podsumować następująco: będą mnie interesowały przemiany praktyk komunikacyjnych wynikające głównie z przemian wyobrażeń zbiorowych (będę zatem czerpał tutaj z tradycji „mentalnościowych”), lecz będę również uwzględniał wpływ rozwoju technologii komunikacji na kształt praktyk komunikacyjnych. Jednakże w przeciwieństwie do „torontczyków” nie zatrzymam się na pytaniu badawczym: „Jak rozwój mediów zmienił praktyki komunikacyjne i jak konceptualizować ten problem?”, lecz będę chciał

pokazać, pod jakimi warunkami i przy jakich założeniach można pytać: „Jak zmiany wyobrażeń zbiorowych przekształciły technologie komunikacji i praktyki oraz w jaki sposób możliwe jest opisywanie tych transformacji?”²⁵.

Kładzenie przeze mnie akcentu na wyobrażenia zbiorowe nie wynika tylko z tego, że do tej pory badacze komunikacji nie robili tego zbyt często. Rekonstruując (w drugiej części książki) prowadzone badania nad przeszłymi zjawiskami komunikacyjnymi, będę pokazywał, że najwięcej analiz dotyczyło „kroniki mediów”, a pytania o przeobrażenia praktyk były zadawane w zasadzie jedynie w obrębie szkoły toronckiej i badaczy inspirowanych się wynikami tej szkoły. Natomiast pytania o wpływ przemian wyobrażeń zbiorowych na praktyki komunikacyjne w obrębie komunikologii, teorii komunikacji czy studiów nad komunikacją w zasadzie nie były stawiane. Dlatego warto sięgnąć do przywoływanych już tradycji francuskiej historii i socjologii, czy też do historii kulturowej, w szczególności do Petera Burke’a, Roberta Darntona czy Elizabeth Eisenstein. Co ciekawe, prace Eisenstein są najbardziej „komunikacyjne” (tzn. dotyczą przede wszystkim konsekwencji rozpowszechnienia się prasy drukarskiej), lecz jednocześnie badacze komunikacji nie adaptowali tych wyników. W zasadzie to samo można powiedzieć o pracach Burke’a (rozumianych jako prace o kulturowej historii pojęć) czy Darntona, który pisał m.in. mikrohistorie książek i pism. Jedną z przyczyn takiego stanu rzeczy może być nieużywanie przez

²⁵ Warto podkreślić zagadnienie, które jest najistotniejsze dla „porządku wykładu”. Wskazałem, że będę pisał o warunkach pytania o to, jak zmiany wyobrażeń zbiorowych wpływają na przekształcenia środków i form komunikacji oraz na same praktyki. Lecz wcześniej pisałem również o tym, że działania niejako „wypływają” z regulujących je praktyk oraz że realizowane są dzięki mediom (aspekt medialny), a sposób ich realizacji wynika z reguł kulturowych (jest to składnik aspektu wyobraźniowego). Są to zatem aspekty działań, które nie funkcjonują od nich niezależnie. Dlatego powinniśmy mówić raczej o wpływie praktyk na praktyki, praktyk na działania, działań na praktyki. Jednakże owo wyodrębnianie „wyobrażeń zbiorowych” jest – w pewnym swoistym sensie – retorycznym wskazaniem na położony w badaniach akcent.

wymienionych badaczy terminu „komunikacja”, lecz to nie powinno nas zmylić. Przykładowo, kiedy Burke pisze o językach w nowożytnej Europie, to w zasadzie omawia komunikujące się wspólnoty. Tak samo jest z filozofami, którzy nie używając terminu „komunikacja”, piszą najbardziej komunikacyjne rozprawy (np. Ludwiga Wittgensteina koncepcja gier językowych czy hermeneutyka Hansa-Georga Gadamera). Dlatego w poprzednich rozdziałach książki poświęciłem tyle miejsca na argumentację na rzecz tezy, że sztywne podziały dyscyplinarne oraz związane z nimi etykiety nie są dobre dla samych badań. W badaniach komunikologii historycznej warto wykorzystać efekty prac Darntona, Burke’a i Eisenstein – są to tak samo komunikacyjne teksty jak prace Wilbura Schramma czy Jamesa Careya.

PRZESUWANIE AKCENTÓW W PERSPEKTYWIE KULTURALISTYCZNEJ

Do tej pory przedstawiałem przede wszystkim założenia metodologiczne i epistemologiczne. Zaprezentowana definicja komunikacji oraz jej kulturalistyczne ugruntowanie uzyskały dodatkowy kontekst historyczny, co spowodowało, że w bieżącym rozdziale piszę już o „komunikacji uhistorycznionej”. Przedmiotem niniejszej książki są przede wszystkim filozoficzne i metodologiczne przesłanki uprawiania komunikologii historycznej. Mają one być użyteczne do analizy przeobrażeń praktyk komunikacyjnych. Oczywiście, różne praktyki doczekały się już swoich opracowań, które można byłoby nazwać opracowaniami komunikacyjnymi. Chodzi mi przede wszystkim o takie podejścia badawcze, w których nastąpiło przesunięcie od badania mediów do badania praktyk komunikacyjnych, co w konsekwencji otworzyło drogę do badania wyobrażeń zbiorowych związanych z tymi praktykami.

Istotne z perspektywy prowadzonych przeze mnie rozważań są przede wszystkim cztery takie przypadki: (1) przejście od „językoznawstwa historycznego” do „kulturowej historii języka” – aspekt wyobrazeniowy badany jest m.in. w pracach Petera Burke’a (2009); (2) przejście od „historii prasy” do „kulturowej historii druku” – najważniejsze są tutaj rozważania Elizabeth Eisenstein (Eisenstein,

2005; Hudson, 2002) i Briana Richardsona (1999); (3) przejście od kroniki rozwoju mediów do społecznej historii mediów – świetne analizy Asy Briggsa i Petera Burke’a (2010); (4) przejście od „historii książki” do „historii czytania” – prace Roberta Darntona (1989), Guglielma Cavalla i Rogera Chartiera (1999), Stevena R. Fischera (2003) czy Armanda Petrucciego (1995). Warto zauważyć, że chociaż przedmioty badawcze (język, prasa, książka) w tych podejściach są różne, to jednak samo przesunięcie akcentów jest analogiczne. Nie zawsze, oczywiście, można o tych wszystkich pracach powiedzieć, że podejmują badania nad wyobrażeniami zbiorowymi (reprezentacjami społecznymi czy obrazem świata), lecz wszystkie one są świetnymi przykładami przejścia od badania środków i form komunikacji do badania praktyk komunikacyjnych. To natomiast w pełni otwiera drogę do badania aspektu wyobrażeniowego.

Trzeba wszakże pamiętać, że praktyki i działania komunikacyjne zawsze mają aspekt medialny i wyobrażeniowy, tak samo jak moneta zawsze ma awers i rewers. Można badać tylko aspekt medialny (awers), lecz aspekt wyobrażeniowy (rewers) jest również zawarty w każdej praktyce (choćaby poprzez reguły realizacji działań czy używania medium). W związku z tym poniższa krótka rekonstrukcja przesunięcia akcentów z historii książki na sposoby używania książki, czyli na historię czytania, musi być rozpatrywana właśnie jako przesuwanie akcentów. Oczywiście, wraz z tym przesunięciem zmienia się przedmiot badawczy, ale zawsze badamy pewną praktykę – nawet wtedy, gdy przygotowujemy ilościowe zestawienia nakładów poszczególnych publikacji (wszak publikowanie, przygotowywanie do druku i samo drukowanie to różne praktyki społeczne).

Dlatego też warto prześledzić, na czym dokładnie polega owo przesunięcie – nie tylko jak zmieniają się metody badawcze, ale przede wszystkim jakim transformacjom ulegają zadawane pytania badawcze, a wraz z nimi, jakim przeobrażeniom ulega sam przedmiot badania. Przyjrzymy się zatem najczęściej badanej praktyce komunikacyjnej, jaką jest czytanie. Spójrzmy na to, jak zmieniają się

badania, gdy analizujemy nie same książki, lecz czytanie owych książek oraz towarzyszące tej praktyce (a w zasadzie kształtujące ją) wyobrażenia zbiorowe historycznych wspólnot komunikacyjnych. Przy czym nie chodzi o rekonstruowanie wszelkich nurtów w badaniach nad książką, księgozbiorami czy piśmiennictwem. Nie to jest celem przywoływania tego przykładu. Skupię się na istotnych elementach owego przesuwania akcentów. Interesują mnie przede wszystkim nowe pytania, które stawiają badacze i które sprawiają, że badania nabierają nowego charakteru.

Książka – jako fizyczny przedmiot – od wielu wieków jest obiektem badania różnych dyscyplin naukowych²⁶ (dodajmy dla formalności, że wcześniej badano zwoje, później kodeksy, aby współcześnie skupić się na publikacjach elektronicznych). Wyłonienie się i upowszechnienie bibliologii, czyli dyscypliny, dla której książka jest podstawowym przedmiotem badawczym, datuje się na przełom wieków XVIII i XIX (Migoń, 2005, s. 49). Dyscyplina ta, nazywana również księgoznawstwem, skupiła w sobie efekty prac bibliografów i bibliotekarzy, którzy porządkowali oraz opisywali istniejące książki i księgozbiory. W ramach bibliologii badano rękopisy i druki, zbierano szczegółowe dane o liczbie drukarni i drukarzy w poszczególnych krajach, analizowano zasady funkcjonowania bibliotek. Studia nad książką stały się składnikiem wyłonionej w XIX wieku nowej dyscypliny, tj. bibliotekoznawstwa. To jednak współcześnie porzuciło swój komponent bibliologiczny i związało się z naukami o informacji naukowej. W ten sposób bibliotekoznawstwo, jak zauważa Krzysztof Migoń, zaczęło analizować procesy informacyjne oraz komunikacyjne w bibliotece i „na dalszy plan odsunęło sprawy książki, kiedyś najważniejszego środka utrwalania i przekazywania tekstów piśmienniczych” (Migoń, 2005, s. 51). Bibliologia skupia się natomiast na badaniu częstotliwości pojawia-

²⁶ Naturalnie, można wskazać mnóstwo dyscyplin, w których również bada się książki jako medium. Chodzi mianowicie o takie dyscypliny jak np. historia literatury czy historia poezji. Jednakże traktują one książkę jedynie jako depozytariusza treści i tylko owa treść jest istotna w ich badaniach.

nia się tematów i problemów, na sposobach ujmowania treści, stosunku do źródeł, przyjmowanej terminologii, sytuacji drukarstwa, handlu książką czy bibliofilstwem (J. Kozłowski, 1990, s. 636).

Można zatem zapytać, w jaki sposób postrzegana jest książka? Czym jest i jakie pytania należy zadać, aby zbadać ów przedmiot analiz. Interesujący *passus* można znaleźć w tekście Barbary Bieńkowskiej *Metody bibliologiczne w badaniach dziejów nauk*. Przytaczam dłuższy cytat, ponieważ w nim jak w soczewce skupiają się interesujące mnie kwestie, których omówienie jest kluczowe dla dalszych analizy przejścia od historii książki do historii wyobrażeń. Bieńkowska pisze: „Oczywista, że tekst książki informuje w sposób bezpośredni o myślach przekazanych na piśmie. Ponadto jednak często dostarcza pośredniej informacji o treściach komunikowania innymi drogami, np. ustnymi, wzrokowymi czy ruchomymi (np. relacje z uroczystości, spektakli, programy teatralne, notacje muzyczne, ilustracje). Ujmując rzecz schematycznie i w największym uproszczeniu, można przyjąć, że treść i postać książki zawsze informują o twórczości, a jej rozpowszechnienie w przybliżeniu określa zasięg recepcji. Choć oczywiście w wielu przypadkach tekst i postać książki dostarczają wyraźnych wskazówek odnośnie odbioru, a obieg dzieła precyzuje warunki twórczości. Książki, badane integralnie, potrafią odpowiedzieć na klasyczne pytania historyków dziejów komunikacji społecznej: kto, co, jak, komu, kiedy i dlaczego komunikował, a czasami nawet – z jakim skutkiem” (Bieńkowska, 1989, s. 332).

Warto zwrócić uwagę, jakie założenia epistemologiczne i ontologiczne można zrekonstruować z powyższego cytatu, który jest niezwykle reprezentatywny dla całej bibliologii. Przede wszystkim uderza to, że „tekst” książki jest ujmowany jako bezpośrednie narzędzie informowania o myślach nadawcy, które ten zakodował w piśmie. Takie założenie jest klasyczną Arystotelesowską triadą łączącą myśli, język i świat. Bibliolog może w swoich badaniach zakładać, że autor „miał coś na myśli”, następnie wyraził to na piśmie (które jest traktowane jako neutralny przekaznik), przez co

książka – jako fundamentalne medium – informuje czytelnika o myślach autora. Na gruncie filozofii po dwudziestowiecznym zwrocie lingwistycznym, a na gruncie badań nad mediami po pismach McLuhana niezwykle trudno zaakceptować takie stanowisko, które mogłoby zostać nazwane wręcz naiwnym realizmem. Sprawia ono bowiem, że książka jest „jedynie” depozytariuszem myśli autora: jest przezroczystym pojemnikiem transferującym myśli. Co więcej, Bieńkowska pisze wprost, że książki „badane integralnie” potrafią odpowiadać na klasyczne pytania komunikologów. Przywołuje tutaj słynne wyszczególnienie Harolda D. Lasswella, który uważał, że opis komunikacji międzyludzkiej przebiega według pięciu pytań: (1) Kto mówi?, (2) Co mówi?, (3) Za pomocą jakiego kanału?, (4) Do kogo mówi?, (5) Z jakim efektem? Jest to model bardzo często wykorzystywany nie tylko w teoriach komunikacji, ale również w potocznych rozmowach, ponieważ ujmuje podstawowe elementy wyobrażenia tego procesu: mowa o nadawcy i odbiorcy (pytania 1 i 4), komunikacie/wiadomości (pytanie 2), środku komunikacji (pytanie 3) oraz skutku procesu komunikacji (pytanie 5). Całość tego opisu koncentruje się na komunikacie, który jest przez nadawcę „kodowany”, a przez odbiorcę „dekodowany”. Wiadomość jest przysyłana środkiem komunikacji i kształtuje efekt komunikacji, np. jest środkiem wywarcia wpływu, informuje itd. (por. Kulczycki, 2012a). Mamy zatem do czynienia z najbardziej archetypicznym współczesnym pojmowaniem komunikacji jako transmisji poprzez neutralne medium. Co więcej, w tym ujęciu odbiorca (czytelnik książki) jest jedynie „dodatkowym elementem”, w transmisji bowiem najważniejszy jest nadawca – w przypadku książki jej autor (jego myśli, jak mogłaby napisać Bieńkowska).

Idźmy jednak dalej w analizie metodologicznych założeń bibliologii zawartych w przywołanym cytacie. Zwróćmy uwagę na cztery przesłanki zawarte w wypowiedzi Bieńkowskiej. Autorka pisze – choć podkreśla, że jest to największe uproszczenie – że (a) treść i postać książki zawsze informują o twórczości, natomiast (b) jej rozpowszechnienie w przybliżeniu określa zasięg recepcji. Ponadto

podkreśla, że (c) w wielu przypadkach tekst i postać książki dostarczają wyraźnych wskazówek dla odbioru treści książki, a (d) obieg dzieła precyzuje warunki twórczości.

W przesłance (a) ponownie mamy bardzo stanowcze podkreślenie, że to książka – dzięki swej fizyczności oraz zawartej w niej treści – informuje o twórczości. Można zatem powiedzieć, że w nauce o książce przyjmuje się założenie, iż książka jest „komunikatem skończonym”: jeśli nadawca poprawnie, zgodnie z kanonami sztuki retorycznej, literackiej, poetyckiej zakodował swoje myśli, to w książce w taki właśnie niezniekształcony sposób będą one dostępne czytelnikowi. Bibliolog zadaje w tym miejscu wyłącznie pytanie, „co” zostało napisane. Wydaje się jednak, że pełniejszy obraz uzyskamy wówczas, gdy zadamy również pytanie, „dlaczego” coś zostało napisane. Chodzi nie tylko o to, co było przyczyną napisania, ale dlaczego tak, a nie inaczej autor ujął swoje treści: jaki obraz świata „stał za” danymi stwierdzeniami, jakie wyobrażenia zbiorowe o odbiorcach książek podzielał autor – ów „nadawca myśli”.

Nie ma ponadto w ogóle mowy o czytelniku – o odbiorcy, który w procesie komunikacji (a taka jest jedna z głównych funkcji pisania i czytania książek) ma fundamentalne znaczenie dla konstrukcji znaczeń. W wielu kulturowych ujęciach książki, czy szerzej tekstów, podkreśla się zasadniczą rolę czytelnika, który nie jest traktowany jako „zwykły” odbiorca mogący odszyfrowywać zawarte treści, lecz jako podmiot, który te treści współtworzy. Prócz tego w takim „bibliologiczno-transmisyjnym” ujęciu *implicite* założona jest dodatkowa – niezwykle mocna – przesłanka. Jeśli książka nie zostaje fizycznie zniszczona, to jej treść i forma nie zostają zmienione. Oznacza to, że treść książki w zasadzie nie zależy ani od kompetencji (wiedzy kulturowej) czytelnika, ani od kontekstu kulturowo-historycznego. Nie podkreśla się tego, że piętnastowieczny czytelnik Herodota zgoła odmiennie odczytywał owe pisma niż czytelnik dzisiejszy. Co więcej, nie uwypukla się zasadniczego znaczenia formy książki dla samego odbioru dzieła: to, czy tekst jest dostępny w formie zwoju, kodeksu czy e-booka ma znaczenie dla jego odczy-

tania. Oczywiście, bada się fizyczną stronę różnych form książek: mierzy się obwoluty, liczy kartki, ilustracje, notatki na marginesach, lecz fizyczność książek jest interesująca jedynie w obrębie samego „królestwa książek”: aby dany egzemplarz porównać z innymi, zestawić w bibliografii, opisać w katalogu. Zauważenie możliwości badania innych konsekwencji fizyczności książki stało się swoistym katalizatorem przesunięcia analiz w stronę *historii czytania* – współcześnie (również w ramach bibliologii) zaczyna się postrzegać książkę już nie jako „samoistny byt”, lecz dostrzega się jej społeczno-kulturowy kontekst.

Analizując kolejną przesłankę (b), można zauważyć, że „zasięg recepcji” traktowany jest tutaj w sposób ściśle ilościowy. Nie jest to błąd, warto jednak podkreślić, że fizyczne rozpowszechnienie danej książki na danym terytorium nie mówi nam zbyt wiele o jej recepcji. Mówi nam po prostu o jej rozpowszechnieniu, co może wszakże wynikać z wielu przyczyn: książka była tania, była rozdawana, wypadało mieć taką książkę lub też, rzeczywiście, była powszechnie kupowana (lecz nie wiemy, czy czytana). Dlatego sama kategoria rozpowszechnienia jest niewystarczająca. Interesujące byłoby z pewnością przeanalizowanie, jak i gdzie dana książka była czytana, jakie dyskusje prowadzono na jej podstawie, jakie konotacje wywoływała. Bez wątpienia Bieńkowska słusznie podkreśla w przesłance (c), że sama treść książki i jej postać dostarczają wskazówek dla odbioru treści książki, a (d) warunki twórczości wyznaczane są przez obieg dzieła. Mogą to być wskazówki odautorskie lub sama konstrukcja publikacji. Jednakże odbiór książki uzależniony jest przede wszystkim od kontekstu społeczno-kulturowego i wiedzy czytelnika: autor i książka mogą dawać nam bardzo konkretne wskazówki (nawet w języku znanym czytelnikowi), ale brak możliwości zrozumienia kontekstu stanie się wręcz „fizycznie wyczuwalną” barierą w odbiorze. Ten kontekst związany jest najczęściej z podzielanymi przez autora wyobrażeniami zbiorowymi w obrębie stanu historycznego jego kultury. Bardzo dobrym przykładem takiej bariery wynikającej z braku podzielania wspólnego „obrazu świata” jest lektura pamięt-

nika osiemnastowiecznego drukarza francuskiego. Robert Darnton w *Wielkiej masakrze kotów* (2012) pokazuje nam, że lektura dzieła sprzed trzech stuleci może być dla nas zupełnie niezrozumiała (pomimo znajomości języka), ponieważ nie znamy wyobrażeń zbiorowych podzielanych przez wspólnotę osiemnastowiecznych drukarzy. Dlatego tak ciężko nam zrozumieć, dlaczego zabicie wielu kotów oraz późniejsze odgrywanie tych „karni zwierząt” podczas pracy drukarzy było rozumiane przez nich samych jako świetny żart oraz zabawne wydarzenie. Sam tekst – jego forma i treść – nie dopowie nam kontekstu. Jeśli zatem chcemy zrozumieć zapiski osiemnastowiecznych drukarzy, musimy z(re)konstruować wyobrażenia zbiorowe podzielane przez nich. Nie jest to zadanie łatwe, ale pod pewnymi warunkami wykonalne. Okazuje się zatem, że książka może stać się punktem wyjścia do zrozumienia historii kultury.

Zdaniem Jana Kozłowskiego historycy książki zaczęli coraz częściej kłaść nacisk na *zrozumienie* i opracowanie własnego języka interpretacji w połączeniu z budowaniem „rusztowania teoretycznego”. Natomiast historia książki w klasycznym ujęciu służy źródłowemu *opisowi* książki i nieznanym faktów (J. Kozłowski, 1990, s. 636). Według polskiego badacza te tendencje w historiografii książki mają dobre i złe strony: „do dobrych należy odnowa warsztatu i zwrócenie uwagi na problemy istotne (socjologiczne, antropologiczne); do ujemnych – gubienie swoistości faktu historycznego” (J. Kozłowski, 1990, s. 636). Za taką oceną stoi jasne stanowisko metodologiczne wskazujące, że historia służy odkrywaniu i opisywaniu faktów historycznych, a nie *rozumieniu* i tworzeniu narracji historycznych o przeszłości. Oczywiście, klasyczne badania bibliologiczne są niezwykle cenne i stanowią punkt wyjścia dla innych badaczy, dla których książki stanowią przedmiot analiz. Wydaje się jednak, że równie cennym podejściem są właśnie teorie interpretatywne, służące *rozumieniu* i zadające nie tylko pytania, „co” i „jak” zostało napisane, ale również „jak było to czytane” oraz „dlaczego tak zostało napisane”. Dwa ostatnie pytania stanowią właśnie źródło przesunięć: od badania konkretnego medium do wyobrażeń zbiorowych.

rowych podzielanych przez historyczne wspólnoty komunikacyjne (zarówno autorów, jak i czytelników), które danego medium używają, realizują je czy wytwarzają (w tym przypadku będziemy mówić przede wszystkim o praktyce *lektury*). W ten sposób przechodzimy od historii książki do historii czytania²⁷.

Istotą tego przesunięcia jest stwierdzenie, że to, *jak* ludzie czytają, może powiedzieć nam dużo więcej o historycznych wspólnotach, niż gdy badamy to, *co* czytają. Robert Darnton pokazuje, że przed historykami czytania, czyli bardzo popularnej praktyki komunikacyjnej, otwierają się nowe ścieżki badawcze. Biorąc za przykład powieść *Nowa Heloiza* Jeana-Jacques'a Rousseau z 1761 roku, możemy pokazać, jak owo przejście od historii książki do historii czytania może wyglądać. Gdy badamy *Nową Heloizę* w perspektywie historii książki – analizujemy i spisujemy liczbę kolejnych wydań, ich nakład. Możemy również poszukiwać, w jakich księgozbiorach (i jak szybko) znalazło się konkretne wydanie oraz to, jak często dana książka była wypożyczana w bibliotekach. Te wszystkie dane źródłowe możemy opracowywać, dzięki czemu tworzymy mapę „rozpowszechnienia książki” oraz „zasięg recepcji”, o którym pisała Bieńkowska (1989). Jednakże czy jest to już pełna wiedza o wspólnotach historycznych czytelników *Nowej Heloizy*, którą możemy z(re)konstruować? Zdaniem Darntona powinniśmy nie tyle zwracać się w stronę fizyczności książki oraz jej fizycznego obiegu po księgarniach, domach i bibliotekach, co raczej przyglądać się temu, jak czytelnicy czytali i co robili po przeczytaniu danej książki. Darnton uważa, że powieść Rousseau jest pierwszym przypadkiem w historii, który spowodował wysłanie nawałnicy listów od czytelników i czytelniczek do autora (Darnton, 1989, s. 89). Jeśli do analizy takich pism dołożymy badania korespondencji między autorami i wydaw-

²⁷ Przejście od historii książki do historii czytania jest tylko jednym z możliwych przesunięć akcentów od medium do wyobrażeń. Można wskazać inne takie przesunięcia, które związane są z historią książki, np. badanie bibliotek jako destynacji turystycznych w obrębie turystyki kulturowej. Wówczas badaczy interesuje praktyka podróżowania do księgozbiorów (Miedzińska i Tanaś, 2007).

cami, wówczas uzyskamy świetne źródło informacji o rzeczywistych czytelnikach. Będzie to jakościowe uzupełnienie danych ilościowych dostarczanych przez historię książek²⁸.

Badanie czytelników poprzez korespondencję jest naturalnie tylko jedną z możliwości analizowania historii czytania. Inną – całą grupą problemów – jest samo zagadnienie tego, jak i kiedy czytano. Czy w interesujących nas czasach czytano na głos na stojąco, czy może było to ciche czytanie w fotelu. Z czego czytano: ze zwojów, kodeksów czy może już z czytników e-booków?

Trzeba pamiętać, że czytanie nigdy nie jest procesem odizolowanym od kontekstu społeczno-kulturowego, w którym czytelnik jest zanurzony. Wszystko zależy od tego, kto i co czyta, ale również w jakich okolicznościach. Czytanie jako element liturgii ma zupełnie innych wymiar niż czytanie *nieprzyzwoitych* książek w ukryciu lub w grupie czytelników spotykających się, aby oddawać się lekturze *zakazanych* tekstów. Takie nowe pytania badawcze mogą przynieść bardzo zaskakujące i interesujące poznawczo odpowiedzi²⁹. Roger Chartier, jeden z najważniejszych historyków czytania, w rozmowie z Pawłem Rodakiem mówi: „Posługiwanie się zwojem niesie ze sobą wiele konsekwencji: ciało czytającego jest w stanie ciągłej mobilizacji w trakcie lektury. Czytelnik musi cały czas trzymać w obu rękach specjalne uchwyty służące do zwijania i rozwijania zwoju. Zwój nie ma paginacji, z definicji nie ma w ogóle podziału na stro-

²⁸ Uprawianie historii czytania wymaga również rozległych danych ilościowych. Dlatego tak potrzebne są projekty agregujące różne materiały źródłowe – to jest także argument za ważnością bibliotek. Jeden z takich sztandarowych projektów, *The Reading Experience Database 1450–1945*, tworzony jest w Wielkiej Brytanii. Gromadzi on źródła dokumentujące kulturę historię czytania – w perspektywie Wielkiej Brytanii i jej historycznego imperium.

²⁹ Warto również zadać pytania: Czy użytkownicy języka chińskiego oraz użytkownicy języków indoeuropejskich realizują takie same procesy kognitywne podczas czytania? Czy ma znaczenie to, czy czytamy od lewej do prawej lub odwrotnie? Jaki ma to wpływ na konstruowane przez nas znaczenia? Nie są to pytania bezpodstawne, co więcej, odpowiedzi na nie próbują udzielać różni badacze. Zob. zwł. de Kerckhove i Lumsden, 1988.

nice, tekst w starożytnych zwojach jest rozmieszczony w kolumnach, znalezienie konkretnego miejsca w tekście jest bardzo trudne, nie ma możliwości sporządzenia indeksu etc. Istnieje więc pewna liczba gestów cielesnych oraz technik intelektualnych, które w odniesieniu do książki w formie zwoju nie są możliwe. Natomiast kodeks czyni je możliwymi: ciało może zachować dystans w stosunku do tekstu, książka w formie kodeksu może zostać położona na stole, tak że jej czytelnik jest w stanie jednocześnie czytać i notować, co jest całkiem niemożliwe w przypadku zwoju. Organizacja tekstu w kodeksie zakłada podział na stronicę, pozwala na kartkowanie i odszukiwanie fragmentów, a indeksy dodatkowo dają całkiem nowy rodzaj dostępu do tekstu” (Rodak, 2009, s. 62). Tak uprawiana historia czytania pokazuje, że to, co z perspektywy historii książki jest bardzo istotne, z perspektywy historii czytania nie jest już takie ważne. Dla historyków książki rozpowszechnienie się prasy Gutenberga jest kluczowym punktem rozkwitu „kultury książki” sprawiającym, że przedmiot ten w kulturze zyskał nowe funkcje i wartości. Okazuje się jednak, że z perspektywy czytania wynalezienie prasy drukarskiej jest o wiele mniej istotne niż przejście od zwoju do kodeksu. Aczkolwiek jest to jedna z wielu możliwych do przyjęcia perspektyw. Jak bowiem pokazują badania Eisenstein, historia książek drukowanych może być również uprawiana jako historia „kultury druku” (Eisenstein, 2005). W ten sposób badamy nie tyle nakłady książek i rodzaje pras drukarskich, ile to, jak wynalezienie i rozpowszechnienie druku przyczyniło się do rozkwitu pewnych idei i wyobrażeń. Nicholas Hudson, badacz prac Eisenstein, przestrzega, aby nie popadać ze skrajności w skrajność, by nie okazało się, że „cały postęp i osiągnięcia nowożytnej Kultury Zachodu można przypisać drukarniom i księgarniom” (Hudson, 2002, s. 84).

Historia czytania, nazywana również niekiedy historią lektury, jest historią pewnej praktyki komunikacyjnej. Nikt, naturalnie, nie przekreśla roli medium (książki) dla tej praktyki – jest ono punktem wyjścia dla późniejszych analiz tego, co i jak robiono z owym

medium, jakie to miało społeczno-kulturowe konsekwencje. W ten sposób oprócz pytania „co?” (związanego z *aspektem medialnym*) zaczęto zadawać pytanie „jak?” (jak i kiedy używano *medium*). To natomiast otwiera badaczom drogę do stawiania jeszcze trudniejszego pytania: Dlaczego dana książka została napisana w taki sposób i co sprawia, że czytelnik odczytuje ją tak, a nie inaczej? Są to pytania badawcze, które w centrum stawiają już nie medium, ale wyobrażenia zbiorowe składające się na obraz świata danej wspólnoty historycznej. Oczywiście, nie jest tak, że owe wyobrażenia są analizowane w oderwaniu od innych badań – nie jest to możliwe, są to bowiem aspekty praktyki komunikacyjnej, a nie samoistne elementy większej struktury.

W poprzednich rozdziałach zaprezentowałem tło teoretyczne rozważań prowadzonych w książce oraz przedstawiłem kulturalistyczną definicję działania komunikacyjnego. Na tej podstawie starałem się pokazać, jak można kształtować w badaniach „uhistorycznione rozumienie komunikacji”. Aby zilustrować przesunięcie akcentów z badania aspektu medialnego na aspekt wyobrazeniowy, przywołałem przykład przejścia od historii książki do historii czytania. Nie była to wyczerpująca rekonstrukcja, jednak pokazała, jak może wyglądać badanie przeszłych praktyk historycznych.

Jak zapowiadałem we Wprowadzeniu do książki, część pierwsza służyła prezentacji podstawowych założeń, w części drugiej będę pokazywał użyteczność poznawczą owych założeń. Przedstawię rekonstrukcję badań prowadzonych nad przeszłymi zjawiskami historycznymi, które będę traktował jako przedmiot badawczy komunikologii historycznej. Mamy zatem przedmiot badawczy, jakim są praktyki i działania komunikacyjne. Teraz pora na zajęcie się przede wszystkim dyscypliną badawczą (przy czym nie można się nią zajmować w oderwaniu od przedmiotu). W ten sposób kształtuje się podstawowa relacja poznawcza: podmiotowo-przedmiotowa. Jednak kształt owej relacji w dużej mierze zależy od perspektywy badawczej, która jest strategią określającą, w jaki sposób zdobywana jest wiedza, jak rysuje się relacja między teorią a praktyką. Perspek-

tywy badawczej nie można rozpatrywać w kategoriach prawdy/fałszu, lecz jedynie przez pryzmat jej użyteczności poznawczej dla analizowanego problemu. Anna Pałubicka podkreśla, że „kiedy mowa o perspektywach w odniesieniu do procesu poznania humanistycznego, nasuwają się dwa rozumienia tego terminu (...). Przy pierwszym znaczeniu chodzi mniej więcej o coś w rodzaju strategii osiągania nakreślonego celu poznawczego badań. W drugim znaczeniu słowo »perspektywa« oznacza szacowanie szans ustaleń, w tym przypadku – spodziewanych rezultatów poznawczych, w każdej z przyjętych strategii poznawczych” (Pałubicka, 2006, s. 136). Wybór konkretnej perspektywy wyznacza sposób konstruowania przedmiotu badawczego oraz bez wątpienia ma wpływ na stawiane cele badawcze. W ramach konkretnej dyscypliny (czy też ujęcia interdyscyplinarnego) można prowadzić badania przyjmujące różne perspektywy. Natomiast to, w ramach jakiej perspektywy pracuje dany badacz, zależy w dużej mierze od wspólnoty badaczy (dyscypliny), z której się on wywodzi.

Kształt perspektywy kulturalistycznej jest widoczny już w samej prezentacji „komunikacji uhistorycznionej” i „kulturalistycznej definicji komunikacji”. Specyfika refleksji humanistycznej sprawia, że prezentacje przedmiotu badań, dyscypliny oraz strategii powinny być prowadzone niemal jednocześnie i równolegle, gdyż tak właśnie przebiegają w rzeczywistości badania. Jednakże klarowność porządku wykładu nakłada na nas konieczność wyboru kolejności prezentacji. Ja zacząłem od prezentacji podstawowych założeń (kulturalistyczna definicja), które pozwolą mi rekonstruować w kolejnych rozdziałach książki przedmiot badawczy komunikologii historycznej. Wówczas przedstawię również inne (dominujące) perspektywy badawcze w komunikologii historycznej.

Teraz natomiast tak zarysowaną perspektywę kulturalistyczną warto umiejscowić na „metodologicznej mapie myśli”. W tym celu dobrze będzie odwołać się do klasycznego już tekstu Jürgena Habermasa *Interesy konstytuujące poznanie* (1985) i spojrzeć na różne strategie badawcze z poziomu abstrakcji. Niemiecki filozof podzielił

rodzaje poznania naukowego ze względu na realizowany interes poznawczy i rodzaj wytwarzanej wiedzy naukowej. W związku z tym wyróżnił: (1) interes praktyczny – realizowany w ramach nauk historyczno-hermeneutycznych, (2) interes techniczny – realizowany w ramach nauk empiryczno-analitycznych) oraz (3) interes emancypacyjnych – osiągany w teoriach krytycznych. Warto również zwrócić uwagę, o czym pisze Barbara Kotowa, że „fakt »uwikłania« wszelkiego poznania w rozmaitego rodzaju »interesy«, poznania, którego zadaniem jest realizowanie w ramach określonego typu praktyki powszechnie występujących, indywidualnych potrzeb jednostek ludzkich, pociąga za sobą określone konsekwencje dla kwestii poznawczej prawomocności wiedzy” (Kotowa, 1996, s. 25). Habermasowskie rozróżnienie można ująć i rozumieć jako określone rodzaje perspektyw przyjmowanych w badaniach. Mamy zatem *perspektywę interpretacyjną*, która wyznacza, w jaki sposób zrealizować interes praktyczny (nauki historyczno-hermeneutyczne opierają się wszak na interpretacji). Mamy również *perspektywę empiryczną* realizującą interes empiryczny oraz *perspektywę krytyczną* dążącą do realizacji interesu emancypacyjnego. W związku z tą kategoryzacją można powiedzieć, że kształtowana w tej pracy perspektywa kulturalistyczna jest rodzajem perspektywy interpretacyjnej. Oznacza to, iż badanie przeszłych zjawisk komunikacyjnych służy zrozumieniu ludzkiej działalności. Takie badania prowadzone są w nastawieniu podmiotowo-antynaturalistycznym, czyli są ukierunkowane na podmiotowość ludzi oraz na cel, jakim jest rozumienie ich. Sprawdzianem konstrukcji teoretycznej wznoszonej w perspektywie kulturalistycznej nie jest jej skuteczność praktyczna rozumiana jako weryfikacja hipotez, lecz jest nią – zgodnie z klasyfikacją Habermasa – interpretacja.

Zaprezentowane w tej części książki rozumienie komunikacji jako działania i praktyki jest punktem wyjścia do przedstawienia rekonstrukcji badań prowadzonych w ramach komunikologii historycznej. Rekonstrukcja ta pozwoli mi skupić się na przedmiocie badawczym owej dyscypliny, jakim są przeszłe zjawiska komunika-

cyjne – dlatego też tak istotne było zarysowanie „uhistorycznionego rozumienia komunikacji”. Rozważania będą prowadzone w ramach dwóch porządków: przedmiotowego i dyscyplinarnego, dlatego w tym miejscu – przed przejściem do drugiej części książki – warto zaznaczyć, w jaki sposób będzie się kształtowała relacja pomiędzy: (1) pojęciem komunikacji zaprezentowanym w części pierwszej a (2) przedmiotem badawczym komunikologii diachronicznej – przeszłymi zjawiskami komunikacyjnymi.

Kiedy patrzymy na konkretne działanie komunikacyjne, np. pisanie listu, to widzimy, że jest to „komunikacyjna całość”. Jedna osoba bierze długopis i kartkę, zapisuje słowa, a następnie przekazuje przesyłkę do adresata. Ten natomiast odczytuje list i stara się go zinterpretować. Tak wygląda – w największym uproszczeniu – działanie komunikacyjne. Badając działanie, które obserwujemy, możemy w porządku wykładu wyróżnić jego *aspekt medialny* oraz *aspekt wyobraźniowy*. W zakres tego pierwszego będą wchodziły takie zagadnienia, jak charakterystyka długopisu, papieru, używanego języka, stylu retorycznego czy sposobu przesłania listu. W zakres aspektu wyobraźniowego będą zaś wchodziły takie zagadnienia, jak reguły epistolarne, które podyktowały kształt listu, analiza tego, co zostało uznane przez nadawcę listu za godne zakomunikowania itp. Przy czym tych dwóch aspektów nie można całkowicie oddzielić – nie są to bowiem „samoistne przedmioty badawcze”, lecz właśnie aspekty (co prawda, dające się wyróżnić w porządku wykładu, lecz wciąż tylko aspekty działania). Dlatego też np. analiza tego, w jakiej pozycji autor listu pisał i w jaki sposób adresat listu czytał (czy, powiedzmy, używał szkła powiększającego), łączy w sobie analizę tych dwóch aspektów. Dlaczego zatem mimo wszystko – skoro jest to nierozdzielna całość – wyróżniam w badaniach takie aspekty? Czynię tak przede wszystkim dlatego, że jest to użyteczne poznawczo, gdy przechodzimy z poziomu przedmiotowego (konkretnych działań w ramach danej praktyki komunikacyjnej) do poziomu dyscyplinarnego. Poziom dyscyplinarny to badania prowadzone w obrębie dyscypliny badawczej, w tym przypadku

komunikologii historycznej, zaś przedmiotem badawczym dla tej dyscypliny są zjawiska wyróżnione na poziomie przedmiotowym – czyli po prostu działania i praktyki komunikacyjne. Jednak różne perspektywy badawcze przyjmowane w ramach dyscypliny sprawiają, że podczas badań ów przedmiot jest różnie „oświetlany”. To powoduje natomiast, że owe praktyki komunikacyjne bada się przez pryzmat aspektu medialnego lub wyobraźniowego. Jak takie przesuwanie akcentów może wyglądać, opisałem w bieżącym rozdziale. W następnej części zrekonstruuje dotychczasowe badania prowadzone w obrębie komunikologii historycznej, aby następnie przejść do charakterystyki dwóch dziedzin badawczych wyłaniających się z badania poszczególnych aspektów.

CZĘŚĆ II

Komunikologia historyczna

OD STUDIÓW NAD KOMUNIKACJĄ DO KOMUNIKOLOGII HISTORYCZNEJ

Wypracowane w poprzedniej części książki kulturalistyczne rozumienie komunikacji stanowi podstawowe założenie badawcze dla rekonstrukcji badań prowadzonych nad przeszłymi zjawiskami komunikacyjnymi. Przyjęta definicja komunikacji mogłaby zostać uznana przez jednych badaczy za zbyt szeroką (ujmuje bowiem wiele praktyk z obszaru kultury symbolicznej), a przez innych za zbyt wąską (nie obejmuje wymiany informacji między maszynami a człowiekiem ani nie włącza zachowania zwierząt w obszar zjawisk komunikacyjnych). Jednakże właśnie taka definicja komunikacji, która skupia się na działaniach i praktykach oraz ich dwóch aspektach, pozwoli mi przeprowadzić rekonstrukcję przedmiotu badawczego komunikologii historycznej.

Należy oczywiście zdać sobie sprawę, że *komunikologia historyczna* jest bardzo młodą dyscypliną naukową (wyłaniającą się z komunikologii czy studiów nad komunikacją), w której bada się zagadnienia komunikacji interpersonalnej, grupowej i organizacyjnej, instytucjonalnej, czyli uwzględnia się wszystkie wyróżniane poziomy oraz środki i formy komunikacji (McQuail, 2010, s. 17–19).

Również pojęcie *komunikacji* i jego rozumienie jest stosunkowo młode. Pogląd stanowiący, że komunikacja ma swoją historię, mógł narodzić się dopiero wraz z wyłonieniem się historycznych podejść

w dziewiętnastowiecznej humanistyce. Zdaniem Johna Durhama Petersa po raz pierwszy ma to miejsce w pismach z ekonomii politycznej takich myślicieli jak Alexis de Tocqueville, François Guizot czy John Stuart Mill. Wówczas to możemy dostrzec pojawianie się idei „historii komunikacji”. Takie ekonomiczno-polityczne źródła idei historii komunikacji swój wyraz znalazły w pracach amerykańskiego socjologa Charlesa Hortona Cooleya oraz niemieckiego ekonomisty i socjologa Wernera Sombarta (Peters, 2008, s. 19). Cooley pisał, że „transportowanie jest fizyczne, a komunikowanie psychiczne” (Cooley, 1894, s. 70). Zdaniem Petersa był to jeden z przystanków na długiej drodze *pojęcia* komunikacji: od materialistycznego do niematerialnego przenoszenia (Peters, 2008, s. 19). Kolejni istotni badacze to Lewis Mumford, John Dewey, Edward Sapir oraz szkoła frankfurcka. Jednakże kluczową rolę – o czym już była mowa – odegrał Harold Innis. Co interesujące, Innis również zajmował się ekonomią polityczną, tak jak Tocqueville czy Mill. Peters zauważa, że jeśliby czytać Innisa w sposób bardzo nieżyczliwy, to okazałoby się, iż „odkrył” on to, że oralność, kamień, pióro, papirus, papier mogą produkować różne porządki społeczne oraz że są różnymi sposobami zapisywania/odczytywania przeszłości. Jednak Peters podkreśla, że takie banalne odczytanie byłoby tylko powierzchowne, bowiem Innis zrobił coś więcej niż dodanie w prosty sposób kolejnego tematu do repertuaru historyków. Jak podkreśla Peters, komunikacja jako temat przewodni badań historycznych jest zagrożeniem albo obietnicą mogącą zrewolucjonizować całe przedsięwzięcie zrozumienia przeszłości. Innis pisał w 1949 roku: „Nasza wiedza na temat innych cywilizacji zależy w dużej części od tego, jakie medium było przez daną cywilizację używane, i od tego, na ile to medium jest zdolne się zachować [w czasie – E.K.] i być dostępne do odkrycia” (Innis, 2008, s. 33). W związku z tym możemy powiedzieć, że nasza wiedza o przeszłości jest pytaniem o media, dlatego też Peters podkreśla, że Innis nie tylko wynalazł „historię mediów”, ale również odkrył „media historii”.

Innis sprawił, że historycy dostrzegli nowy interesujący przedmiot badawczy. Co istotne, za sprawą szkoły toronckiej badano nie tylko środki przekazu (tabliczki gliniane, papirusy), ale również formy owej komunikacji (oralną i piśmienną). Jednakże taka historia – chociaż używano w niej terminu komunikacja – była traktowana właśnie jako historia *mediów*, przez co bardzo często zestawiano ją z historią środków przekazu, a dokładniej – z historią „przemysłów mediowych”. Zagadnienie to rozwinę później. W tym miejscu trzeba jednak podkreślić, że wyłonienie się historii mediów nie jest tożsame z pojawieniem się historii komunikacji (komunikologii historycznej). Niezauważanie tego powoduje natomiast, że w wielu pracach rekonstruujących badania nad przeszłymi zjawiskami komunikacyjnymi pojawiają się przede wszystkim nurty ściśle medioznawcze. Klaus Arnold, opisując podejścia metodologiczne w ramach badań nad europejską historią komunikacji i mediów, wskazuje właśnie jedynie na takie ujęcia (Arnold, 2011). Wszystkie one koncentrują się wokół „przemysłów mediowych”, takich jak prasa, radio, muzyka, film, telewizja, reklama i Internet. W żaden sposób nie wspomina o tym, że w ramach historii komunikacji można badać to, jak ludzie (a nie przemysły) się komunikowali. W jaki sposób pisali listy, rozmawiali, kłócili się. Taka mediocentryczna historia komunikacji jest perspektywą dominującą.

Pierwszą pracą, którą uznaje się za „samoświadomie” metodologiczną pracę z zakresu komunikologii historycznej, jest książka Johna D. Stevensa i Hazel Dicken-Garcii *Communication History* z 1980 roku. Autorzy proponują w niej przejście od historii dziennikarstwa do historii komunikacji. Odwołują się bezpośrednio do Jamesa Careya i wskazują na Darntona, Eisenstein i Innisa jako na źródła inspiracji (Stevens i Dicken-Garcia, 1980). Dyskusja nad tożsamością samej dyscypliny badawczej oraz nad jej metodami toczy się nieustannie i wciąż potrzebne są kolejne propozycje oraz rozwiązania metodologiczne. Michael Schudson w pracy *Historical Approaches to Communication Studies* pisze: „Pisanie historii komunikacji jest przygnębiająco nierozwinięte. Częściowo wynika to z tego,

że media komunikacji są tak szerokie, jak sama nazwa wskazuje” (Schudson, 1991, s. 175). Można jednak zadać pytanie, czy rzeczywiście pisanie o przeszłych zjawiskach komunikacyjnych narodziło się dopiero w drugiej połowie XX wieku? Jak wobec tego traktować choćby średniowieczne traktaty o rozwoju retoryki? Takie pytania pojawiają się dopiero wtedy, kiedy zauważamy, że komunikacja to nie „przemysły medialne”, lecz praktyka komunikacyjna i składająca się na nią działania. Zatem oprócz aspektu medialnego należy badać także same praktyki i działania – w ten sposób bada się również wyobrażenia zbiorowe przeszłej wspólnoty komunikacyjnej. Jeśli więc chcemy postrzegać rozważania antyczne i średniowieczne o historii retoryki jako wchodzące również w skład inspiracji komunikologii historycznej, wówczas musimy przyjąć, że w jej ramach podejmuje się zagadnienia związane z wszystkimi „poziomymi” działań i praktyk. Jednakże takie założenie nie jest łatwe do przyjęcia w ramach komunikologii historycznej, która zakłada refleksywne historyzowanie o komunikacji. Na jakiej zasadzie (na podstawie jakiego kryterium) mielibyśmy ocenić, czy kroniki skryptoriów pisane w średniowieczu są częścią badań nad przeszłymi zjawiskami komunikacyjnymi? Skoro zakładamy, że obecne rozumienie pojęcia komunikacji jest wynikiem dzisiejszego stanu historyczno-kulturowego naszej wspólnoty, to musimy również przyjąć, że nie można w tak prosty sposób narzucać współczesnej siatki pojęciowej na przeszłe badania.

Pamiętając jednak o przyjmowanym założeniu dotyczącym refleksywnego historyzowania i wynikającym z niego rozumieniu „komunikacji uhistorycznionej”, trzeba podkreślić, że tylko pod pewnymi warunkami można postrzegać jako wspólny przedmiot badania np. siedemnasto- i dwudziestopiętnastowieczne historie retoryki. Dlatego też należy przyrzeć się bliżej zasadzie łączenia badań z różnych okresów pod wspólnym szyldem komunikologii historycznej. W tym celu zaprezentuję drogę wyłaniania się komunikologii historycznej ze studiów nad komunikacją oraz dominujące perspektywy badawcze.

Badania naukowe nad komunikacją realizowane są od pierwszej połowy XX wieku. Natomiast sama komunikacja oraz refleksja nad nią mają, oczywiście, dłuższą historię. Jednakże w przednaukowych rozważaniach nad tym, co współcześnie nazywamy komunikacją, najczęściej nie pojawia się ani termin, ani pojęcie *komunikacji*.

Komunikologia to badania interdyscyplinarne, które prowadzone są w obrębie różnych podejść badawczych. Można powiedzieć, że *komunikologia historyczna* jest subdyscypliną *komunikologii* lub – szerzej – studiów nad komunikacją czy samodzielnej nauki o komunikacji. Na temat autonomizacji badań nad komunikacją napisano już wiele tekstów. Dyskutowano również nad nazwą dla takiej dyscypliny naukowej oraz zastanawiano się, czy jest to dyscyplina czy też obszar badawczy. Dlatego przyjmuję, że komunikologia historyczna (nazywana także „historią komunikacji”) jest subdyscypliną autonomicznej dyscypliny badawczej. Naturalnie, jest to jedynie kwestia konwencji oraz źródeł dyscyplinarnych i przyjmowanych metod (Craig, 1989; Kulczycki, 2012b; Nordenstreng, 2007).

W pierwszej części książki zdefiniowałem dwa aspekty działania i praktyki komunikacyjnej. Badania nad tak zdefiniowanymi aspektami mogą być, oczywiście, prowadzone w ramach różnych dyscyplin naukowych – mnie interesuje filozoficznie ugruntowana komunikologia. Bez wątplenia takie podejście (historia pisana nie przez historyków, ale przez komunikologów czy też *badaczy i filozofów komunikacji*) może rodzić wiele problemów, napięć i nieścisłości. Jednak dyskusja pomiędzy dyscyplinami może być owocna dla obu stron. Okazuje się bowiem, że wiele zagadnień jest wspólnych, a nowe perspektywy wskazują nowe rozwiązania (Zelizer, 2008).

Każda charakterystyka stanu badań w ramach humanistyki i nauk społecznych musi zmierzyć się z problemem zaadaptowania pewnych stanowisk w swoich ramach i odrzucenia innych. Związane jest to z historycznym rozwojem samych narzędzi badawczych. Innymi słowy, chcąc zarysować stan badań nad przeszłymi zjawiskami komunikacyjnymi, musimy zdecydować, czy uwzględnimy również takie badania, w ramach których współczesne pojęcie komu-

nikacji (a niekiedy nawet sam termin) nie funkcjonowało. Literatura przedmiotu na temat historii komunikacji – pomimo młodego wieku tej konstytuującej się subdyscypliny – jest imponująca, jednak ukierunkowana przede wszystkim na pisanie historii mediów oraz historii teorii komunikacji. Trzeba podkreślić, że pisząc tutaj o literaturze przedmiotu, mam na myśli te prace, które z metateoretycznego poziomu analizują dokonania i publikacje komunikologów historycznych. Prace te stawiają więc pytania deskryptywno-normatywne: „Jak jest pisana historia komunikacji i jak można ją pisać”. Na początku 2013 roku ukazała się – wspomiana już – niezwykle ważna praca *The Handbook of Communication History* pod redakcją czterech badaczy komunikacji z Uniwersytetu Kolorado w Boulder. Kilka lat wcześniej bardzo ciekawą książkę *Explorations in Communication and History* (2008) zredagowała Barbara Zelizer. Publikacja ta jest poświęcona relacji pomiędzy historią a badaniami nad komunikacją. Ponadto można wskazać nie tylko liczne artykuły poświęcone analizom historii komunikacji (Cryle, 1999; Jensen, 2002; Nerone, 2006), ale również prestiżowe periodyki, takie jak „Empedocles: European Journal for the Philosophy of Communication”, „Media History” czy „Communication Theory”, które ten problem bardzo często podnoszą na swych łamach. Niezwykle obszerna literatura przedmiotu na ten temat zawarta jest na stronie „Project on the History of Communication Research”³⁰. Co bardzo przydatne w badaniach, zebrana literatura jest uporządkowana tematycznie za pomocą kategorii ułatwiających przeszukiwanie zasobów.

³⁰ Project on the History of Communication Research, <http://historyofcommunicationresearch.org/>, dostęp: 12.03.2013.

DWA OKRESY KOMUNIKOLOGII HISTORYCZNEJ

Redaktorzy *The Handbook of Communication History* zastanawiają się, w jaki sposób można rekonstruować badania nad przeszłymi zjawiskami komunikacji. Podkreślają, że sama komunikologia historyczna jest nową dyscypliną naukową, ale bardzo starą praktyką badawczą. Wskazują zatem, że mówienie o badaniach prowadzonych w ramach komunikologii historycznej jako w pełni skonceptualizowanej i samoświadomej dyscyplinie jest możliwe dopiero od lat siedemdziesiątych ubiegłego wieku. Podkreślają jednak, że można ujmować „historię komunikacji” jako termin bardziej pojemny – jako „pisane, mówione lub w inny sposób zmediatyzowane reprezentacje znaczących przeszłych wydarzeń i praktyk” (Peck et al., 2013). W ten sposób historię komunikologii historycznej dzielą na cztery (niekiedy równolegle realizowane) nurty (Peck et al., 2013, s. 14), które określają wspólnym mianem „historii i prehistorii” komunikologii historycznej. Taka naukoznawcza perspektywa i meta-teoretyczne spojrzenie z piętra abstrakcji są bardzo ważne dla zrozumienia specyfiki prowadzonych badań.

Pierwszym nurtem jest po prostu komunikologia historyczna (ang. *communication history*), której rozwój datują na lata siedemdziesiąte ubiegłego wieku.

Drugim są prace historyczne na temat komunikacji (w pismach tych używany jest już termin „komunikacja”) – początek takich historycznie ukierunkowanych badań wyznaczają na wiek XVIII; ten nurt jest realizowany obecnie równocześnie z komunikologią historyczną. Wydaje się, że wskazanie drugiego nurtu może być spowodowane tym, iż wielu badaczy spoza komunikologii historycznej tworzy prace, które mogłyby zostać uznane za sztandarowe rozprawy tej dyscypliny – jako przykład można wskazać prace Roberta Darntona (2000) czy Elizabeth Eisenstein (2005). Jednak stwierdzenie, że takie prace były pisane już w XVIII wieku, wydaje się nie do końca uzasadnione – szczególnie kiedy autorzy przyjmują założenie o refleksywnym historyzowaniu komunikacji.

Nurt trzeci to rozprawy na temat praktyk i technologii komunikacji, retoryki, dziennikarstwa – w tych badaniach nie pojawia się termin komunikacja, ale jak piszą autorzy, w takich analizach badacze w pełni odnoszą się do zjawisk komunikacyjnych.

Ostatnim, czwartym, nurtem są historycznie ukierunkowane rozważania teoretyczne, które wpływają na badaczy komunikologii historycznej. Chociaż nie zostały wskazane konkretne przykłady, można przypuszczać, że chodzi tu przede wszystkim o filozofów i metodologów badań społecznych i humanistycznych. Są to prace inspirujące, choć niekoniecznie związane ze studiami nad komunikacją.

W związku z propozycją redaktorów *The Handbook...* pojawia się poważny problem, jeśli chcemy w konsekwentny sposób realizować założenia o refleksywnym historyzowaniu komunikacji. Nie dotyczy to nurtu pierwszego, a także czwartego, który można byłoby określić jako „zewnętrzne inspiracje” czy „teoretyczne wsparcie” z innych dyscyplin. Natomiast zasadnicza niekonsekwencja pojawia się w wyłonionych nurtach drugim i – przede wszystkim – trzecim. W jaki sposób moglibyśmy stwierdzić, że osiemnastowieczni badacze, którzy używali terminu „komunikacja”, uprawiali samoświadomą historycznie (!) komunikologię historyczną, jeśli: (1) sama historia, jako dyscyplina naukowa, rodzi się w XIX wieku, a (2) współczesne

rozumienie komunikacji (w szczególności na poziomie teoretycznych rozważań) konstituuje się na przełomie wieków XIX i XX? Prace przypisane do nurtu trzeciego mielibyśmy uznać za należące do (już nieważne, czy prehistorii czy historii) komunikologii historycznej, co ma wynikać z tego, że badacze „wyraźnie zwracają się ku zjawiskom komunikacyjnym” (Peck et al., 2013, s. 14). To wszakże oznacza, że można wskazać „zjawisko komunikacyjne” jako samoistny byt, którego kształt nie zależy od kontekstu historyczno-kulturowego oraz „okularów metodologicznych” przyjmowanych przez badaczy. Z tego wynika, że owo komunikacyjne ukierunkowanie fenomenu jest immanentną cechą zjawiska, a nie jest konstruowane w procesie poznawczym – co stanowi zaprzeczenie i odrzucenie postulatów o refleksywnym historyzowaniu. Konsekwencją jest to, że w zasadzie nie ma żadnej różnicy poza nurtem pierwszym a trzecim. Oczywiście, autorzy zdają sobie sprawę, że w praktyce badawczej niemal niemożliwe jest posługiwanie się „czystą” interpretacją historyczną i że jest ona ostatecznie zawsze interpretacją historyczno-adaptacyjną. W dalszej części swojej pracy piszą: „historia prasy i dziennikarstwa była najbardziej rozwiniętym obszarem badawczym tego, co z dzisiejszej perspektywy określamy mianem »historii komunikacji«” (Peck et al., 2013, s. 21). Musimy jednakże uważać, aby nie stosować „zbyt radykalnej” interpretacji adaptacyjnej, która doprowadzi nas do stwierdzenia, że Platon był komunikologiem, gdyż pisał o ideach, a św. Augustyn był komunikologiem historycznym, gdyż pisał o rozwoju i znakach. Co więcej, można powiedzieć, że przy takich poglądach mamy do czynienia ze stanowiskiem prezentyzmu, a nasze argumenty stają się sofizmami: oceniamy pewne praktyki z perspektywy współczesnego aparatu pojęciowego. Dobrym przykładem takich błędnych zabiegów jest tłumaczenie Platońskiej *Politei* jako *Państwa*. Pojęcie państwa jest dużo późniejsze i obłożone wieloma kontekstami teoretycznymi, które zaburzają interpretację pism starożytnego filozofa.

Jest to problem, który nęka chyba wszystkie dyscypliny humanistyczne. Rens Bod, podejmując się napisania *Historii humanistyki*

i stanąwszy przed tym problemem, rozważał: „Jakimi nazwami określać naukową działalność humanistyczną z dalekiej przeszłości? Czy badanie muzyki i sztuki przez starożytnych możemy określać dzisiejszymi terminami »muzykologii« i »historii sztuki«, nie popadając w 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).

Jak zatem możemy odnosić się do średniowiecznych studiów nad retoryką czy szesnastowiecznych badań nad wytwarzaniem książek? Przede wszystkim przeszłe traktaty, pisma i rozprawy należy traktować jako bazę empiryczną do badań komunikologii historycznej, a nie jako jej wczesne stadia. Komunikologia historyczna nie jest przedłużeniem Arystotelesowskich rozważań nad retoryką ani średniowiecznych traktatów o retoryce starożytnej. Nie może być tak postrzegana, ponieważ jej metody i – przede wszystkim – przedmiot podlegają uhistorycznieniu. W przeciwnym wypadku musielibyśmy powiedzieć, że – biorąc przykład z innych dyscyplin – rozważania Arystotelesa nad *psyche* są badaniami psychologicznymi, a Platona koncepcja *politei* to badania politologiczne. Oczywiście, psychologowie mogą znaleźć wiele interesujących kwestii w pismach Arystotelesa, ale Stagiryta nie pisał ich z perspektywy, kluczowego dla psychologów, pojęcia umysłu. Tak samo Platon nie rozprawiał o *politei* jako o jednej z form państwa. Istnieje bowiem fundamentalna różnica między dwoma stwierdzeniami: (1) Platon był politologiem oraz (2) Platon badał zjawiska polityczne.

W związku z tym trzeba podkreślić, że błędne jest twierdzenie, iż Platon, Cyceron czy John Locke byli komunikologami. Jednak można twierdzić – dzięki założeniu o refleksywnym historyzowaniu – że wszyscy oni odnosili się do „zjawisk komunikacyjnych” i pisali o nich.

Jesteśmy w stanie mówić o Johnie Locke’u czy Cynceronie jako o badaczach zjawisk komunikacyjnych pod pewnymi warunkami. Przede wszystkim potrzebna nam jest definicja komunikacji, w której uznajemy historyczno-kulturowe rozumienie danych zjawisk. Dzięki takiej definicji możemy jako badacze zidentyfikować elementy rozważań odnoszących się do komunikacji w pismach danego myśliciela, nawet jeśli nie używał samego tego terminu: jeżeli ustalimy, że przedmiotem analiz w tekstach Cyncerona są czynności (działania), które są racjonalne, intencjonalne, nastawione na interpretację, a do ich realizacji używane są znaki (i nie ma w tym miejscu znaczenia, czy pojawia się kategoria transmisji, interakcji, rytuału czy inna), to możemy uznać, że analizowana jest komunikacja. Dlatego jesteśmy w stanie powiedzieć, że – z perspektywy historyzującego badacza komunikacji z XXI wieku – Platon, Cynceron i John Locke badali zjawiska komunikacyjne. Natomiast nie jest uzasadnione twierdzenie, że Heraklit był badaczem komunikacji, ponieważ przedmiot jego rozważań nie składa się z elementów wskazanych np. w kulturalistycznej definicji komunikacji. Innymi słowy, w przeszłych badaniach refleksywnie historyzujący badacze muszą być w stanie zidentyfikować konkretne cechy przedmiotu badań.

Dlatego refleksywne historyzowanie jest podstawą stosowania w praktyce badawczej komponentu adaptacyjnego w interpretacji. Taka interpretacja historyczno-adaptacyjna jest właśnie konsekwencją samoświadomych i samozwrotnych założeń metodologicznych. Badacz zdaje sobie sprawę, że jego twierdzenia podlegają również warunkom historyczności. Dlatego w obszarze komunikologii historycznej mogą funkcjonować różne perspektywy badawcze: w ramach jednej – np. kulturalistycznej – Cynceron i John Locke zostaną uznani za badaczy komunikacji, gdyż ich przedmiotom badawczym można przypisać cechy działania komunikacyjnego w ujęciu kulturalistycznym. Potrafimy też wyobrazić sobie odmienną perspektywę, w ramach której Cynceron będzie badaczem komunikacji, a empirysta brytyjski – nie. Żadne z tych ujęć nie może sobie rościć prawa do „jedynej prawdziwości”, jeśli bowiem uznajemy taką historyczność

przedmiotu badawczego, to nie wolno nam twierdzić, że zbudowane przy takim założeniu narzędzie badawcze jest uniwersalne.

W związku z tym warto zdawać sobie sprawę, że przesuwanie granicy w badaniach komunikologii historycznej przed wiek XX jest niezwykle trudne, przede wszystkim ze względu na rozwój rozumienia najważniejszych pojęć. Przykładowo, we wspólnotach oralnych nie traktowano praktyk zapamiętywania jako „pisania historii”, tak jak rozmów nie traktowano w kategoriach „praktykowania komunikacji”.

Redaktorzy *The Handbook... źródeł komunikologii historycznej* upatrują w osiemnasto- i dziewiętnastowiecznych pismach filozofów, badaczy retoryki, filologów, socjologów i ekonomistów politycznych, którzy zainteresowali się rolą i używaniem języka w perspektywie historycznej. Jednocześnie uznają, że te osiemnastowieczne pisma są historycznymi rozważaniami nad komunikacją. Innymi słowy, według badaczy z Boulder współczesne rozumienie pojęcia komunikacji pojawia się w XVII i XVIII wieku, dzięki czemu już na przełomie XVIII i XIX stulecia prowadzone są badania nad współcześnie rozumianą komunikacją (Peck et al., 2013, s. 17). Ja natomiast – czemu poświęcę trzecią część tej książki – będę argumentował, że w XVII wieku pojawiły się pierwsze teoretyczne podstawy do wyłonienia się dzisiejszego sposobu mówienia i pisania o komunikacji. Zasadnicze będzie dla mnie wyróżnienie na poziomie teoretycznych wyobrażeń zbiorowych tych z nich, które pojawiły się „przed”, i tych, które pojawiły się „po” wyłonieniu się autonomicznej komunikologii.

Niezwykle cenne spostrzeżenia w odniesieniu do pojęcia i teorii *medium* poczynił Dieter Mersch. Należy je przywołać, gdyż media są przedmiotem badań komunikologii historycznej, a sama teoria mediów jest przecież konstruktem o wiele późniejszym niż pojęcie *mediów*. Autor ten pisze: „O ile genealogię pojęcia da się prześledzić, poczynając od jego etymologicznych korzeni, poprzez różne sposoby użycia, tłumaczenia i adaptacje, aż do momentu, kiedy powoli zaczęło nabierać konturów jako kategoria teoretyczna, o tyle nie

sposób dokonać tego w stosunku do teorii mediów. Jej korzenie spoczywają od dawna zagrzebane w kulturowej nieświadomości, tak że trzeba będzie szukać ich nieco głębiej. Nie z genealogią będziemy mieli zatem do czynienia, lecz z *archeologią*, która traktowana dosłownie, musi najpierw odkopać, zbadać i zinterpretować to, co kryje się w zapadłym podłożu teoretycznych refleksji, aby zidentyfikować fragmenty należące do teorii mediów” (Mersch, 2010, s. 27–28). Mersch podkreśla, co niezwykle istotne również dla rozważań prowadzonych w tej książce, że w najwcześniejszych „teoriach mediów” samo *pojęcie* mediów nie występowało i że możemy mówić jedynie o „fenomenach podobnych do tego, co wchodzi dzisiaj w jego zakres” (Mersch, 2010, s. 28).

W związku ze wskazanymi problemami ujęcia „prehistorii i historii” komunikologii historycznej w formę czterech nurtów, zakładam, że rekonstruuując stan badań nad przeszłymi zjawiskami komunikacyjnymi w komunikologii historycznej, można wskazać tylko dwa okresy praktyk naukowych istotnych dla badań nad przeszłymi zjawiskami komunikacyjnymi. Pierwszy okres nazywam implicytną komunikologią historyczną – chodzi tutaj m.in. o średniowieczne traktaty o retoryce antycznej czy oświeceniowe rozważania nad historią książek. Jako wyśmienity przykład takiego dzieła można wskazać zaginioną pracę Arystotelesa poświęconą historii retoryki. Drugi okres jest badaniem przeszłych zjawisk komunikacyjnych; dla uwypuklenia tego aspektu owe praktyki naukowe nazywam eksplicytną komunikologią historyczną.

Implicytna komunikologia historyczna to badanie rozwoju historycznego tego, co z perspektywy współczesnego badacza nazwalibyśmy komunikacją. Innymi słowy, w ramach tak zdefiniowanej historii komunikacji pisało się np. w średniowieczu o rozwoju praktyk retorycznych w antycznej Grecji. Tutaj również należałoby uwzględnić rozważania Arystotelesa nad rozwojem retoryki. Do obszaru implicytnej komunikologii historycznej zaliczylibyśmy zatem: (1) badania na historycznością zjawisk komunikacyjnych

prorowadzone przed wyłonieniem się komunikologii jako dyscypliny naukowej (średniowieczne traktaty o retoryce antycznej) oraz (2) przeszłe badania nad zjawiskami komunikacyjnymi (np. retoryczne rozważania Arystotelesa), jeśli zawierały w sobie „komponent” historyczny. Ten drugi zakres należy traktować raczej jako „bazę empiryczną” dla badań eksplicytniej komunikologii historycznej – tylko w ten sposób będziemy w stanie analizować dzieło *O mówcy* Cyserona jako praelement „historii teorii komunikacji”.

Zarówno w implicytniej, jak i eksplicytniej historii badano praktyki, środki i formy oraz wyobrażenia. Lecz tak jak badania szkoły Palo Alto opierają się na współczesnym pojęciu komunikacji („eksplicytność badań”), tak rozważania Augustyna z Hippony nad koncepcją znaku i kontaktu człowieka z bogiem nie zawierają w sobie „eksplicytnego elementu komunikacyjnego” – można jednak zidentyfikować w przedmiocie analiz Augustyna elementy „działania komunikacyjnego” („implicytność badań” oznacza, że dane praktyki nie były nazywane „komunikacyjnymi” we współczesnym rozumieniu). Dopiero my, jako badacze, możemy je tam dostrzec w ramach tworzonej historii komunikacji i przekonać się, że analizy semiotyczne średniowiecznego teologa mogą pomóc zrozumieć współczesne analizy praktyk komunikacyjnych³¹.

Eksplicytną komunikologię historyczną uprawia się od końca XIX wieku, kiedy to ukształtowało się współczesne rozumienie komunikacji, a jej rozkwit przypada na połowę XX wieku, kiedy tworzone były pierwsze teorie komunikacji (np. matematyczna teoria komunikacji Claude’a Shannona czy teorie tworzone w ramach szkoły chicagowskiej). Chodzi o zdefiniowanie procesu komunikacji jako procesu fundamentalnego nie tylko dla funkcjonowania społeczeństw i kultury, ale również dla jej zrozumienia. Współczesne nam definicje komunikacji, formułowane w ramach eksplicytniej komunikologii historycznej, można sprowadzić do dwóch ujęć: transmisyj-

³¹ Takie analizy w ramach historii idei komunikacji przeprowadza m.in. John Durham Peters (2001).

nego (komunikacja jest transmitowaniem idei, myśli, uczuć itd.; wyróżnia się w niej nadawcę i odbiorcę) oraz konstytutywnego (komunikacja jest rodzajem interakcji symbolicznej, a podmioty tego procesu ujmowane są jako uczestnicy komunikacji).

W ramach tego okresu, który nazywam eksplicytną komunikologią historyczną, można wskazać dwa dominujące podejścia teoretyczne skupiające się na badaniu (1) historii mediów oraz (2) historii teorii komunikacji³².

Podejście pierwsze jest najbardziej rozpowszechnione w komunikologii, dlatego przez wielu badaczy – na poziomie terminologicznym – *historia mediów* utożsamiana jest z *komunikologią historyczną* (historią komunikacji). W związku z tym należy podkreślić, że prace pisane w ramach *historii mediów* oraz rozważania metodologiczne dotyczące tego, jak takie badania prowadzić, mogą być uważane za podejścia konkurencyjne wobec analiz prowadzonych w ramach *komunikologii historycznej*. Jest to zrozumiałe, jeżeli weźmiemy pod uwagę, że historia mediów (która ostatecznie zostaje włączona w szerszą perspektywę, jaką jest historia komunikacji) wyrasta z *historii medium*. Można zatem powiedzieć, że zanim zaczęto pisać historię praktyk komunikacyjnych, pisano historię środków komunikacyjnych.

Innymi słowy, najpierw pisano np. historię prasy brytyjskiej (co można nazwać narodową mikrohistorią komunikacji) – i to jest historia (jednego) medium, a dopiero na początku XX wieku pojawiły się historie mediów, które opisywały nie tylko rozwój samego medium, ale również innych elementów kultury. Chodzi tutaj przede wszystkim o tzw. „pierwszy kulturowy zwrot” – w ramach *English literary studies* (Peck et al., 2013, s. 23–24) – oraz o perspektywę

³² Teoria komunikacji jest specyficznym rodzajem samoodnośnej praktyki komunikacyjnej – jest to naukowe komunikowanie o komunikowaniu. Teoria komunikacji budowana jest na bazie teoretycznych wyobrażeń zbiorowych o komunikacji, a dokładniej – na bazie wyobrażeń komunikologicznych (więcej na ten temat piszę w dalszych fragmentach książki).

determinizmu technologicznego (badania Harolda Innisa, Jacka Goody'ego czy Marshalla McLuhana).

Drugie podejście w eksplicytniej historii komunikacji jest stosunkowo młode, aczkolwiek można już wskazać pewne dominujące perspektywy (Löblich i Scheu, 2011): instytucjonalną (historia teorii komunikacji analizowana przez pryzmat ośrodków badawczych, szkół), biograficzną (wpływ konkretnych badaczy na rozwój teorii komunikacji) oraz narodową (studia nad komunikacją w ramach jednej wspólnoty badaczy, np. komunikologów niemieckich).

Połączenie obu okresów (implicytnego i eksplicytnego) nastąpiło w komunikologii w latach siedemdziesiątych ubiegłego wieku. „Komunikacyjne” odczytanie Platońskiego *Fajdrosa* oraz *Uczty* spowodowało wzrost zainteresowania retoryką (Craig, 1989, s. 98–101), a później semiotyką. Oczywiście, praktyki retoryczne są badane od czasów antycznych. Tutaj chodzi jednak o to, że tradycja retoryczna została zaadaptowana przez badaczy komunikacji (w ten sposób zaczęto kłaść większy nacisk na historycznie ujmowany aspekt komunikacji, jakim są praktyki komunikacyjne).

Oznacza to, że wyłonienie się współczesnej (tzn. eksplicytniej) komunikologii historycznej przebiegało dwutorowo: z jednej strony od historii medium, przez historię mediów i historię teorii komunikacji, z drugiej zaś – poprzez włączenie wielowiekowej tradycji retorycznej i semiotycznej. Takie syntetyczne ujęcie na poziomie metateoretycznym oparte jest na założeniu o możliwości historycznego badania rozwoju praktyk komunikacyjnych. Bliskie temu ujęcie tradycji badań nad komunikacją można odnaleźć u Roberta T. Craiga, który również za wyjściowe przyjmuje konstytutywne podejście do komunikacji (Craig, 1999, s. 119–161). W tekście *Communication Theory as a Field* pokazywał on zależności pomiędzy siedmioma głównymi tradycjami (retoryczną, semiotyczną, fenomenologiczną, cybernetyczną, socjopsychologiczną, socjokulturową i krytyczną). Jednakże amerykański badacz nie podkreślał badania historycznego rozwoju pojęcia komunikacji jako kluczowego aspektu badań historii komunikacji. Problemатyczne jest również to, że Craig nie uza-

sadnia, na podstawie jakich przesłanek zestawia pod wspólnym szyldem badania z różnych tradycji badawczych. Jest to istotny problem, ponieważ teoretycy często używają tego samego wyrazu (*communication*), rozumiejąc pojęcie komunikacji zgoła odmiennie. Co jednak istotne, przywołany badacz podkreśla przydatność zastosowania aparatu filozoficznego do analiz tradycji badań nad komunikacją (odwołuje się np. do Johna Deweya i Hansa-Georga Gadamera).

W związku z powyższym przyjrzymy się badaniom prowadzonym w obrębie dwóch dominujących podejść w komunikologii historycznej. Szczególną uwagę będę zwracał na przyjmowane perspektywy badawcze, sposób rozumienia komunikacji oraz „podłoże dyscyplinarne badań”. Z oczywistych względów prezentacja ta będzie wyborem stanowisk, które z kulturalistycznej perspektywy przyjmowanej w tej pracy są istotne. Dlatego chciałbym podkreślić, że nie roszczę sobie prawa do twierdzenia, iż w takiej prezentacji zostaną ujęte wszystkie perspektywy, nurty czy podejścia, ale jedynie te, które są najistotniejsze dla autonomizującej się komunikologii historycznej przyjmującej założenie o refleksywnym historyzowaniu komunikacji.

IMPLICITNA KOMUNIKOLOGIA HISTORYCZNA

Naukoznawcza rekonstrukcja (pre)historii komunikologii historycznej stoi przed wieloma metodologicznymi wyzwaniami, które powyżej przedstawiłem. Nie oznacza to jednak, że nie da się już nic więcej na ten temat napisać. Oczywiście, te wyzwania badawcze (m.in. jak pisać o historii komunikacji, aby nie popaść w prezentyzm) zawsze powinny nam towarzyszyć i zmuszać do refleksji, lecz nie mogą powstrzymywać przed stawianiem kolejnych pytań i próbami odpowiedzi na nie.

Dlatego też postaram się teraz naszkicować najważniejsze momenty implicytnej komunikologii historycznej. Tak jak już wspomniałem, będę odnosił się przede wszystkim do takich przeszłych rozważań, które obecnie uznajemy za przynależące do badań nad komunikacją, oraz do takich twórców i dzieł, którzy odnosili się do swoich poprzedników. Oznacza to – co chcę zaakcentować po raz kolejny – że rozważania analizowane przeze mnie jako charakterystyczne dla rekonstruowanej implicytnej komunikologii historycznej nie zawsze (a w zasadzie bardzo rzadko) były pisane jako „historie komunikacji”. Są to raczej „rozważania o komunikacji” – często bez owego komponentu historycznego. Jednak, co już wcześniej uzasadniałem, takie rozwiązanie jest po prostu konieczne, aby można było wyznaczyć linię rozwoju, nawiązań i inspiracji.

W tej prehistorii interesują mnie przede wszystkim fundamentalne (dla rozwoju refleksji nad komunikacją) rozważania filozoficzne, dlatego też pojawiają się Protagoras, Platon czy John Locke. Będę natomiast abstrahował np. od średniowiecznych badań z zakresu historii piśmiennictwa (taka praca wymagałaby całkiem odmiennego potraktowania, a w związku z tym napisania nowej książki). Ponadto nie będę podnosił zagadnień związanych z badaniem rozwoju języków czy technologii, które obecnie nazywamy komunikacyjnymi. Prezentowana przeze mnie (pre)historia komunikologii historycznej ograniczona jest zatem do jej komponentu filozoficzno-pojęciowego.

W literaturze przedmiotu nie znajdziemy zbyt wielu rozważań na temat implicytnej komunikologii historycznej – w zasadzie można powiedzieć, że jedynie trzy pozycje odnoszą się bezpośrednio do tego zagadnienia. Pierwsza, często przywoływana przeze mnie, *The Handbook of Communication History* poświęca temu zagadnieniu pięć stron (Simonson et al., 2013, s. 16–20), na których omówione są rozważania od antyku do XIX wieku (z uwzględnieniem tradycji Dalekiego Wschodu). Druga praca Michaela Duesa i Mary Brown *Boxing Plato's Shadow. An Introduction to the Study of Human Communication* (Dues i Brown, 2001) w bardzo podobny sposób podchodzi do tego zagadnienia. Trzecia pozycja to praca sprzed kilku lat autorstwa Jenningsa Bryanta i Doriny Miron *Historical Contexts and Trends in Development of Communication Theory* (2007). Mamy tutaj do czynienia z rozleglejszą analizą, która również stara się uwzględnić kontekst Dalekiego Wschodu. Opracowanie to cierpi wszakże na duże braki „historycznej samoświadomości metodologicznej” – autorzy prezentują bardzo interesujący opis faktograficzny, nie zadają sobie jednak pytania, na podstawie jakich założeń mogą zaliczać w poczet teoretyków komunikacji Protagorasa czy Platona. W kontekście rozważań poświęconych problemom pisania o implicytnej komunikologii historycznej lektura pracy Bryanta i Miron pobudza do stawiania kolejnych pytań. Autorzy piszą np.: „Najstarsze dokumenty powszechnie rozważane w kręgach akademickich jako prekursor-

skie teksty z teorii komunikacji to esej zawierający porady na temat efektywnego przemawiania stworzony na użytek syna faraona oraz traktat poświęcony efektywnej komunikacji (*Maksymy*). Teksty zostały napisane w Egipcie – odpowiednio – około 3000 p.n.e. i 2675 p.n.e.” (Bryant i Miron, 2007, s. 403). Czy możemy twierdzić, że współczesne teorie komunikacji są w jakikolwiek sposób konsekwencją rozważań sprzed pięciu tysięcy lat? Czy te wcześniejsze rozważania możemy traktować jako wypowiedzi prekursorów? Co pozwala nam zestawiać ze sobą starożytne egipskie wskazówki poświęcone mówieniu z rozważaniami retorycznymi Arystotelesa i historią druku Eisenstein? Gdzie jest ów wspólny mianownik? No bo przecież nie w „mówieniu” (prasa „nie mówi”). Można byłoby pokusić się o odpowiedź: „w przekazywaniu informacji”, czyli narzucić na całą historię ludzkiej komunikacji „czapę modelu transmisyjnego”. Ale skąd mamy wiedzieć, że to, co Bryant i Miron nazywają „efektywną komunikacją”, było rozumiane w starożytnym Egipcie na sposób transmisyjny? I jak rozumiano samą kategorię efektywności, jeśli w ogóle istniała? Takie pytania nasuwają się za każdym razem, kiedy rozprawiamy o pismach sprzed wyłonienia się komunikologii jako dyscypliny. Nie wydaje się, by wątpliwości te można było ostatecznie rozwiązać – jest to raczej immanentna cecha samych rozważań humanistycznych. Istotne jest natomiast to, żeby zdawać sobie z nich sprawę i nie twierdzić, że zawsze i wszędzie komunikacja postrzegana była w taki sam sposób. Trzeba po prostu pamiętać, że myślenie też ma swoją historię.

Moja „rekonstrukcja” implicytnej komunikologii historycznej służy wskazaniu filozoficznych „kamieni milowych” w myśleniu o komunikacji – nie jest zatem „kroniką komunikologii historycznej”. Ograniczam się ponadto do kultury zachodniej i nie podejmuję się analizy tradycji Wschodu. Twierdząc, że komunikacja jest nierozzerwalnie związana z kulturą, nie mogę sprowadzać do wspólnego mianownika tradycji Wschodu i Zachodu. Uważam, że inaczej takich prehistorii po prostu nie da się napisać – natomiast można w taki sposób podejść do eksplicytnej komunikologii historycznej.

Tak jak już wskazałem, implicytna komunikologia (nie tylko historyczna) została „włączona” w zakres badań nad komunikacją dopiero w latach siedemdziesiątych ubiegłego wieku. Dopiero bowiem wtedy przycichła (lecz nie ustała) dyskusja na temat tego, czy retoryka (a w zasadzie – teoria retoryki) jest rodzajem teorii komunikacji. I w zasadzie główna część historii „prehistorii komunikologii” opiera się właśnie na retoryce – od czasów antycznych do współczesności. Redaktorzy *The Handbook...* piszą np. o trzech okresach prehistorii komunikologii historycznej (Simonson et al., 2013, s. 16–17): (1) antycznej retoryce, (2) „wzrastaniu” komunikacji w dobie oświecenia oraz (3) komunikacji i historii w XIX wieku – głównie w kontekście ekonomii politycznej. Bryant i Miron zauważają jeszcze „okres średniowiecza” i podkreślają wpływ wynalezienia prasy drukarskiej na status samej retoryki. Jednak również oni uwypuklają okres oświecenia, w którym – jak piszą – „retoryka traci grunt” (Bryant i Miron, 2007, s. 412). Owo utracenie gruntu oznacza po prostu pojawienie się nowych sposobów refleksowania nad działaniami i praktykami komunikacyjnymi (choćby kluczowe semiotyczne rozważania Johna Locke’a).

W związku z powyższym proponuję podzielenie (pre)historii komunikologii historycznej na dwie ery: (a) erę retoryki – która rozpoczyna się w antyku, swoją prymarność zachowuje w zasadzie do odrodzenia, aby w czasach nowożytnych – jak podkreślają Bryant i Miron – „zdobyć nowe terytoria” (Bryant i Miron, 2007, s. 414), oraz (b) erę komunikacji – której umowną cezurę można wiązać z początkiem oświecenia, a następnie rozwojem społeczeństwa industrialnego i wyłonieniem się ekonomii politycznej. Oczywiście, wskazane rozważania w obrębie „dwóch er” nie wygasają automatycznie wraz z wyłonieniem się komunikologii jako dyscypliny naukowej.

(a) Era retoryki

Historia retoryki zaczyna się w naszym kręgu kulturowym w pierwszej połowie V wieku p.n.e., kiedy uczeń Empedoklesa Koraks

z Syrakuz wraz ze swoim uczniem Tejjaszem opracowali pierwszy podręcznik retoryki. Sam tekst do nas nie dotarł, jednak zachowały się późniejsze przekazy, z których wiemy, że celem ich było nauczanie umiejętności przemawiania w sądzie tych, którzy musieli dochodzić swoich racji po upadku w Syrakuzach rządów tyrana Trazybula. Jedną z najoryginalniejszych myśli Koraksa była ta związana z prawdopodobieństwem dowodu: kiedy oceniamy tezę, nie przypisujemy wartości dowodowi, ale jego prawdopodobieństwu. Z tego natomiast wynika, że teza jest tym bardziej akceptowalna, im bardziej prawdopodobna (Meyer, Carrilho i Timmermans, 2010, s. 21).

Uczniem Koraksa był także jeden z najśłynniejszych sofistów, Gorgiasz z Leontinoi, który przybył do Aten w 427 roku p.n.e. Retoryka – według swej najstarszej definicji przypisywanej Koraksovi i Tejjaszowi – jest „sprawczynią przekonywania” (*peithous demiourgos*). Taka definicja została przejęta przez Gorgiasza, jest też wypowiedziana ustami Sokratesa w Platońskim *Gorgiaszu* (Cichocka, 2012, s. 13). Retoryka jest traktowana jako sztuka wymowy – współcześnie powiedzielibyśmy, że jest to kompetencja lub zdolność do przekonywania odbiorców do swoich racji. Pod terminem „retoryka” równie często rozumie się „teorię retoryki”, która porządkuje tropy, figury, czyli zabiegi retoryczne umożliwiające osiągnięcie celów zakładanych w swoim przemówieniu. Co interesujące, redaktorzy *The Handbook...* podkreślają, że termin „retoryka” służył funkcjonalnie za nazwę dla „komunikacji” w kręgu anglojęzycznym od XVIII do początku XX wieku (Simonson et al., 2013, s. 16).

Retoryka klasyczna koncentrowała się na pięciu zadaniach mówcy (*officia oratoris*), które można nazwać pięcioma etapami konstruowania wypowiedzi. Pierwszym zadaniem było *inventio*, które polegało na przygotowaniu przemówienia poprzez zebranie i wstępne opracowanie materiału do mowy. Inwencja polegała na umiejętności odnajdywania takich faktów, dzięki którym prezentowana sprawa staje się wiarygodna. Drugim zadaniem było *dispositio*, polegające na uporządkowaniu zebranego w pierwszym zadaniu materiału. Trze-

cim zadaniem jest *elocutio*, w ramach którego należy materiałowi nadać odpowiedni kształt – chodzi o taki dobór słów, aby odpowiednio zaprezentować zebrany materiał, który ma np. uzasadnić tezę. Czwartym zadaniem jest nauczenie się tekstu oracji na pamięć, czyli *memoria*. Ostatnim zadaniem stojącym przed mówcą jest samo wygłoszenie mowy, czyli *actio*.

Próbując wyróżnić najważniejsze rozważania retoryczne w historii refleksji nad komunikacją, można wskazać następujące postaci: przede wszystkim dwóch słynnych sofistów, Protagorasa i Gorgiasza, a następnie głównego krytyka tychże sofistów, czyli Platona. Jako dzieła istotne dla komunikologii należy wskazać zwłaszcza Platońskiego *Fajdrosa* oraz *Retorykę* Arystotelesa. Bryant i Miron piszą ponadto o erze hellenistycznej i o bizantyjskich rozważaniach retorycznych (Bryant i Miron, 2007). Nie ujmując niczego tym rozważaniom, należy jednak stwierdzić, że z perspektywy poszukiwań „kamieni milowych” w rozważaniach nad komunikacją te epoki nie wnoszą wiele nowego – są istotne dla historii (teorii) retoryki, jednak w badaniach nad implicytną komunikologią historyczną pełnią drugorzędną rolę (tak samo jak „druga retoryka”). Po okresie greckiej retoryki zasadnicze rozważania znajdziemy u rzymskich myślicieli. Istotni będą tutaj przede wszystkim Ciceron i Kwintylijan. Następnie możemy wskazać na sofistykę chrześcijańską z Augustynem z Hippony na czele. Kolejnym kamieniem milowym będzie rozpowszechnienie się w Europie prasy drukarskiej, która przekształca sam status retoryki.

Retoryka, niekiedy niesłusznie utożsamiana z sofistyką, była atakowana nie tylko przez Platona, ale również przez Augustyna z Hippony. Nie przeszkodziło jej to jednak stać się fundamentem wykształcenia w kulturze Zachodu – była elementem sztuk wyzwolonych, przynależąc do *trivium* (gramatyka, retoryka, dialektyka). Swoją pierwszoplanową, acz zmienną i podupadającą, pozycję utrzymała w zasadzie do połowy XIX wieku. Marginalizacja roli retoryki zaczęła się już zasadniczo w odrodzeniu. Jak pisze Piotr Jaroński, „[j]uż od czasów renesansu, głównie za sprawą Piotra

Ramusa (głosił nominalizm), dwie pierwsze części retoryki (*inventio*, *dispositio*) przesuwano do logiki, retoryce pozostawiając styl (*elocutio*) i wygłoszenie (*actio*). Pozbawiona logicznych podstaw retoryka traci w końcu swą racjonalną pozycję w procesie kształcenia (...) będzie utożsamiana ze stylistyką (głównie tropy i figury retoryczne) i zawężana do wypowiedzi literackiej, zdefiniowana jako sztuka pięknego wysławiania się; nacisk położony zostanie na stronę formalno-ornamentalną, co jest wypaczeniem istoty retoryki klasycznej. Dziś retoryka bywa w sposób błędny utożsamiana z sofistyką lub erystyką, a typowe chwytły sofistyczne określane są mianem retorycznych, co sprawia, że retoryka traktowana jest z nieufnością” (Jaroszyński, 2007).

Natomiast tak zwana „nowa retoryka”, która pojawiła się w XX wieku, jedynie częściowo nawiązuje do retoryki klasycznej. Staje się ona w zasadzie teorią argumentacji (widać to zdecydowanie w pismach Chaima Perelmana). Nowa retoryka nie pełni już przede wszystkim funkcji edukacyjnej, lecz staje się jedną z wielu sprawności intelektualnych. Dlatego też taką zdolność retoryczną można stosować do każdego audytorium i odbiorcy. Zdaniem Jaroszyńskiego taka retoryka bliższa jest Arystotelesowskiej dialektyce niż retoryce klasycznej zorientowanej na sztukę przekonywania konkretnego odbiorcy (Jaroszyński, 2007).

Z perspektywy rozważań nad komunikologią (historyczną) to rozróżnienie na retorykę klasyczną oraz „nową retorykę” również może być niezwykle istotne, zwłaszcza zaś wówczas, gdy patrzymy z piętra abstrakcji na rozwój samej teorii retoryki i musimy zdecydować, czy jest to linia rozwoju w ramach studiów nad komunikacją. Oczywiście, pierwsze mowy retoryczne i ich zapisy są dużo wcześniejsze niż podręczniki retoryki, które włączylibyśmy w obszar teorii retoryki. Takie mowy znajdujemy chociażby u Homera w *Iliadzie* (np. spór wodzów czy poselstwo do Achillesa). Przy czym niezwykle trudno stwierdzić, czy konstrukcje tych mów były już „retorycznie uświadamiane” przez greckiego epika. Jarosław Nowaszczyk pisze, że „[z]byt śmiałym byłoby jednak twierdzenie, że

Homer budował wypowiedzi bohaterów według porządku obowiązującego w szkole retorycznej jego czasów. Nie można jednak takiej hipotezy także wykluczyć. Podobna sytuacja dotyczy także Herodota, tragiczków i innych twórców aż do V wieku przed Chr. Pierwiastki konstrukcji retorycznej można odnaleźć w mowach bohaterów tragicznych i spuściźnie innych autorów” (Nowaszczyk, 2007, s. 242).

Jak podkreśla Robert T. Craig, występując w roli badacza, musimy zdecydować, czy postrzegamy retorykę klasyczną jako element trwających ponad dwa i pół tysiąca lat studiów nad komunikacją (Craig i Muller, 2007, s. 103). Musimy odpowiedzieć na pytanie, czy retoryka jest częścią „teorii komunikacji”, czy może zupełnie odmiennym sposobem patrzenia na społeczną aktywność ludzi. Wskazując na główne problemy rekonstrukcji implicytnej komunikologii, podkreśliłem, że w zasadzie musimy uznać prekursorstwo retoryki, gdyż w przeciwnym wypadku musielibyśmy stwierdzić, iż współczesne teorie komunikacji wzięły się z niczego.

Sofistyka jest jednym z głównych źródeł wyłonienia się filozofii w kulturze Zachodu. Z tego powodu literatura przedmiotu jest rozległa. Naturalnie, celem tego rozdziału nie jest rozbudowana analiza ani sofistyki, ani poglądów sofistów. Dlatego też nie będę poruszał kwestii „praktyczności” sofistyki, zagadnienia związanego z zapłatą za naukę czy z indukcyjną metodą dociekań sofistycznych. Są to niezwykle interesujące i wciąż rozpalające dyskusję tematy, jednakże toczą się poza granicami wyznaczonymi celami niniejszej rozprawy. Ja natomiast chcę się skoncentrować na uwypukleniu poglądów dwóch najsłynniejszych greckich sofistów – Protagorasa i Gorgiasza – których sofistyka oceniana jest jako bardziej „teoretyzująca” (Meyer, Carrilho i Timmermans, 2010, s. 23) w odróżnieniu od tej bardziej nastawionej praktycznie (w szczególności od czasów Solona). Chodzi mi o te twierdzenia, które współcześnie nazwalibyśmy „komunikacyjnymi” i które odnoszą się do przedmiotu badanego nie tylko przez teorię komunikacji, ale również przez komunikologię historyczną. Jak podkreśla Manuel Maria Carrilho, „Grecy

jako jedyni w starożytności oddawali się ciągłej analizie komunikacji międzyludzkiej, jej głównych cech i najbardziej godnych uwagi skutków” (Meyer, Carrilho i Timmermans, 2010, s. 19–20).

Nowością, którą wprowadzają sofisci, jest skoncentrowanie nie na zasadach budowy i funkcjonowania świata, lecz na aktywnościach ludzkich. Innymi słowy, to za sprawą sofistów praktyki i działania ludzkie stały się przedmiotem poznania. Istotne jest również to, że sofisci głosili możliwość nauczenia się pewnych kompetencji (m.in. sztuki przemawiania) – było to stanowisko odmienne od funkcjonujących do tego czasu, w ramach których klasycznie rozumiana *areté* była związana z urodzeniem.

Protagoras z Abdery – jeden z najsłynniejszych sofistów – w literaturze przedmiotu i historiach filozofii przywoływany jest przede wszystkim ze względu na używaną przez siebie zasadę *homo mensura*, związaną z relatywizmem poznawczym. Zasada ta wskazuje, że to człowiek (czy jako konkretna jednostka, czy jako gatunek – to wciąż pozostaje dyskusyjne) jest punktem odniesienia w ocenie wszystkich innych rzeczy. Równie często podnosi się zagadnienie istnienia bogów i możliwości ich poznania (Reale, 2000, s. 257–258). Jednakże z perspektywy komunikologicznej najbardziej interesujący jest problem zasady dwóch sprzecznych sądów. Jest ona nazywana również *techniką antylogii*, a służy do przeciwstawiania sobie dwóch sprzecznych argumentacji bez odnoszenia się do jakichkolwiek kryteriów prawdy w celu rozwiązania problemu, który porusza się w dyskusji. Oznacza to, że w związku z każdym tematem da się zaprezentować dwa przeciwne dyskursy. Dlatego też, zdaniem Maria Untersteiner, retoryka zawsze jest „środkiem, który może równie dobrze prowadzić do zwycięstwa w debacie sądowej i politycznej, jak do dominacji *sofia* i *arete*” (cyt. za: Meyer, Carrilho i Timmermans, 2010, s. 23). W ten sposób – zdaniem Protagorasa – „prawda” prezentowana przez jedną stronę debaty powinna zostać zestawiona z „prawdą” prezentowaną przez stronę przeciwną. Takie „komunikacyjne kryterium prawdy” sprawia, że

sofista z Abdera bywa nazywany „ojcem debaty” (Dues i Brown, 2001, s. 3).

Zdaniem Diogenesa Laertiosa Protagoras uważał, że „o każdej rzeczy istnieją dwa sądy wzajemnie sprzeczne” (cyt. za: Reale, 2000, s. 249). To natomiast prowadzi – zdaniem komentatorów – do konstatacji, że idea Protagorasa była źródłem formuły wskazywanej przez Arystotelesa i definiującej retorykę jako tę, która pokazuje, w jaki sposób argument słabszy uczynić silniejszym. W ten sposób nauczanie Protagorasa sprawia, że uczniowie nabywają kompetencji do dyskutowania w taki sposób, aby z *antylogii* uczynić narzędzie dyskutowania i ścierania się poglądów. Wtedy to przemawianie, czyli komunikowanie, staje się swoistą zręcznością, której można się nauczyć, aby osiągać zakładane cele. W ideach Protagorasa najważniejsze było to, że nauczana przez niego *antylogia* – inaczej mówiąc, *technika komunikacyjna* – mogła służyć do dyskutowania na każdy temat; retoryka stawała się w ten sposób narzędziem wchodzenia w interakcję, dysputę. Prowadzenie jej (i wygrywanie sporu) było zatem możliwe ze względu na wyuczoną biegłość, a nie ze względu na szlachetne urodzenie.

Gorgiasz z Leontinoi jest drugim „teoretyzującym” sofistą, którego idee stanowią podwaliny pod rozumienie retoryki w starożytnej Grecji. Naturalnie, współcześnie najbardziej znany jest z tzw. trylematu Gorgiasza, który zawiera trzy stanowiska: (a) nie istnieje byt, (b) gdyby nawet istniał, nie mógłby być poznany, (c) a gdyby nawet mógł być poznany, to i tak wiedzy o nim nie można byłoby zakomunikować (przekazać). Jak zauważa Giovanni Reale, myśl stojąca za trylematem nie jest tylko uwarunkowana popisem sztuki retorycznej, ale ma służyć pokazaniu, że nie istnieje prawda (Reale, 2000, s. 260). W ten sposób pogląd Gorgiasza jest zgoła odmienny od poglądów Protagorasa, dla którego prawdziwe jest to, co się takim człowiekowi wydaje.

Z trylematu o charakterze ontologiczno-epistemologicznym wynikają również konsekwencje o charakterze ściśle komunikacyjnym. Skoro bowiem nie istnieje ani prawda absolutna, ani względna,

to nasze dysputy oparte na słowie nie są niczym ograniczone (żadnym kryterium prawdy). W ten sposób słowo staje się narzędziem sugestii, perswazji oraz przekonywania (Reale, 2000, s. 267). Taka perswazja opiera się jednak na argumentacji odnoszącej się nie do rzeczywistości (ta bowiem jest niepoznawalna i niekomunikowalna), lecz tylko do samych mniemań komunikujących się podmiotów.

Gorgiasz uważa, że w dyskusji należy kierować się bardziej – jak to ujmuje Carrilho – mocą czarowania słowem niż rzeczowością dowodów (Meyer, Carrilho i Timmermans, 2010, s. 22). W ten sposób dostosowujemy swoją sztukę przemawiania przede wszystkim do audytorium – tę technikę określa się mianem *politropii*. Taką koncepcję komunikowania Carrilho nazywa *asymetryczną* koncepcją perswazji: aktywność mówcy przeciwstawiana jest bierności audytorium (Meyer, Carrilho i Timmermans, 2010, s. 24–25). Warto podkreślić, że takie ujęcie owych podstawowych wyznaczników sytuacji mówcy sprawia, że Gorgiaszowe ujęcie retoryki jest zdecydowanie przeciwstawne w tym punkcie retoryce Protagorasa, który dwóm stronom debaty „nakazuje” zestawianie ze sobą argumentów w ramach antylogii.

Jednym z najważniejszych dla zrozumienia retorycznych poglądów Gorgiasza tekstów jest *Pochwała Heleny*, gdzie sofista pisze: „Słowo jest wielkim mocarzem (*logos dynastes megas eestin*), który za pomocą bardzo małego i ukrytego organu (języka) wywołuje rzeczy na miarę boską. Zdolne jest bowiem i strach uśmierzyć, i troskę odsunąć, radość wzbudzić i współczucie pomnożyć” (Gorgiasz, 1984).

Tym poglądem sofista czyni retorykę narzędziem o ogromnym oddziaływaniu społecznym. Gorgiasz w Platońskim dialogu powiada, że mówiąc o retoryce, myśli o „przekonywaniu słowami sędziów w sądach, członków rady w czasie narad, ludu na zgromadzeniach ludowych lub wszystkich innych zgromadzeniach obywateli. Dzięki tej zdolności swoim niewolnikiem uczynisz lekarza, niewolnikiem uczynisz i nauczyciela gimnastyki; co do kupca,

zmieni się – będzie gromadził bogactwo nie dla siebie, lecz dla kogoś innego – dla ciebie, który potrafisz przemawiać do tłumu i przekonywać go” (Platon, 1991, s. 16). W ten sposób Gorgiasz – dzięki nauczaniu tak istotnej biegłości – stał się (oprócz Protagorasa) bardzo pożądanym nauczycielem. Jednakże jego retoryka – oderwana od kryterium prawdziwości i wartości – mogła służyć do wielu różnych celów. Chociaż sam Gorgiasz uznawał powszechnie obowiązujące w Grecji wartości moralne (Reale, 2000, s. 269), to jednak u źródeł jego rozumienia retoryki leży perswazja (*peitho*) pozwalająca podporządkowywać sobie audytorium.

Pierwszą erę implicytnej komunikologii historycznej nazwałem „erą retoryki”. W związku z tym, przechodząc od Gorgiasza i Protagorasa do Platona, powinienem podjąć się wskazania zasadniczych retorycznych aspektów myśli tego ostatniego. Byłoby to jednak zbyt zawężające spojrzenie, ponieważ Platon dla studiów nad komunikacją jest niezwykle ważny nie tylko dzięki swojemu *Gorgiaszowi* i *Protagorasowi*, czy też dalszej krytyce sofistyki zawartej chociażby w *Eutydemie* czy *Filebie*. Naturalnie, Platońska krytyka sofistyki – a poprzez nią krytyka retoryki – jest istotnym zagadnieniem, którego rozumienie wymaga chociażby znajomości uwarunkowań społeczno-politycznych ówczesnej greki. Natomiast dla rozważań nad pojęciem komunikacji oraz wpływem mediów na praktyki komunikacyjne bardzo znaczące są jeszcze dwa pisma: dialog *Fajdros* oraz *List VII* (zwłaszcza gdy jest odczytywany właśnie w kontekście rozważań zawartych w *Fajdrosie*).

Fajdrosa możemy odczytywać jako dialog odnoszący się głównie do rozważań retorycznych (podział retoryki na tę prawdziwą i tę nieprawdziwą), lecz – z perspektywy komunikologicznej – zdecydowanie ważniejsze jest spojrzenie na to dzieło przez pryzmat rozważań odnoszących się do zgubnych konsekwencji wynalezienia pisma – rozumianego właśnie jako technologia medialna (Burger, 1980). To zagadnienie jest niezwykle istotne nie tylko dla naukowcowej rekonstrukcji implicytnej komunikologii historycznej, ale przede wszystkim dla lepszego zrozumienia tego, jak ujmować

i analizować *media* jako przedmioty badań prezentowanej tutaj perspektywy. Dlatego też zostanie przeze mnie szerzej omówione w kolejnej części książki. W tym miejscu warto jednak nadmienić, że *Fajdros* nie musi być koniecznie odczytywany przez pryzmat *technologii* komunikacyjnych, ale można na niego patrzeć także poprzez zawarte w nim (implicytne!) pojęcie komunikacji. W taki właśnie sposób John Durham Peters pisze o Platońskim dialogu: „*Fajdros* wzięty w całości jest czymś więcej niż tylko kompendium niepokojów związanych z wpływem technologii na współzycie ludzi. Krytyka pisma jest tylko częścią większej analizy rozłamów powstających w duszy i pożądaniu, które kształtują każde działanie komunikacyjne. »Sokrates« wyraźnie podkreśla to, co jest implicite zawarte w większości dwudziestowiecznych lęków związanych z komunikacją: silną tęsknotę za kontaktem z niedotykalnym innym. W *Fajdrosie* nie mamy pytania o media, lecz o miłość, nie o techniki, lecz o wzajemność” (Peters, 2001, s. 36–37). W ten sposób można w Platońskim dialogu doszukiwać się rytualnego bądź konstytutywnego sposobu patrzenia na komunikację, która nie polega na przekazywaniu wiedzy czy mniemań o świecie, lecz skupia się na wytwarzaniu – poprzez interakcję – swoistej wzajemności.

Nie ulega wątpliwości, że postacią fundamentalną dla całej antycznej retoryki jest Arystoteles. Jego rozważania zawarte w *Retoryce* wciąż wyciskają swoje piętno na pracach odnoszących się do przemawiania, perswazji i manipulacji. Co istotne, z perspektywy prowadzonych przeze mnie „uhistoryczniających” badań nad komunikacją Arystoteles jest bardzo często traktowany jako „pierwszy myśliciel”, który mówi o komunikacji i jej transmisyjnym charakterze. Podkreśla się, że w pewnym sensie dostrzegał już triadyczność tych procesów i wskazywał na „nadawcę”, „odbiorcę” i „przekazywanie komunikatów”. Z takim twierdzeniem można się zgodzić, jeśli uznamy, że jest to daleko idące uproszczenie, ponieważ mówiąc o nadawcach i odbiorcach, mamy najczęściej na myśli podmioty, których rozumienie jest ściśle kartezjańskie. Oczywiście, nie chcę negować niezwykle istotnego wpływu Arystotelesa na całą dzie-

dzinę studiów nad komunikacją. Pragnę jedynie podkreślić, że włączenie Arystotelesowskich rozważań w zakres badań nad komunikacją musi być czynione z rozwagą.

Stagiryta w swoich pismach wyznaczył ramy zajmowania się komunikacją międzyludzką. Zdaniem Michaela Duesa i Mary Brown można wskazać główne obszary, które są adaptowane przez współczesne teorie komunikacji (Dues i Brown, 2001, s. 9–10). Pierwszym jest postrzeganie komunikacji jako czynności intencjonalnych. Oznacza to, że komunikacja zawsze jest nastawiona na cel, a komunikujące się ze sobą jednostki dążą do wpłynięcia na siebie. W tym miejscu można się doszukać kryterium oceny komunikacji, zgodnie z którym jest ona udana, jeśli ów „wpływ” nastąpił, jeśli udało się przekonać interlokutora. Drugim zasadniczym obszarem jest *systematyka*, która łączy trzy główne elementy dyskursu: *ethos*, *pathos*, *logos*. To prowadzi do wyróżnienia trzech typów mów: *doradczej*, *sądowej* i *popisowej* (Meyer, Carrilho i Timmermans, 2010, s. 48). Owe trzy główne elementy dyskursu pozwalają komunikującym się jednostkom wejść ze sobą w interakcję. *Ethos* jest wymiarem mówcy, który pozwala mu odnosić się do siły moralnej, cnoty i swojego charakteru, aby przekonywać audytorium. Wymiarem odnoszącym się do owego audytorium jest *pathos*, związany z namiętnościami wzbudzonymi przez słowa mówcy. Słowa i język wiążą się natomiast z wymiarem *logosu*, który postrzegany jest przez pryzmat stylu, rozumu i argumentów. Dlatego też retoryka od czasów Arystotelesa rozumiana jest głównie jako składowa owych trzech wymiarów: *ethos* – *pathos* – *logos* (naturalnie, u różnych myślicieli akcentowane były – jako istotne – różne elementy tej triady).

Powyżej przywołane rozważania Arystotelesa odnoszą się do tych procesów, które współcześnie określamy jako komunikacyjne. W tym przypadku nie ma mowy o diachroniczności rozważań Stagiryty – należy jednak podkreślić, że napisał on dzieło (niestety zaginione), które moglibyśmy nazwać jednym z pierwszych „pełnoprawnych” traktatów z zakresu implicytnej komunikologii historycznej. Poświęcone było historii retoryki i jak pisał Ciceron,

„[w]szyscy dawni retorzy, począwszy od Tejjasza, pierwszego z nich i twórcy tej sztuki, zostali zebrani w jednym dziele przez Arystotelesa, który odtworzył z największą dbałością imię każdego z nich, a zasady, które głosili, przedstawił z przejrzystością równą dokładności i doskonale wyjaśnił. Tak dalece przerósł swoich mistrzów wytwornością i precyzją stylu, że nikt nie będzie już szukał ich nauk w ich własnych dziełach, a kto będzie chciał się o nich czegoś dowiedzieć, sięgnie do Arystotelesa jako do o wiele prostszego interpretatora” (Cicero, 1873, II, 38).

Arystotelesowski sposób rozumienia retoryki zdominował myśl na wiele wieków. Komentatorzy często podnoszą, że pomiędzy Stagirytą a Cyceronem „działo się niewiele lub nic, co usprawiedliwiałoby większe zainteresowanie” (Meyer, Carrilho i Timmermans, 2010, s. 57). Oczywiście, możemy wskazać np. prace Hermagorasa, jednak to dopiero wraz z Cyceronem retoryka zyskuje nową myśl (Bryant i Miron, 2007, s. 407–408). Rzymski retor znany jest przede wszystkim z trzech słynnych dzieł: *Rozmowa o mówcy*, *Brutus* i *Orator*. Oryginalna myśl Cycerona łączyła retorykę z filozofią, co obu dawało równe szanse rozwoju, a nawet – jak ujmuje to Carrilho – pozwoliło na wyłonienie się u Cycerona „koncepcji świata i kultury, która przypisuje retoryce centralną rolę” (Meyer, Carrilho i Timmermans, 2010, s. 63). Wiąże się to z samą konstrukcją społeczeństwa Rzymu, jednak warto podkreślić, że akcentowanie zasadniczej roli retoryki w ówczesnym świecie społeczno-kulturowym może przywodzić na myśl sposób charakteryzowania XX wieku przez pryzmat kategorii komunikacji. Pozostając w kręgu rzymskiej retoryki, warto wymienić jeszcze postać Kwintyliana, którego *Kształcenie mówcy* jest najistotniejszym dziełem systematyzującym dotychczasową retoryczną tradycję. Właśnie przede wszystkim za to ceni się i przywołuje Kwintyliana – trudno bowiem wskazać jakieś istotne *novum* w jego pismach, gdyż zasadniczo podąża on drogą wyznaczoną przez Cycerona.

Próbując nakreślić dalszą linię rozwoju retoryki, napotykamy nie lada wyzwanie. Okazuje się bowiem, że choć możemy wskazać

np. okres tzw. „drugiej sofistyki” (Bryant i Miron, 2007, s. 408) i wczesnochrześcijańskiej retoryki, to problematyczne staje się wyznaczenie kluczowych punktów zwrotnych w tej historii. W zasadzie można tak określić jedynie postać Augustyna z Hippony, u którego odnajdujemy silne inspiracje pismami Cyserona. Trzeba też podkreślić, że wraz z Augustynem retoryka traci swoje znaczenie w myśli chrześcijańskiej i zaczyna być rozpatrywana tylko w związku z teologią – „dobra” retoryka to ta, która prowadzi do chrześcijańskiej prawdy. Jednak dla historii badań nad ideą komunikacji Augustyn jest o wiele bardziej interesujący jako badacz znaków i interakcji ludzkich niż jako badacz retoryki. Takie „przewartościowanie” znaczenia Augustyna dla studiów nad komunikacją ponownie odnajdujemy w książce Petersa *Speaking into the Air*, w której Augustyn przedstawiony jest jako postać fundamentalna dla spirytualistycznej tradycji rozważań nad komunikacją. Jak pisze Peters, „Augustyn na wiele sposobów może być uważany za źródło pojęcia komunikacji i najważniejszą postać w historii teorii lingwistycznej. Tzvetan Todorov uznaje go za kluczową figurę w semiotyce pomiędzy Platonem i de Saussure’em. (...) Augustyn postrzegał duszę jako niematerialną i zbudował z niej zbroję przeciwieństw, które komunikacja jest w stanie pokonywać i odtwarzać, tak jak jest w stanie przekraczać duszę i ciało, umysł i zmysły, wieczność i czas, to, co w środku i na zewnątrz. Augustyn pomógł zbudować zarówno wewnętrzne ja, jak i marzenie o przekraczaniu owego ja w komunikacji” (Peters, 2001, s. 67–68).

Również w późniejszych okresach – jak pokazują Michel Meyer, Manuel Maria Carrilho i Benoît Timmermans – trudno jest mówić o takich postaciach retoryki jak w antycznej tradycji (Meyer, Carrilho i Timmermans, 2010). W zasadzie retoryka „odżywa” na moment w odrodzeniu i w XX wieku (jednakże ubiegłowieczna retoryka jest już zgoła odmienną tradycją i dyskusja nad włączeniem jej w obszar badań nad komunikacją wymagałaby osobnego przedstawienia). W interesujący sposób wyjaśniają to przywołani autorzy: „retoryka odradza się zawsze w chwilach, gdy stare modele

intelektualne, a więc kulturowe, upadają. Chodzi o starożytną Grecję między Homerem a Platonem, renesans i właśnie nasz XX wiek: trzy słynne okresy, które widziały retorykę kwitnącą i rozwijającą się dzięki wolności zrodzonej jakby na szczątkach dawnych modeli myślowych, które nic już nie wyjaśniają” (Meyer, Carrillo i Timmermans, 2010, s. 255). Tak jak już wskazywałem, uprzywilejowana rola retoryki zmienia się w czasach odrodzenia. Jak piszą Dues i Brown, odrodzeniowe próby „podzielenia” rzeczywistości na świat materialny i niematerialny oraz niezwykle drobiazgowa kategoryzacja przedmiotów badawczych spowodowały fragmentaryzację retoryki (Dues i Brown, 2001, s. 21). Główną rolę w tym procesie odegrał Peter Ramus, który zepchnął retorykę jedynie do roli nauczania stylu, zapamiętywania i wygłaszania przemów (w ten sposób *inwencja* i *dyspozycja* zostały „przyklejone” do dialektyki, a więc w zasadzie do filozofii). Natomiast badacze komunikacji wiążą zmianę statusu retoryki przede wszystkim z upowszechnieniem się prasy drukarskiej i stworzeniem w ten sposób pierwszych mediów masowych (Bryant i Miron, 2007, s. 417). Z perspektywy prowadzonych w niniejszej książce rozważań istotne jest to, że wraz z utratą uprzywilejowanej roli przez retorykę możemy dostrzec wyłaniający się „dyskurs nad komunikacją” i jej rolę w organizowaniu wspólnot. Dlatego drugi okres implicytnej komunikologii historycznej nazwałem – chociaż zdaję sobie sprawę, że jest to nazwa niejako na wyrost – erą komunikacji.

(b) Era komunikacji

Naturalnie, nie można postrzegać odrodzenia jedynie jako okresu, w którym deprecjonuje się retorykę. Jeśli patrzymy na powstające od tego momentu koncepcje, możemy rozpoznać prekursorów językowo-komunikacyjnego myślenia o rzeczywistości. Wystarczy przywołać w tym miejscu chociażby Erazma z Rotterdamu czy Giambattistę Vica, który dostrzegał wpływ nazywania doświadczeń na sposób poznawania świata. Można również przywołać np. Fran-

cisa Bacona, pod wpływem którego John Bulwer opublikował w 1644 roku pracę *Chirologia* – starał się w niej przebadać sposób niewerbalnego wyrażania myśli i uczuć (Dues i Brown, 2001, s. 23).

Jednakże to, co nazwałem „erą komunikacji”, rozpoczyna się zasadniczo wraz z empiryzmem brytyjskim w filozofii, a dokładniej – w momencie opublikowania przez Johna Locke’a *Rozważań dotyczących rozumu ludzkiego*. Wpływ pism tego myśliciela – najważniejszego empirysty brytyjskiego – na filozofię polityki, epistemologię oraz semiotykę jest nie do podważenia. Jego dzieła wciąż pozostają punktem odniesienia dla wielu koncepcji filozoficznych. Zarysowany w *Rozważaniach...* sposób rozumienia źródeł ludzkiego poznania na wiele lat wyznaczył kierunek debat teoriopoznawczych. Dopiero w XX wieku – wraz ze zwrotem lingwistycznym w filozofii – na dobre porzucono przyglądanie się Locke’owskiemu *ideom* i rozpoczęto analizę elementów wypowiedzi językowych, które są używane w procesie komunikacji.

Dzieła Locke’a można jednak badać również pod kątem zawartych w nich teoretycznych wyobrażeń o komunikacji, ponieważ koncepcja *komunikacji* zawarta w pismach tego filozofa była nowatorska nie tylko w jego czasach, ale – co istotne – antycypowała ustalenia teoretyczne współczesnych transmisyjnych modeli komunikacji. Teoretycy z obszaru studiów nad komunikacją i komunikologii często pokazują, że źródeł myślenia o komunikacji jako o procesie, w którym jedna jednostka przekazuje coś drugiej, należy szukać w dziewiętnastowiecznych koncepcjach – przede wszystkim z zakresu ekonomii politycznej. Jednak odwoływanie się wyłącznie do etymologii wyrazu oraz do pojawiającej się w XIX wieku *metafory organicznej* (komunikacja jako krwiobieg społeczeństwa) nie jest uzasadnione. Okazuje się bowiem, że myślenie o komunikacji w kategoriach transferowania czegoś ma dużo starszą proveniencję. Oczywiście, współczesne rozumienie tego pojęcia (oparte m.in. na rozumieniu „nadawcy” i „odbiorcy” jako kartezjańskich – czyli autonomicznych, świadomych i racjonalnych – podmiotów) jest inne od tego, jakie było współdzielone w starożytnym Rzymie.

Oznacza to jednak, że można prowadzić badania w perspektywie diachronicznej i analizować rozwój rozumienia tego, co współcześnie nazywamy *komunikacją* czy też *praktykami komunikacyjnymi*.

Chociaż literatura przedmiotu na temat filozofii Locke'a jest ogromna, to w interesującym mnie aspekcie – badań nad procesem komunikacji – niewielu badaczy podejmuje się takich analiz. Wynika to przede wszystkim ze skoncentrowania się (głównie w aspekcie semiotycznym) na badaniu *języka* oraz *znaku*. Termin *komunikacja* pojawia się wiele razy w *Rozważaniach...* Locke'a i chociaż nie pełni pierwszoplanowej roli, to można pokazać, że sposób myślenia tego filozofa o procesie komunikacji jest konsekwencją jego wyborów na gruncie koncepcji teoriopoznawczych i politycznych (Bergman, 2001; Peters, 1989).

W XVII i XVIII wieku w filozofii brytyjskiej badanie komunikacji było „przysłonięte” badaniem języka i znaków. To wtedy powstają słynne traktaty i rozważania o językach uniwersalnych (m.in. George'a Dalgarna i Johna Wilkinsa). Locke oraz jemu współcześni komentatorzy wpisują się w tę konwencję i kładą nacisk przede wszystkim na język oraz znak – komunikacja jako proces, dzięki któremu zarówno język, jak i wspólnota funkcjonują, jest – jak się zdaje – transparentnym wymiarem owej rzeczywistości.

Jednakże – jak pokazały badania Johna Durhama Petersa (Peters, 1989; 2001), Gary'ego Radforda (Radford, 2005) oraz Christophera Gaukera (Gauker, 1992) – nie jest możliwe pełne zrozumienie źródeł współczesnego pojęcia komunikacji bez dokładnej analizy rozprawy Johna Locke'a. Niezwykle interesujący jest problem, przed którym stanął brytyjski filozof. Mianowicie, na gruncie swojej filozofii przyjmował, że nie ma niczego w słowach i słowa są niczym – *nullius in verba* – a zatem nie są godne zaufania (w przeciwieństwie do idei). W jaki więc sposób można było pogodzić ten pogląd z wysuwaną społeczną teorią liberalizmu opartą na prymacie jednostek? Empirysta brytyjski stanął przed dylematem: Jak owe jednostki czerpiące wiedzę z doświadczania połączyć ze sobą? Jaki wskazać mechanizm? W ten sposób Locke musiał wskazać na „ko-

munikację”, a słowa potraktować jako „naczynia” na idee, które mogą być transportowane między uczestnikami komunikacji.

Niezwyczajnie celnie podsumował to Gregory J. Shepherd: „w swoim przedsięwzięciu zbudowania społecznej teorii liberalizmu Locke został postawiony przed problemem: W jaki sposób społeczna teoria oparta na prymacie jednostek mogłaby się udać? Mechanizm połączenia jednostek był wymagany, żeby liberalizm nie padł ofiarą solipsyzmu. Locke rozwiązał ten problem, przyjmując rozumienie słów jako jedynie pustych naczyń, skazując je na służenie *ideom* oraz wynajdując nowożytne, transportowe postrzeganie komunikacji. W liberalizmie Locke’a komunikacja została skonceptualizowana jako przekaźnik, kanał, zwykłe medium służące transferowi myśli, jako pomocniczy mechanizm pośredniczenia między jednostkami” (Shepherd, 1993, s. 87). Oczywiście, Locke nie pisał o przeszłych zjawiskach komunikacyjnych, lecz poprzez swoje dzieła konstituował transmisyjne rozumienie procesów komunikacyjnych. „Dziedzictwo Locke’a” jest niezwykle istotne dla przedmiotu badań komunikologii historycznej – w szczególności w zakresie teoretycznych wyobrażeń zbiorowych. Dlatego też sposobowi rozumienia komunikacji przez empirystę brytyjskiego poświęcę więcej miejsca w trzeciej części książki, w której podejmę się przeanalizowania różnych konceptualizacji metaforycznych.

Jak podkreślają redaktorzy *The Handbook of Communication History*, w XVII i XVIII wieku termin „komunikacja” stał się niezwykle istotny zarówno w angielskiej, jak i francuskiej czy szkockiej filozofii (Simonson et al., 2013, s. 17). Źródeł tej ważności należałoby szukać w oświeceniowych poglądach na rozwój historyczny oraz w republikańskich poglądach na temat wspólnoty. Taki „dyskurs nad komunikacją” rodził się w czasach wielkich dysput, zderzeń kultur i cywilizacji: wystarczy wspomnieć tylko o „zderzeniu” protestantów z katolikami, europejskiej kolonizacji Afryki, Ameryk i Indii (Simonson i in., 2013, s. 17). Oczywiście, nie można też zapominać o niezwykle znaczącym czynniku, jakim są narodziny nowożytnej nauki.

Właśnie na takim gruncie wyrastają pierwsze prace, które współcześni komentatorzy włączają w zakres prehistorii historii komunikacji. Mowa tutaj np. o dziełach Étienne'a de Condillaca czy wspomnianych już Vica i Rousseau. Przy czym raz jeszcze należy podkreślić, że myśliciele ci są przywoływani przeze mnie w ramach implicytnej komunikologii historycznej jedynie jako pewnego rodzaju „inspiracje” współczesnych badaczy – nie można bowiem twierdzić, iż byli oni pełnoprawnymi (z perspektywy współczesnej komunikologii) badaczami historii komunikacji. Z drugiej strony, gdybyśmy ich nie przywołali, okazałoby się, że współczesne badania nad komunikacją wzięły się „znikąd”. Wiemy natomiast, że jest zgoła odmiennie – są one bowiem wynikiem społeczno-kulturowego rozwoju refleksji nad procesami komunikacyjnymi. Naturalnie, ponownie stajemy przed dylematem, którego w zasadzie nie da się rozwiązać w łatwy sposób i należy się pogodzić z jego problematycznością: skoro przywołujemy w takiej prehistorii historii komunikacji pisma Augustyna z Hippony i Rousseau, to dlaczego by też nie wspomnieć o Wilhelmie von Humboldcie czy Johannie Gottfriedzie Herderze? Wszak oni również pisali o języku, a pisma te można uznać za inspirujące dla współczesnych badaczy komunikacji. Chociaż jest to problem niezwykle interesujący, to jak starałem się argumentować wcześniej, musimy dokonać wyboru i wskazać te „bardziej inspirujące” prace. W przeciwnym razie sami sprowadzilibyśmy na siebie paraliż w prowadzonych analizach i musielibyśmy je zawiesić. Kwestia ta wskazuje ponadto, że prehistorii historii komunikacji jest wiele, a wynika to z samego charakteru badań nad kulturą i komunikacją. W pierwszej części przywołałem metodologiczną deklarację Grzegorza Godlewskiego, którą przyjmuję w niniejszej pracy: „postępowanie badawcze nie może zaczynać się od rozstrzygnięć teoretycznych, lecz musi być otwarte na wyzwania samego obszaru kultury, na płynące stamtąd impulsy” (Godlewski, 2008, s. 21).

Dla rozwoju badań nad komunikacją najważniejszy jest wiek XIX, w którym po raz pierwszy pojęcie komunikacji w sposób zauwa-

żalny staje się przedmiotem badań. Co istotne, komunikacja swoje miejsce odnajduje przede wszystkim dzięki rozwijającej się ekonomii politycznej (Simonson et al., 2013, s. 18–20). To natomiast sprawia, że łatwiej jest zrozumieć transmisyjne nacechowanie współczesnego rozumienia tego pojęcia. John Stuart Mill w *Principles of Political Economy* uczynił z transportu jedno z zasadniczych „kół zamachowych” historycznego rozwoju: „taka komunikacja od zawsze jest, a szczególnie w obecnych czasach, jednym z podstawowych źródeł rozwoju” (Mill, 2009, s. 453).

Okazuje się bowiem, że dzisiejsze pojęcie komunikacji jest „przeziąknięte” rozumieniem „komunikacji jako transportu”, w znaczeniu przemieszczania z miejsca na miejsce różnego rodzaju towarów i dóbr. Owo przejście od badań transportu do badań komunikacji swój punkt kulminacyjny uzyskuje w pismach kanadyjskiego ekonomisty politycznego Harolda Innisa, którego prace wyznaczyły na wiele lat sposób rozumienia determinizmu technologicznego w badaniach nad komunikacją (Innis, 2008). Natomiast Herbert Spencer w pracy *Principles of Sociology* wskazywał, że komunikacja jest systemem regulującym społeczeństwo. Co więcej, z ekonomii politycznej wyłania się z czasem socjologia, z tej – prasoznawstwo, a z niego – medioznawstwo.

W wieku XIX zaczynają się też wyłaniać empirycznie ugruntowane badania nad historią prasy, książek i przemysłów medialnych. Spośród odnoszących się do nich dzieł autorzy *The Handbook of Communication History* przywołują kilka najbardziej znaczących: Isaiaha Thomasa *History of Printing in America* z 1810 roku, Alexandra Andrewsa *The History of British Journalism* z 1859 roku oraz H.R. Foxa Bourne’a *English Newspapers* z 1887 roku. Oczywiście, takich prac z drugiej połowy XIX wieku (powstałych w szczególności w Europie) można byłoby wskazać dużo więcej. Wówczas bowiem nie tylko rodzi się zainteresowanie procesami komunikacyjnymi (jako rozwinięcie badań ekonomii politycznej), ale – co równie istotne – wyłania się historia jako dyscyplina akademicka i rozpowszechnia się diachroniczne patrzenie na wszelkie zjawiska spo-

łeczno-kulturowe. W ten sposób rodzą się badania nad mediami, które określam mianem narodowych mikrohistorii komunikacji, czyli nad kronikami konkretnego medium na obszarze jednego państwa. Dopiero w drugiej połowie XX wieku do głosu dojdą postulaty wskazujące na konieczność szerszego analizowania przemysłów medialnych, nie zaś jedynie w odniesieniu do wąskiego obszaru terytorialnego. Natomiast sam początek ubiegłego wieku sprawi, że zainteresowanie komunikacją, procesami manipulacji i propagandy wzrośnie do tego stopnia, iż zaczną się wyłaniać autonomiczne studia nad komunikacją, a wraz z nimi eksplicytna komunikologia historyczna.

EKSPLICYTNA KOMUNIKOLOGIA HISTORYCZNA

Badania w obrębie eksplicytnej komunikologii historycznej prowadzone są od kilkudziesięciu lat. Jak wskazywałem w poprzednim rozdziale, można mówić o rozważaniach o przeszłych zjawiskach komunikacyjnych przed wyłonieniem się samodzielnych badań nad komunikacją, a w ich ramach studiów z zakresu komunikologii historycznej. Jednakże tylko po uwzględnieniu kilku warunków można takie badania włączać w zakres komunikologii. Wynika to nie tylko z dwudziestowiecznej proveniencji teorii komunikacji, ale również z tego, że historia *jako* dyscyplina naukowa narodziła się w XIX wieku. Dlatego prezentacja dominujących perspektyw w komunikologii historycznej ogranicza się do ubiegłego wieku, co wszakże nie oznacza, że naszkicowanie mapy myśli i podejść w ramach tej młodej subdyscypliny jest proste. Jak już zostało podnoszone wcześniej, kształt dyscypliny, a zatem i jej podejść badawczych, jest współkonstituowany przez definicję jej przedmiotu badawczego. Przyjrzyjmy się zatem podstawowym klasyfikacjom głównych perspektyw w ramach komunikologii historycznej. Co ważne i co należy podkreślić, wciąż – poza nielicznymi wyjątkami (Nerone, 2006; Scannell, 2011; Schudson, 1991; Stacks i Hocking, 1999) – jest bardzo niewiele prac metateoretycznych, które spoglą-

dają z piętra abstrakcji na badania prowadzone w obrębie komunikologii historycznej.

Punktem wyjścia może być klasyfikacja obszarów badań historycznych zaproponowana przez Dona W. Stacksa i Johna E. Hockinga w pracy *Communication Research*. Według nich można wskazać siedem potencjalnych obszarów badań historycznych w ramach komunikologii historycznej (Stacks i Hocking, 1999, s. 101–102). Są to:

1. *Podjęcie biograficzne*, kiedy to badacze koncentrują się na życiu poszczególnych osób, takich jak Abraham Lincoln, Adolf Hitler czy Ronald Reagan. W takiej perspektywie analizuje się nie tylko, co dana osoba powiedziała i napisała, ale również kto analizował jej stanowisko i inspirował się nim.

2. *Obszar badań nad ruchami społecznymi oraz studia nad dyskursem* – w ramach takich badań analizuje się rozwój ruchów antywojennych czy też protestów.

3. *Studia regionalne* koncentrują się na wpływie komunikacji na geograficznie ustalony obszar, taki jak państwo czy naród. W ten sposób mogą być badane brytyjskie przemówienia, amerykańskie dziennikarstwo czy niemieckie krytyki filmowe.

4. *Studia instytucjonalne* poświęcone są analizie konkretnych podmiotów, przedsiębiorstw, takich jak IBM, dziennik „New York Times” czy stacja telewizyjna CBS, ale również szkoła toroncka czy szkoła chicagowska.

5. *Studia przypadków* poświęcone są konkretnym wydarzeniom, instytucjom czy osobom w konkretnym „punkcie” w czasie, np. badaniu wpływu afery Watergate na retorykę stosowaną przez prezydenta Nixona.

6. *Studia selektywne* są rodzajem studiów nad przypadkami. Różnica polega na analizie nie konkretnego przypadku, ale konsekwencji danego wydarzenia na przestrzeni lat.

7. *Studia redakcyjne* polegają na analizie, tłumaczeniu oraz pracach edytorskich nad źródłami historycznymi.

Kiedy przyjrzymy się tej klasyfikacji, trudno nie oprzeć się wrażeniu, że mamy tutaj do czynienia z kategoryzacją, która mogłaby dotyczyć każdej innej kulturowej działalności ludzi – nie tylko komunikacji, ale również praktyk religijnych, artystycznych i wszelkich aktywności symbolicznych. Wynika to z tego, że historycy są przyzwyczajeni do wyszukiwania w przeszłych zjawiskach umotywowanych aktorów, którzy są sprawcami działań. Konsekwencją tego jest porzucanie (a raczej niedostrzeganie) zasadniczych aspektów, takich jak czynniki zewnętrzne czy kontekst owych działań (Schudson, 1991, s. 176). Paddy Scannell podkreśla, że takie podejście często wynika z naiwnego założenia, iż nie da się wskazać poziomu wyjaśnienia dla struktur determinujących (Scannell, 2011, s. 193).

Charakteryzując dwa okresy komunikologii historycznej, wskazałem, że dominującymi podejściami badawczymi w eksplicytniej komunikologii historycznej są: (1) historia mediów oraz (2) teoria komunikacji. Jednakże taka klasyfikacja wynika przede wszystkim z definicji dwóch obszarów przedmiotu komunikologii historycznej. Te natomiast wyznaczane są poprzez dwa aspekty (medialny i wyobrażeniowy) komunikacji. Wyróżnione przeze mnie perspektywy są zatem połączone z przedmiotem, który badają.

Czy można więc rozpoznać podobne podejście w klasyfikacji Stacksa i Hockinga? W pewnym sensie tak, jednak jest to niezwykle trudne z ważnego powodu: wymienione perspektywy swój charakter uzyskują nie poprzez „aspekty komunikacyjne”, lecz poprzez cechy działających podmiotów. Wyróżnia się podejście biograficzne i analizuje twórczość danej osoby, ale nie dlatego, że wносиła istotny wpływ na sposób rozumienia tego, czym jest komunikacja, lub rozwijała technologie informacyjne, lecz dlatego, że była np. istotnym politykiem. Oczywiście, nie ma w tym nic złego, chociaż, jak już podkreślałem, w ten sposób możemy wyznaczać perspektywy dla dowolnego przedmiotu zainteresowań badań historycznych. Jak zatem można inaczej wyróżniać dominujące perspektywy w komunikologii historycznej?

Interesującą propozycję wysuwa Michael Schudson, socjolog z Uniwersytetu Columbia. Jego kategoryzacja pod wieloma względami jest podobna do tej kształtowanej w perspektywie kulturalistycznej. Zdaniem tego autora w ramach komunikologii historycznej możemy wyróżnić trzy główne rodzaje perspektyw (Schudson, 1991, s. 176), które nazywa on: (1) makrohistorią, (2) historią właściwą oraz (2) historią instytucjonalną. Schudson podkreśla, że bardzo ciężko pisze się o metodologii komunikologii historycznej. Wynika to z trzech powodów: (1) niewiele tekstów historycznych stawia problemy komunikacyjne na pierwszym miejscu, (2) zdecydowanie niewiele tekstów poruszających zagadnienie przeszłych zjawisk komunikacyjnych rozpoznaje nierozdzielność technologii i formy kulturowej, (3) bardzo niewielu badaczy proponuje, jak połączyć rozumienie mediów z centralną kwestią, tj. społeczno-kulturowymi transformacjami praktyki (Schudson, 1991, s. 188–189).

Makrohistoria jest perspektywą najczęściej wykorzystywaną w badaniach. Rozpatruje się wówczas relację między mediami a ewolucją człowieka. Istotnym pytaniem badawczym zadawanym w takiej perspektywie jest: „W jaki sposób komunikologia historyczna może rzucić nowe światło na ludzką naturę?”. W związku z tym głównymi przedstawicielami makrohistorii są Harold Innis i Marshall McLuhan. Można zatem pokusić się o stwierdzenie, że makrohistorię można, oczywiście w uproszczeniu, utożsamiać z dorobkiem szkoły toronckiej i jej kontynuatorów.

Historia właściwa jest najpóźniejszą perspektywą z trzech wskazywanych przez Schudsona. W jej ramach stawianym pytaniem badawczym jest: „Jak przemiany komunikacji wpływają na społeczeństwo i jak komunikacja może się transformować pod wpływem innych aspektów zmiany społecznej?”. W ramach makrohistorii badacze są zainteresowani tym, co komunikacja może nam powiedzieć o innych fenomenach: naturze ludzkiej, społeczeństwie, postępie, modernizacji (Schudson, 1991, s. 177). Natomiast w historii właściwej interesuje nas przede wszystkim to, co badanie społeczeństwa może nam powiedzieć o komunikacji. Takim klasycznym

przykładem są badania Elizabeth Eisenstein analizujące zmiany wynikające z przejścia z kultury rękopiśmiennej do kultury druku oraz wpływ, jaki to przesunięcie miało na transformację polityki, nauki i myśli społecznej. Zdaniem Schudsona tutaj można zakwalifikować Jürgena Habermasa rozważania nad rolą komunikacji w demokratycznej, burżuazyjnej sferze publicznej. Historia właściwa sięga do makrohistorii i zadaje pytanie, jak media komunikacji konstytuują ludzki charakter. W ten sposób dzięki ufundowaniu rozważań na filozoficznej antropologii umieszcza się to pytanie w historycznym kontekście: jak konkretne zmiany (nie tylko zmiany mediów, ale również transformacje w organizacji, ideologii, relacjach ekonomicznych) wpływają na ludzkie doświadczenie. Tam, gdzie makrohistorie pytają głównie o to, jak media kształtują zdolności ludzkiego umysłu, historia właściwa pyta, jak media konstytuują i jak są konstytuowane przez jaźń, doświadczenie czasu i przestrzenie, pojęcie sfery publicznej oraz język, dzięki któremu ludzie się rozumieją i doświadczają istnienia innych części świata (Schudson, 1991, s. 181).

Historia instytucjonalna (tradycyjna) rozważa „rozwój mediów”, ale rozumiany przede wszystkim jako rozwój przemysłów medialnych. Przy czym, zdaniem Schudsona, w obręb historii instytucjonalnej możemy zaliczyć historię języka, historię powieści, historię komedii. W ramach historii instytucjonalnej zadaje się pytanie: „Jak dana instytucja komunikacji się rozwijała?”. Zainteresowanie badacz koncentruje się przede wszystkim na siłach społecznych pozostających na zewnątrz instytucji medialnej. Natomiast jakkolwiek wpływ instytucji lub przemysłu medialnego na społeczeństwo jest przyjmowany za pewnik w badaniach (Schudson, 1991, s. 178-179). Dlatego też historie instytucjonalne w dużej mierze opierają się na nagraniach i archiwach rządowych oraz prywatnych organizacji.

Opisując te trzy główne perspektywy, Schudson uważa, że wzorcowym przykładem badań z zakresu komunikologii historycznej (w ujęciu Schudsona – historii właściwej analizującej historię mediów) jest praca Michaela McGerra z 1986 roku *The Decline of*

Popular Politics. The American North, 1865–1928 dotycząca transformacji kampanii politycznych pod koniec XIX wieku w Ameryce. Schudson wskazuje, że wzorcowość pracy McGerra wynika z dwóch powodów. Przede wszystkim autor ten bada relacje między medium a zmieniającym się obszarem ludzkiego doświadczenia polityki, ponadto odrzuca redukcjonistyczne rozumienie mediów jako swoistego trójkąta: mówienia, pisania i mediów elektronicznych. McGerr chciał przebadать, dlaczego w pewnym momencie politycy przestali być interesujący dla Amerykanów. Uznał, że Stany Zjednoczone miały niezwykle barwne życie polityczne w połowie XIX wieku, które charakteryzowało się prężną prasą, przywiązaniem obywateli do partii politycznych oraz bardzo żywymi kampaniami politycznymi, angażującymi wielu obywateli. Jednakże od lat dwudziestych ubiegłego wieku ta „popularna polityka” została zastąpiona bardziej zawężonym życiem publicznym. Schudson uważa, że praca McGerra jest interesująca, gdyż inni próbowali wytłumaczyć tę przemianę zmianą frekwencji wyborczej i zaangażowania politycznego w Stanach Zjednoczonych, natomiast McGerr mocno podkreśla, że nowa ideologia elit politycznych była skoncentrowana na używaniu odpowiedniego rodzaju komunikacji do kampanii wyborczych, co z kolei spowodowało powstanie nowych sposobów uprawiania praktyki wyborczej. Takie wyjaśnienie odwraca związek polegający na wpływie mediów na praktyki. Dlatego, co podkreśla Schudson, w ramach komunikologii historycznej „media komunikacji” muszą być rozumiane jako praktyki społeczne (pewne formy kulturowe), a nie jako poszczególne technologie. Stwierdza też, że nie jesteśmy w stanie zidentyfikować konkretnej technologii bez jej kulturowej formy, która ją „zaprzęga” (Schudson, 1991, s. 185–186). Musimy patrzeć na media w taki właśnie sposób, inaczej bowiem postrzegamy przedmiot komunikologii historycznej przez pryzmat sekwencji odkryć technicznych, a samą komunikologię historyczną czynimy prostą wersją determinizmu technologicznego. Schudson przytacza Careyowską krytykę McLuhana: bezpośredni efekt nowych technologii komunikacyjnych nie wpływa na

„poznanie” czy „umysł”, ale przede wszystkim na wzory społecznej organizacji doświadczenia. Poznanie nie jest indywidualną własnością jednostki, ale jest społecznie (lecz nie tylko technologicznie) konstruowanym fenomenem. Co więcej, Schudson podkreśla, że komunikacja zależna jest również od leżących u podstaw społeczeństwa sposobów rozumienia „czasu i przestrzeni”. W związku z tym warto wykorzystać dorobek francuskiej i niemieckiej socjologii, w ramach której podnoszono zagadnienie reprezentacji zbiorowych jako form organizacji doświadczenia zbiorowego.

Podjęcie Schudsona jest mi bliskie, ponieważ podkreśla on nierozłączność badania mediów, form kulturowych i wyobrażeń zbiorowych. Pisanie historii mediów nie może być sprowadzane tylko do kroniki mediów czy powstawania nowych technologii. Nie można w taki sposób redukować badań nad przeszłymi zjawiskami komunikacyjnymi, gdyż owe technologie wykorzystywane są zawsze w ramach jakiegoś działania komunikacyjnego i jakiejś praktyki komunikacyjnej. Natomiast efekt tego wykorzystania mediów w komunikacji zależny jest także od sposobów społecznego organizowania doświadczenia zbiorowego. Dlatego badania prowadzone w ramach komunikologii historycznej zawsze są badaniami działań i praktyk komunikacyjnych, zaś kładzenie akcentów na jeden tylko z aspektów (medialny lub wyobrazeniowy) sprawia, że komunikologia historyczna staje się „historią mediów” lub „historią wyobrażeń o komunikacji”. Przedmiotem analiz komunikologii historycznej winna być komunikacja *jako taka*, czyli działanie i praktyka komunikacyjna jako współkonstruowane przez swoje aspekty, a nie tylko przemiany technologiczne.

Przypomnijmy, Michael Schudson wyróżnił makrohistorię komunikacji, historię właściwą oraz historię instytucjonalną. Przez historię właściwą rozumie to, co ja nazywam po prostu *komunikologią historyczną*, czyli badania nad przeszłymi zjawiskami komunikacyjnymi starające się ująć komunikację w jej aspekcie medialnym i wyobrazeniowym. Natomiast makrohistorię komunikacji utożsamia z wynikami szkoły toronckiej, a pod pojęciem historii instytu-

cjonalnej (tradycyjnej) ujmuje przede wszystkim coś, co ja nazywam mikrohistoriami środków komunikacji, a więc historie gatunków medialnych, historie prasy czy historie dziennikarstwa. Okazuje się zatem, że chociaż Schudson podkreśla konieczność patrzenia na przeszłe zjawiska komunikacyjne przez pryzmat całościowego ujęcia medium, formy kulturowej oraz wyobrażeń, to wskazuje w swojej kategoryzacji jedynie na medium (makrohistoria i historia instytucjonalna) i podkreśla, że powinno się tę perspektywę podnieść do rangi „historii właściwej”. Trzeba wszakże zauważyć, że brakuje w tym miejscu skupienia się na wyobrażeniowym wymiarze komunikologii historycznej. Gdzie bowiem Schudson zakwalifikowałby badania nad historią teorii komunikacji albo badania z zakresu historii mentalności lub historii intelektualnej – a więc właśnie tych wymiarów, o których pisze, że są kluczowe dla całościowego ujęcia przedmiotu badawczego?

W związku z tym w ramach perspektywy kulturalistycznej w komunikologii historycznej wyróżniam badania skoncentrowane na aspekcie medialnym oraz te skupiające się na aspekcie wyobrażeniowym. Perspektywy badawcze komunikologii historycznej można zatem ująć w dwie grupy: (1) historia mediów oraz (2) historia wyobrażeń zbiorowych o komunikacji. Wskazane dwie grupy oraz poniżej omówione szczegółowe klasyfikacje perspektyw badawczych są sprzężone z dwoma obszarami przedmiotu badawczego komunikologii historycznej. Jest to oczywista konsekwencja założenia o wzajemnym współkonstituowaniu się przedmiotu badawczego i strategii badawczych w ramach dyscyplin naukowych.

W ramach „historii mediów” prowadzi się badania, które można zaklasyfikować jako: (1) „kroniki mediów” – *mikrohistorie środków komunikacji*, (2) „szkoła toroncka” – *makrohistorie form komunikacji*. Natomiast w obrębie „historii wyobrażeń zbiorowych o komunikacji”, czyli najrzadziej podejmowanych badań w ramach komunikologii historycznej, można wskazać podział na: (1) „historię mentalności”, którą można rozumieć jako historię potocznych wyobrażeń zbiorowych o komunikacji, oraz (2) „historię intelektualną”, czyli

historię teoretycznych wyobrażeń zbiorowych o komunikacji. W ramach historii intelektualnej można wyróżnić dwa podtypy: (a) historię wyobrażeń przedkomunikologicznych, czyli tych podzielanych przez myślicieli przed wyłonieniem się samodzielnej dyscypliny komunikologicznej (tj. związanej z okresem implicytnej komunikologii historycznej), oraz (b) historię wyobrażeń komunikologicznych, którą można krócej nazwać po prostu *historią teorii komunikacji*.

Definiując dwa okresy komunikologii historycznej, wskazałem, że w ramach eksplicytniej komunikologii historycznej dominującymi perspektywami są: (1) historia mediów oraz (2) historia teorii komunikacji. W ramach historii mediów można mówić o pisaniu mikro- oraz makrohistorii – obie perspektywy są bardzo często podejmowane w badaniach. Natomiast w przypadku historii wyobrażeń zbiorowych o komunikacji podejmuje się głównie badania z zakresu historii teorii komunikacji, pomijając w zasadzie badania z zakresu historii mentalności oraz historii intelektualnej, dla której przedmiotem analiz są np. osiemnastowieczne traktaty filozoficzne. Nie oznacza to, że takie badania nie są w ogóle podejmowane, lecz raczej to, że nie są one uznane za badania komunikologiczne, ponieważ przyjmowana (najczęściej transmisyjna) definicja komunikacji opiera się przede wszystkim na aspekcie medialnym komunikacji, pomijając w ten sposób cały wymiar wyobrazeniowy. Dlatego potrzebne jest włączenie analiz Darntona (1990) czy Eisenstein (2005) i uznanie ich za wzorcowe przykłady badań z zakresu komunikologii historycznej. To natomiast możliwe jest tylko wtedy, gdy komunikację uznajemy za nierozdzielne zespolenie działania i praktyki wraz z ich aspektami medialnymi i wyobrazeniowymi. Rozwinięcie tej propozycji znajdzie się w trzeciej części niniejszej książki, kiedy będę analizował m.in. drugi obszar przedmiotu badawczego komunikologii historycznej, jakim są właśnie wyobrażenia zbiorowe.

DWA OBSZARY PRZEDMIOTU KOMUNIKOLOGII HISTORYCZNEJ

Przedstawienie dwóch obszarów przedmiotu badawczego komunikologii historycznej służy uporządkowaniu i nakreśleniu „mapy myśli”, która ułatwi mówienie o historycznych badaniach nad komunikacją. Sam przedmiot badań komunikologii historycznej będzie analizowany w trzeciej części książki; w tym miejscu należy określić jego granice, aby zarysowanie tego, czym jest komunikologia historyczna, było – na ile to możliwe – kompletne.

Takie narzędzie heurystyczne może służyć do pokazania, że badań nad komunikacją nie należy ograniczać do analiz medioznawczych. Oczywiście, zakładając historyczność komunikacji oraz „komunikowania o komunikacji”, nie mogą rościć sobie prawa do uniwersalności tego schematu – prezentowana propozycja musi bowiem spełniać warunki, które sama na siebie nakłada. Schemat dwóch obszarów jest wyrazem rozważań badacza, który z perspektywy XXI wieku reflektuje nad badaniami nad komunikacją.

Oznacza to również, że potencjalnie tych obszarów może być mniej lub więcej, a ich liczba zależy przede wszystkim od tego, jak zdefiniujemy samą komunikację i jakie badania będziemy podejmować. W przypadku ujęcia rozwijanego w tej pracy liczba obszarów wynika z przyjmowanej kulturalistycznej definicji działania komunikacyjnego i praktyki komunikacyjnej oraz z niemożliwości

zredukowania poszczególnych dziedzin do siebie³³. Przykładowo, badania nad historycznymi wyobrażeniami zbiorowymi o praktykach komunikacyjnych nie są redukowalne do badań nad historycznymi środkami komunikacji (są to wzajemnie się konstytuujące aspekty).

Dla wyodrębnienia obszarów przedmiotu komunikologii historycznej kluczowe są rozróżnienia wprowadzone w pierwszej części książki: po pierwsze, rozróżnianie środków od form komunikacji (w ramach pojęcia *medium*), po drugie, rozróżnianie potocznych od teoretycznych wyobrażeń zbiorowych o komunikacji. Innymi słowy, przedmiotem badawczym komunikologii historycznej są przeszłe zjawiska historyczne, czyli działania i praktyki komunikacyjne postrzegane przez pryzmat aspektu medialnego i wyobrażeniowego.

W związku z powyższym wyróżniam dwa obszary przedmiotu badawczego komunikologii historycznej. Każdemu obszarowi i jego składnikom przyporządkowane są w nawiasach dominujące perspektywy z komunikologii historycznej, które zostały wskazane we wcześniejszych rozważaniach:

- I. media („historia mediów”):
 - 1. środki komunikacji („kroniki mediów”),
 - 2. formy komunikacji („szkoła toroncka”);
- II. wyobrażenia zbiorowe („historia wyobrażeń zbiorowych”):
 - 1. potoczne wyobrażenia zbiorowe („historia mentalności”),
 - 2. teoretyczne wyobrażenia zbiorowe („historia intelektualna”):
 - a. wyobrażenia przedkomunikologiczne,
 - b. wyobrażenia komunikologiczne („historia teorii komunikacji”).

W eksplicytniej komunikologii historycznej, o czym była już mowa, dominującymi podejściami są: „historia mediów” oraz „historia teorii komunikacji”. Pisanie historii potocznych i przedko-

³³ Wykorzystuję zabieg, który zaproponował i zastosował np. Robert T. Craig, rekonstruując tradycje badań nad komunikacją. On jednak wskazywał na perspektywy badawcze, w ramach których bada się komunikację. Stosując m.in. regułę nieredukowalności, wskazał siedem głównych tradycji (Craig, 1999, s. 123–161).

munikologicznych wyobrażeń zbiorowych jest podejmowane bardzo rzadko. W ramach perspektywy kulturalistycznej prezentowanej w tej pracy przyjmuje się, że badanie wyobrażeń zbiorowych jest zasadniczą praktyką badawczą w komunikologii historycznej. Dlatego też w dalszej części pracy zagadnienie to zostanie rozwinięte.

W pierwszym obszarze ujmuje się komunikację przez pryzmat środków i form rozumianych jako coś, co pośredniczy pomiędzy uczestnikami komunikacji³⁴ (często nazywanymi nadawcą i odbiorcą). Badania ujmujące w sposób historyczny komunikację i akcentujące ten aspekt nazywam *historią mediów*. Przedmiotem tak ukierunkowanej komunikologii historycznej są: (1) wszelkie narzędzia używane do komunikacji oraz (2) formy komunikacji i ich wyłanianie się, czyli m.in. to, jak zmienia się sama kultura pod wpływem używania tych narzędzi. Ten aspekt jest najczęściej podejmowany w ramach badań nad komunikacją. Wynika to z dwóch powodów: (1) badania historyczne dotyczące danego medium prowadzone są od wielu wieków; (2) studia nad komunikacją – dzięki wysiłkowi Wilbura Schramma – swoją autonomię i umocowanie dyscyplinarne odnalazły w XX wieku na wydziałach dziennikarstwa i mediów; takie mediocentryczne ukierunkowanie badań nad komunikacją nazywane jest „dziedzictwem Schramma” (Rogers i Chaffee, 1993).

W ramach badań tego obszaru przedmiotu komunikologii historycznej (a więc na poziomie teoretycznym realizującym badania historyczne) można wskazać dwa główne ujęcia: (1) pierwsze koncentruje się na opisywaniu i objaśnianiu konkretnego medium – są to mikrohistorie środków komunikacji, które można nazwać „kroniką mediów”; (2) drugie skupia się na przemianach społecznych wynikających z używania konkretnego medium lub mediów – to ujęcie nazywam makrohistorią form komunikacji, a badania takie realizowane są m.in. przez przedstawicieli szkoły toronckiej.

³⁴ Naturalnie, *środki i formy* nie są jedynie przedmiotem analiz medioznawczych. Od wielu wieków *medium* ujmowane jako coś pośredniczącego między podmiotem a przedmiotem jest analizowane przez filozofów (Alić, 2010, s. 201–210).

Badania *środków* obejmują rozważania związane z pojawieniem się mowy u człokształtnych, językiem, pierwszymi malowidłami naskalnymi, wyłonieniem się pierwszych alfabetów, pojawieniem się telegrafów, telewizji – aż do współczesnych mediów społecznościowych. Klaus Bruhn Jensen posługuje się rozróżnieniem trzech stopni *środków* (nazywa je po prostu mediami). Ta klasyfikacja jest bardzo klarowna i użyteczna: „*Media pierwszego stopnia* – język i inne formy wyrażania, które zależą od obecności ludzkiego ciała w danym czasie i przestrzeni; *media drugiego stopnia* – techniczne, reprodukowane lub udoskonalone formy reprezentacji i interakcji, które wspierają komunikację w czasie i przestrzeni: od druku, przez telegraf, po nadawanie programów radiowych i telewizyjnych; *media trzeciego stopnia* – cyfrowo przetworzone formy reprezentacji i interakcji, które reprodukuje i miesza wszystkie wcześniejsze media na jednej platformie” (Jensen, 2002, s. 97).

Oznacza to, że przedmiotem analiz może być konkretny alfabet, dany rodzaj telegrafu czy telewizji, np. cyfrowa, a nie naziemna. Często są to historie pisane z perspektywy danego narodu, grupy, rejonu, dlatego James Curran pisze, że taka historia przypomina „wczesną szesnastowieczną mapę Europy, w której centrum wszechświata jest ojczyzna, a peryferia są naniesione na mapę jako »misje zagraniczne«” (Curran, 2008, s. 48).

Badanie drugiego elementu tego aspektu – *form* – jest takie atrakcyjne, ponieważ daje możliwość zakreszenia szerszej perspektywy. Taką makrohistorię pisze się np. w ramach determinizmu technologicznego (analiza historii przemian kultury dokonywana jest przez pryzmat zmian form praktyk komunikacyjnych). Wskazuje się choćby, w jaki sposób wyłonienie się pisma, a wraz z nim przejście od kultury oralnej do piśmiennej, zmieniło sposób pojmowania czasu, przestrzeni czy organizacji społeczeństw. Przykładowo, Harold Innis pokazywał, że konsekwencją używania tabliczek glinianych w czynnościach administracyjnych – ze względu na trudność obróbki, ale i ich niską trwałość – był mały zasięg terytorialny społeczeństw używających tego medium. Takiej perspektywie

zarzuca się często monoprzyczynowość i reifikowanie medium w procesie wyjaśniania zmian i transformacji społecznych.

Drugim obszarem są wyobrażenia zbiorowe o komunikacji³⁵. W badaniach tak ujmowanej komunikacji najmocniej widać samoodność komunikacji. Mówienie o wyobrażeniach zbiorowych, które kształtują praktykę komunikacyjną, dokonuje się w ramach innej praktyki komunikacyjnej. Wyobrażenia zbiorowe danej wspólnoty (w obrębie kultury) są to uporządkowane treści zbiorowego doświadczenia członków tej wspólnoty (czyli dany „obraz świata”). W ramach wyobrażeń zbiorowych można wyróżnić wiele poszczególnych wyobrażeń związanych z różnymi obszarami kultury (a dokładniej – z różnymi obszarami praktyk społecznych). Można wskazać np. wyobrażenia religijne, wyobrażenia artystyczne czy wyobrażenia o państwowości, które określają, odpowiednio, sposób realizowania praktyk religijnych, artystycznych bądź funkcjonowania obywateli w państwie. W ramach obrazu świata danej społeczności można wskazać – najważniejsze dla badaczy nie tylko komunikacji – wyobrażenia komunikacyjne, czy inaczej – *wyobrażenia o praktykach komunikacyjnych*³⁶.

Takie wyobrażenia komunikacyjne określają sam sposób uprawiania praktyk komunikacyjnych i są możliwe do wyeksplikowania jedynie poprzez interpretację tych praktyk realizowanych za pośrednictwem form i środków. Naturalnie, oprócz tych wyobrażeń wpływ na praktyki mają również inne czynniki, np. otoczenie zewnętrzne czy szerokość geograficzna. Ze względu na wyjątkowy status samej komunikacji (jej samoodność) badanie relacji pomię-

³⁵ Niekiedy będę pisał „wyobrażenia zbiorowe”, a niekiedy krócej: „wyobrażenia”. W obu przypadkach chodzi mi o „te same” wyobrażenia, ponieważ nie mam na myśli jakichś „wyobrażeń indywidualnych”, ale zawsze całościowo ujęte wyobrażenia członków danej wspólnoty.

³⁶ Pisząc o wyobrażeniach zbiorowych o komunikacji, posługuję się pewnego rodzaju skrótem. Chodzi bowiem ponadto o wyobrażenia o formach i środkach oraz o wyobrażenia o wyobrażeniach komunikacyjnych (czyli tych związanych z samoodnością komunikacji).

dzy wyobrażeniami świata („obrazem świata”) a wyobrażeniami komunikacyjnymi jest kluczowe dla zrozumienia funkcjonowania społeczeństw. Dlatego też warto wykorzystać w tego rodzaju badaniach narzędzia wypracowane np. na gruncie koncepcji Ernsta Cassirera, dla którego taką podstawową formą symboliczną (pozwalającą zrozumieć inne formy) był język. Niemiecki filozof to czołowy przedstawiciel filozofii kultury oraz filozofii form symbolicznych. Kulturę postrzegał jako system form symbolicznych (takich jak sztuka, mit, religia czy nauka), które mogą być zrozumiane dzięki innej formie symbolicznej, jaką jest język. Chociaż w swych koncepcjach nie posługiwał się pojęciem komunikacji, to jednak jego sposób myślenia o języku można przełożyć na myślenie o *komunikacji*. W dotychczasowych analizach przyjąłem, że praktyki komunikacyjne mogą być rozumiane na gruncie danej kultury (wynika to z przyjętego konstytutywnego ujęcia komunikacji) i jednocześnie – zgodnie z przywołanym twierdzeniem Jamesa Careya – umożliwiają funkcjonowanie innych typów praktyk społecznych. Dlatego Cassirerowski sposób badania rozwoju języka jako formy symbolicznej może posłużyć za heurystyczne narzędzie analizy w komunikologii historycznej.

Historycznie ujmowane wyobrażenia o komunikacji badane są w ramach *historii wyobrażeń zbiorowych*. Refleksja nad *potocznymi wyobrażeniami o praktykach komunikacyjnych* – którą można pod pewnymi warunkami nazwać „historią mentalności” – za swój przedmiot bierze to, co „zwykli” uczestnicy komunikacji myślą o swoich działaniach. Oczywiście, najczęściej są to wyobrażenia nieuświadamiane, które jednak określają sposób realizowania danych praktyk (nie trzeba wiedzieć, na czym polega przemawianie publiczne i jakie rodzaje mów można wskazać, aby przemawiać). Charakteryzowanie takich wyobrażeń – a w rzeczywistości konstruowanie wyobrażeń o wyobrażeniach³⁷ – polega na wydobywaniu ich z utrwa-

³⁷ Osobną kwestią pozostaje to, czy takie historyczne badania powinny być uprawiane w ramach np. społecznej historii czy też w ramach innych dyscyplin.

lonych – dzięki środkom i formom – praktyk (np. listy, traktaty, czasopisma) lub opisów praktyk komunikacyjnych (opisy dysput, przemówień). Naturalnie, do potocznych wyobrażeń o komunikacji członków wspólnot historycznych nie mamy bezpośredniego dostępu. Dlatego też badacze komunikacji, wypracowując metody dociekań nad takimi wyobrażeniami, mogą skorzystać np. z dorobku szkoły *Annales* i analizowanego przez nią pojęcia *mentalité*. W ramach badań nad komunikacją takie przedsięwzięcie podejmuje m.in. Peter Burke (Briggs i Burke, 2010).

Badanie *teoretycznych wyobrażeń o praktykach komunikacyjnych* – zaliczane do „historii intelektualnej” – jest zadaniem stosunkowo prostszym, ponieważ mówimy tutaj o badaniu refleksji nad tym, co współczesny badacz nazywa komunikacją. Takie wyobrażenia teoretyczne zostały utrwalone najczęściej w formie traktatów, listów, rozpraw filozoficznych, a obecnie teorii komunikacji.

W obrębie wyobrażeń teoretycznych wyodrębniam dwa ich rodzaje, co wiąże się ze wskazaniem w porządku dyscyplinarnym: implicytnej i eksplicytnej historii komunikacji. Dlatego historia zbiorowych wyobrażeń przedkomunikologicznych bada to, jak np. w pismach filozofów starożytnych, teologów średniowiecznych bądź empirystów brytyjskich wyobrażano sobie komunikację, czyli analizuje wyobrażenia przed wyłonieniem się dyscypliny naukowej badającej komunikację. Takie rozważania pokazujące wpływ przedkomunikologicznych wyobrażeń na wyobrażenia komunikologiczne można odnaleźć np. w pracach Johna Durhama Petersa. Trzeba wszakże pamiętać, że owe utrwalone wyobrażenia teoretyczne nie mówią nam o tym, jak dana wspólnota myślała o komunikacji, lecz jak dany badacz wyobrażał sobie komunikację w ramach tej wspólnoty.

Najdokładniej przebadanymi wyobrażeniami teoretycznymi są wyobrażenia, które nazwałem komunikologicznymi. Są to wyobra-

W prowadzonych w tej książce rozważaniach skłaniam się do stwierdzenia, że zagadnienie, jakim jest historia potocznych wyobrażeń o praktykach komunikacyjnych, może być analizowane właśnie w ramach badań komunikologicznych, które uwzględniają i akcentują samoodność badanego przedmiotu.

żenia wyrażane w teoriach komunikacji, a więc ich narodziny można wskazać na pierwszą połowę XX wieku. Badania nad historią teorii komunikacji, wyłanianiem się poszczególnych stanowisk i przenikaniem się nurtów pojawiły się wraz z wyłonieniem się i rozpowszechnieniem pierwszych teorii komunikacji: koncepcji Siergieja Stiepanowicza Czachotina, matematycznej teorii komunikacji Shannona-Weavera, modelu Theodore'a Newcomba.

Przedmiotem badawczym są nie tylko konkretne teorie i modele, ale również sami teoretycy oraz szkoły i nurty, z których się wywodzą (Rogers, 1997). Dlatego np. filozofia komunikacji Jürgena Habermasa może być ujmowana tutaj jako kolejny etap rozwoju szkoły frankfurckiej, rozumianej jako tradycja krytyczna w badaniach nad komunikacją.

W związku z wyróżnianiem w porządku naukoznawczym dwóch obszarów przedmiotu badawczego komunikologii historycznej nasuwają się pytania, jakie rodzaje badań można wskazać w odniesieniu do analizy każdego z tych obszarów i co można badać. Innymi słowy, jak wyglądają badania „tej samej” komunikacji, gdy kładzie się akcent na jeden z dwóch obszarów.

Przyjrzyjmy się zatem przykładowi. Gdybyśmy wzięli na warsztat praktykę komunikacyjną, jaką było wydawanie prasy w osiemnastowiecznej Francji, wówczas moglibyśmy powiedzieć, że w ramach pierwszego obszaru (aspektu medialnego) mamy: (1) *mikrohistorię środków przekazu* – badanie ilościowych aspektów publikowania (prasy drukarskie, nakłady, liczba pracowników), kształtu narzędzi (rodzaje pras drukarskich), dystrybucji i czytelników oraz (2) *makrohistorię form komunikacji* – badanie zmian wynikających z używania pras drukarskich (narodziny opinii publicznej), rozwoju czytelnictwa (dostępność do różnych publikacji) i wynikających z tego przemian klas społecznych. Natomiast drugi obszar związany z *aspektem wyobrażeniowym* to badania kładące nacisk na wyobrażenia o komunikacji, mogące skupiać się np. na tematyce zamieszczanych artykułów i analizujące, co ówcześni mieszkańcy Francji uznawali za warte opisanie w prasie, czyli warte zakomunikowa-

nia, a także kreślące zbiorczy portret dziennikarzy osiemnastowiecznej Francji. Opisane wyobrażenia zbiorowe będą potocznymi wyobrażeniami o praktykach komunikacyjnych. Warto oczywiście pamiętać, że przykład osiemnastowiecznej prasy został w tym miejscu niezwykle uproszczony – służyć miał jednak uwypukleniu podstawowych zależności między dwoma sposobami patrzenia na przeszłe zjawiska komunikacyjne.

CZĘŚĆ III

Wyobrażenia a media

ASPEKT MEDIALNY ZJAWISK KOMUNIKACYJNYCH

W toku dotychczasowych rozważań zaprezentowałem podstawowe założenia pozwalające spojrzeć na *komunikację* jako zjawisko posiadające swoją historię. Historię ma też mówienie i pisanie o komunikacji, dlatego konieczne było przyjęcie założenia o samoodnośności wypracowywanych narzędzi teoretycznych. Zaproponowana kulturalistyczna definicja komunikacji posłużyła mi – w drugiej części pracy – do naukoznawczej rekonstrukcji komunikologii historycznej. W jej ramach, oprócz dominujących perspektyw badawczych, zostały zarysowane dwa główne obszary przedmiotu badawczego komunikologii historycznej.

Tak jak wskazałem na początku książki, głównym celem rozważań jest skonstruowanie warunków budowy narzędzia służącego do opisu przeszłych zjawisk komunikacyjnych. Naturalnie, takie badania nad tymi zjawiskami są już prowadzone; jednakże – jak starałem się pokazać w poprzedniej części – skoncentrowane są przede wszystkim na badaniu środków i form komunikacji oraz na pisaniu historii teorii komunikacji. Dlatego też, konstruując schemat przedmiotu badawczego komunikologii historycznej, wskazałem jego dwa główne obszary. Trzeba pamiętać, że przedmiot badawczy jest tym, nad czym prowadzi się refleksję i co się analizuje w ramach danych badań. Jego kształt wyznacza zatem badacz, zakreślając granice –

a czyni to m.in. poprzez przyjęcie określonej perspektywy. Dlatego też, obierając perspektywę kulturalistyczną budowaną na gruncie filozofii kultury i komunikacji oraz komunikologii, wyodrębnia się dwa główne obszary przedmiotu badawczego komunikologii historycznej: *media* i *wyobrażenia zbiorowe*.

Wskazując na media, odnoszę się do tego, co nazwałem *aspektem medialnym* komunikacji. Innymi słowy, analiza obszaru przedmiotu badawczego będzie dotyczyła tego, co jest środkiem oraz formą komunikacji i czego zespolenie (będące właśnie aspektem medialnym) pozwala komunikatorom posługiwać się znakami w trakcie działań komunikacyjnych.

Przed wszystkim skupię się na analizie pojęć *medium* i *media* – będzie to rodzaj archeologii humanistycznej. Odniosę się zatem przede wszystkim do „niemedioznawczego” rozumienia medium. Oznacza to, że będę wykorzystywał analogiczne rozwiązanie do tego, które pozwoliło mi mówić o implicytnej komunikologii historycznej w badaniach, w których nie posługiwano się współczesnym rozumieniem tego pojęcia.

Badania humanistyczne stoją przed wieloma wyzwaniami: humaniści starają się badać coś, czego są nieodłączną częścią. To natomiast prowadzi do konieczności zrozumienia ograniczeń i problemów samoodnośności. Równie problematyczną sprawą jest aparat pojęciowy stosowany w rozważaniach. Stanowi on przecież podstawę rzetelnych analiz oraz pryzmat, przez który patrzymy na swój przedmiot badawczy. Jak już pokazały dotychczasowe delibacje prowadzone w tej książce, pojęcia komunikacji oraz kultury są niezwykle nieprecyzyjne, „semantycznie przeciążone” oraz niejednoznaczne. Dlatego też należy poświęcić tak wiele czasu i pracy, aby przedstawić, w jaki sposób *używamy* danego pojęcia w naszych rozważaniach. Wydawałoby się zatem, że analogiczną procedurę powinniśmy przeprowadzić w odniesieniu do pojęcia *medium*. I tak rzeczywiście jest, aczkolwiek w tej sytuacji napotykamy na inne problemy niż te, które dosięgają nas w procesie konceptualizowania *komunikacji* i *kultury*. Chodzi mianowicie o to, że samo pojęcie

medium jest dużo starsze niż pojęcie kultury i komunikacji. Co więcej, termin *medium* jest współcześnie coraz rzadziej traktowany jako liczba pojedyncza terminu *media* – w związku z czym możemy spotkać się z sytuacjami przeciwstawiania sobie *medium* i *mediów*. Źródła tego stanu rzeczy znajdujemy w wielu miejscach. Zagadnienie to zostanie podjęte w kolejnych rozdziałach poświęconych właśnie archeologii pojęcia oraz teorii i filozofii mediów, jednak już w tym miejscu należy rozważyć, czym jest *medium* i w jakiej relacji do *mediów* pozostaje.

W języku polskim pojęcie *medium* jest wciąż bardzo często kojarzone z osobami, które deklarują, że za pomocą odpowiednich technik (np. hipnozy) potrafią uczestniczyć w praktykach spirytystycznych, czyli np. kontaktować się z duchami. W takim też przeobrażeniu znaczeniu pojęcie *medium* funkcjonowało w literaturze światowej aż do lat pięćdziesiątych ubiegłego wieku, a źródeł takiego rozumienia terminu można doszukiwać się – zdaniem Dietera Merscha – w teozofii Emanuela Swedenborga (Mersch, 2010, s. 16). Co więcej, szwedzki myśliciel podejmował w swoich tekstach rozważania dotyczące terminu *medium* w jego dzisiejszym rozumieniu, gdy pisał o formach doskonałej komunikacji między aniołami czy mieszkańcami innych planet (Andrzejewski, 2012, s. 7–10). Mersch podkreśla również, że w tym samym czasie wyraz „medium” był używany w naukach przyrodniczych na określenie podstawowych materiałów, takich jak powietrze, szkło czy woda (Mersch, 2010, s. 16).

Zdaniem Krzysztofa Kozłowskiego owo rozumienie *medium* o proveniencji spirytualistycznej nie powinno być całkowicie porzucone. Całkowite pomijanie tego „osobowego” rodzaju mediów (nazywa się je „mediami ludzkimi”) nie jest uzasadnione, gdyż „zaliczane do tej grupy media, szeroko rozpowszechnione we wszystkich kulturach tradycyjnych i wysoko rozwiniętych, trzeba uznać za najstarsze w historii ludzkości. Były one najbardziej rozpowszechnione w kulturach starożytnych i wiązały się ściśle z funkcjami społecznymi, jakie pełnili poszczególni ludzie. Tak jak nie każdy mógł być szamanem w społeczności tradycyjnej, tak też jedynie dla tych

ludzi, którym powierzano ważne stanowiska lub funkcje w systemie społecznym, rezerwowano zaszczytne miano medium. Za przykład powinien wystarczyć tu kapłan w starożytnym Egipcie lub błazen w kulturze średniowiecznej Europy” (K. Kozłowski, 2011, s. 205). Takie ujęcie medium pozwala następnie przejść Kozłowskiemu do ujęcia jako medium – teatru, który jego zdaniem jest „ostatnim żywotnym medium ludzkim” (K. Kozłowski, 2011, s. 206). Ten pogląd jest interesujący i podkreśla komunikacyjne ufundowanie innych dziedzin kultury (w tym przypadku praktyk artystycznych), o czym była mowa w pierwszej części książki.

W latach sześćdziesiątych XX wieku termin medium zaczął być łączony przede wszystkim ze środkami społecznego przekazu, czyli z *mass mediami*. Jest to istotne przesunięcie znaczeniowe, ponieważ środki masowego komunikowania (jak często bywa tłumaczony termin „mass media”) są rozumiane przede wszystkim jako *przemysły medialne*. Autorzy książki *Media & Society*, definiując „media”, piszą wprost, że są to „technologicznie rozwijane przemysły komunikacyjne, które zazwyczaj zarabiają pieniądze i mogą przysyłać informacje oraz materiały rozrywkowe poprzez czas i przestrzeń do pojedynczych jednostek i/lub grup ludzi” (O’Shaughnessy i Stadler, 2008). Dlatego nie powinno dziwić, że najczęściej pisze się o mediach jako pewnych systemach komunikacyjnych i w ich ramach uwzględnia się kino, agencje reklamowe, gry wideo lub interaktywne media. Najczęściej jednak, kiedy dziennikarze czy badacze piszą o *mediach*, mają na myśli *mass media*: prasę, programy telewizyjne i radiowe, czyli przemysły medialne.

W związku z tym prześledźmy raz jeszcze, w jakim miejscu wywodu konceptualizującego komunikację pojawia się aspekt medialny, a następnie przejdźmy do jego dookreślenia. Definiując działanie komunikacyjne, wskazałem, że rozgrywa się ono (jest realizowane) w znakach (poprzez znaki), dzięki czemu taka komunikacja jest intersubiektywna i nie jest sprowadzalna do „wymiany” subiektywnych stanów mentalnych komunikatorów. Oznacza to, że znaki pośredniczą między komunikatorami, a zatem używanie

znaków stanowi rzeczywiste *medium* w podstawowym znaczeniu tego słowa. Takie *medium* to zespolenie środka przekazu oraz formy przekazu (komunikacji). Wszakże znak musi zostać eksterioryzowany – temu zaś służy ów środek przekazu, który jest narzędziem używanym w komunikacji. Dlatego może to być aparat głosowy czy telefon. Pytając o środek komunikacji, możemy zapytać o to, „za pomocą czego, jakiego narzędzia, jest realizowana komunikacja?”. Natomiast to, w jaki sposób jest używany środek przekazu, zależy od formy: oralnej, piśmiennej czy graficznej, która jest rozumiana jako rodzaj symbolizacji. Można byłoby oczywiście w dużym uproszczeniu odwołać się do Arystotelesowskiego podziału i powiedzieć, że środek przekazu jest „materialnym” wymiarem *medium*, natomiast sposoby realizacji są „formą” owego *medium*. W takim ujęciu pojęcie *mediów* jest tylko prostą multiplikacją pojęcia *medium*. Innymi słowy, media oznaczają wiele różnych pojedynczych „mediów”.

Medium jest zespoleniem środka i formy komunikacji, które pozwalają na intersubiektywne zapośredniczenie komunikujących się podmiotów. Oznacza to, że medium jest potrzebne, ponieważ łączy podmiot z „innym”, odmiennym podmiotem. W ten sposób medium staje się punktem odniesienia, swoistym „trzecim (niepodmiotowym) komunikatorem”, który pośredniczy pomiędzy uczestnikami komunikacji. Dlatego medium jest warunkiem koniecznym, lecz niewystarczającym, komunikacji. Medium jest zatem czymś, co pozwala symbolizować i pośredniczyć. Jak pisze Dieter Mersch, „w ten sposób media wkraczają w przestrzeń leżącą »pomędzy«, tworząc instancje przekazywania, przedstawiania, rozpowszechniania, wymiany i powtórzenia” (Mersch, 2010, s. 7). Oznacza to ponadto, że media stają się warunkiem, ale i realizatorem intersubiektywnej przestrzeni dla interakcji międzyludzkich. Odnosząc się do łacińskiego znaczenia terminu *medium*, możemy powiedzieć, że medium jest „środkiem” pomiędzy komunikującymi się jednostkami. Jest tym, co znajduje się „pomędzy” (to druga etymologiczna wskazówka, odnosząca tym razem do terminu *medius*). Takie rozumienie medium jest sprzężone z kulturalistycznym ujmowaniem

komunikacji. Medium nie jest tutaj rozumiane jako coś, co *istnieje* w sposób obiektywny, nie jest *substancją*, której istota jest niezależna od kontekstu społeczno-kulturowego. Medium – ów środek i forma komunikacji – staje się medium dopiero w trakcie dziejącej się komunikacji właśnie dzięki zespoleniu swojej materialności i formy w trakcie działań komunikatorów. Oznacza to, że nie można mówić o „czystych mediach”, jakimi są książki, telewizja czy pismo. Komunikacyjny charakter medium jest dopiero konstruowany w realizowanej komunikacji i w tym znaczeniu – nie istnieją media bez komunikacji. Dlatego też za każdy razem podkreślam, że piszę o *aspekcie medialnym* komunikacji, a nie o *mediach* i *komunikacji*. Ten problem z definiowaniem terminu medium wynika z dwóch skrajnych podejść dotyczących pojęć medium i medialność: z jednej strony badacze chcą uchwycić materialne właściwości medium, jego technologiczny wymiar, a z drugiej – starają się mówić o funkcjach społecznych realizowanych w procesie posługiwania się mediami. Dlatego też w wielu badaniach medioznawczych redukuje się rozumienie medium do tego pierwszego wymiaru, natomiast w badaniach społeczno-kulturowych do wymiaru drugiego. To natomiast sprawia, że takie redukcjonistyczne analizy są jednostronnym odczytaniem i interpretowaniem medialności procesów komunikacyjnych.

Jeżeli zatem medium traktujemy jako swoistego „trzeciego komunikatora”, jako środek pośredniczący, umożliwiający realizowanie działań komunikacyjnych, to w jaki sposób pogodzić to z instrumentalnym rozumieniem mediów? Wszak ani w terminie *medium*, ani w terminie *medius* nie jest zawarta narzędziowość medium, a więc medium nie jest rozumiane jako środek do celu. A przecież w perspektywie kulturalistycznej medium traktowane jest jako narzędzie komunikacji, które służy do zapośredniczania i do realizowania funkcji (jednej z wielu) komunikacji. Dlatego też medium traktuję jako narzędzie, aplikując tutaj rozważania Anny Pałubickiej nad kategorią narzędziowości. Autorka pisze, że narzędzie „przywodzi na myśl przede wszystkim sposób jego użycia. Sens narzędzia

ujawnia się w pytaniu, do czego – jak sugeruje Martin Heidegger, podkreślając jego poręcznościowy charakter (...) nie tylko to, co się zwykle rozumie przez to słowo, ale również i słowa ujmuję jako narzędzia, nawet nasze myśli, poglądy, biżuterię czy innych ludzi. Wszystkie wymienione kategorie służą lub mogą być używane do czego(ś)” (Pałubicka, 2007, s. 120–121). Najczęściej narzędzie rozumiane jest wąsko: może to być młotek, komputer, mikroskop, ale już nie gest czy słowo. Jednakże w kulturalistycznym ujęciu komunikacji aspektowi medialnemu można przypisać charakter narzędziowy. Oznacza to zatem, że uznaję instrumentalny charakter mediów.

Skoro medium (jako zespolenie środka i formy) pozwala na intersubiektywne zapośredniczenie komunikujących się podmiotów, jak to się ma do przyjmowanego rozumienia znaków, które ujmowane są jako narzędzia, za pomocą których uczestnicy komunikacji realizują sensy kulturowe i dokonują interpretacji swoich działań? W pierwszej części książki – aby wyjaśnić znaczenie intencji komunikacyjnej – przytoczyłem przykład dziecka, które w sklepie prosi swoją mamę o kupienie kolejnych cukierków. Co zatem w tym konkretnym działaniu komunikacyjnym jest znakiem, a co medium? Możemy powiedzieć, że medium w tym przypadku jest głos, który służy do „użycia” języka naturalnego, czyli do wypowiadania słów. Zgodnie z przywołaną wcześniej klasyfikacją Jensena dziecko używa w ten sposób w działaniu komunikacyjnym medium pierwszego stopnia (Jensen, 2002, s. 97). Szukając wykorzystanej formy symbolizowania, czyli znaku, należy zwrócić uwagę przede wszystkim na: (1) głos, który staje się nośnikiem znaku (materialnym nośnikiem znaczenia w rozumieniu Charlesa Sandersa Peirce’a), (2) przedmiot prośby oraz (3) znaczenie, które jest wynikiem interpretacji. Interpretacji tej może dokonać matka, reagując i zestawiając na podstawie swojej wiedzy kulturowej nośnik znaku z przedmiotem prośby, a także dzięki rozpoznaniu intencji komunikacyjnej dotyczącej działania dziecka.

Oczywiście, tę sytuację można rozpatrywać analogicznie, gdyby zmieniło się medium, czyli jeden z elementów tej triady. Możemy wyobrazić sobie, że dziecko zapisuje swoją prośbę na kartce, którą podaje matce. Wówczas nośnikiem znaku będzie zapisana kartka, a forma komunikacji zmieni się z oralnej na piśmienną. Kolejnym przykładem zmiany jest sytuacja, gdy matka i dziecko posługują się językiem migowym. Wówczas nośnikiem znaku będą gesty wykonywane przy użyciu ciała. Trzeba jednak zauważyć, że z perspektywy problemu medialności sytuacja pierwsza (głos) i trzecia (gesty) są bardzo podobne. Druga natomiast cechuje się subtelną różnicą, która przy badaniu aspektu medialnego zjawisk komunikacyjnych jest istotna – chodzi o potencjalną możliwość wyjścia poza „tu i teraz”, poza „czas i przestrzeń”, w których zanurzeni są w danym momencie dziecko i matka.

Raz jeszcze odwołajmy się do trójstopniowego podziału mediów zaproponowanego przez Jensena. Pisał on, że na *poziomie pierwszym* mamy język i takie formy ekspresji, które zależą od obecności ciała ludzkiego w danym miejscu i czasie. Na *poziomie drugim* mamy technicznie reprodukowane formy reprezentacji i interakcji, które pozwalają przekraczać ograniczenia czasu i przestrzeni, czyli „tu i teraz”. Natomiast na *poziomie trzecim* znajdują się cyfrowo przetwarzane formy reprezentacji i interakcji, które pozwalają „zmieszać” wcześniejsze poziomy mediów na jednej płaszczyźnie. Taki trójpodział mediów jest powszechnie stosowany; podobną kategoryzację przedstawia John Fiske, a wyróżnione przez niego poziomy to: (1) media prezentujące, (2) media reprezentujące oraz (3) media mechaniczne (Fiske, 1990, s. 18).

Oznacza to, że techniczne i fizyczne właściwości medium z danego poziomu wyznaczane są przez to, w jaki sposób nośnik znaku jest uzależniony od komunikatora interpretowanego. Innymi słowy, dziecko wypowiadające słowa (lub wykonujące gesty w języku migowym) i w ten sposób proszące matkę o cukierki posługuje się medium pierwszego poziomu, co natomiast powoduje, że do intersubiektywnego zapośredniczenia komunikatorów w znakach

potrzebna jest obecność owych komunikatorów w danym miejscu i czasie. Inaczej ma się sprawa, jeśli dziecko zapisze prośbę na kartce – może ją wówczas przekazać z ręki do ręki, ale może również taką kartkę wysłać pocztą. Drugi poziom mediów pozwala więc na komunikację „oddaloną” w czasie lub przestrzeni. Fiske powiedziałby, że w ten sposób dziecko „reprezentuje” medium z poziomu pierwszego, dzięki czemu medium z poziomu drugiego może funkcjonować niezależnie od komunikatora (tak jak książka, fotografia czy list). Natomiast poziomem trzecim byłoby wykorzystanie medium z pierwszego poziomu (np. głosu) poza danym miejscem (np. dzięki telefonowi) lub czasem (np. nagranie na płycie CD). Trzeba sobie zdawać sprawę, że te trzy kategorie przenikają się (widać to szczególnie na trzecim poziomie mediów), w związku z czym, jak słusznie zauważa Fiske, trzeba patrzeć na nie raczej przez pryzmat podobieństw niż różnic (Fiske, 1990, s. 18).

Należy zwrócić uwagę na jeszcze jedną ważną dla definiowania *medium* kwestię. Chodzi mianowicie o *technologiczny* i *znakowy* wymiar medium. Oba wymiary zawsze muszą być traktowane jako wymiary medium, a nie jako jego niezależne elementy. Raz jeszcze przywołajmy przykład dziecka podającego swojej mamie kartkę zapisaną w sklepie. Można byłoby zapytać, czy medium jest tutaj długopis czy zapisana wyrazami kartka. Pokusa takiego pytania wydaje się uzasadniona, szczególnie gdy spoglądamy na wiele prac medioznawczych, których głównym przedmiotem są: prasa drukarska, telefon, gramofon, radio czy telewizor. Moglibyśmy pomyśleć, że możliwe jest badanie samej *technologii medialnej*³⁸, choćby telefonu czy właśnie długopisu. Jednakże długopis w oderwaniu od wytworów komunikacyjnych (np. zapisanej kartki) jest tylko *rzeczą*, przedmiotem, a nie narzędziem używanym do czegoś. Takie podej-

³⁸ W języku angielskim funkcjonuje rozróżnienie na *medium* i *communications*. Ten drugi termin oznacza właśnie „środki łączności” i odnosi się ściśle do technologicznego wymiaru medium. Dlatego, kiedy Harold Innis badał tabliczki gliniane i rylce, pisał właśnie o „communications”, a nie o *medium* – ten termin znalazł się w jednej z jego najsłynniejszych prac *Empire and Communications* (2007).

ście jest zatem mylące, ponieważ długopis wyłącznie wtedy staje się wymiarem technologicznym medium, gdy jest używany, gdy staje się *narzędziem* komunikacji. Długopis czy telefon porzucony w lesie nie jest medium. Prasa drukarska interesuje nas jako element zjawisk komunikacji właśnie dlatego, że służy do komunikacji – jest technologicznym fundamentem znakowości medium, czyli wydrukowania książki, czasopisma, ulotki. Oczywiście, można badać prasę drukarską i długopis z perspektywy np. towaroznawczej czy też budowy maszyn, wówczas jednak nie jest to analiza komunikologiczna. Warto w tym miejscu poczynić krótką uwagę. Kiedy McLuhan nawoływał badaczy, by ci zajęli się medium, a nie tylko treścią („medium is the message”) (McLuhan, 1994), nie chodziło mu o to, abyśmy nagle porzucili w badaniach znakowy wymiar komunikacji i analizowali wyłącznie, jak jest zbudowany długopis, prasa drukarska czy gramofon. Chodziło mu o coś zgoła odmiennego: kanadyjski naukowiec podkreślał, że należy zacząć postrzegać zmiany społeczne, które wywoływane są poprzez używanie konkretnego medium w jego wymiarze technologicznym. Nie powinno nas interesować tylko to, co jest napisane w danej książce, ale również to, co się stało z czytelnictwem od momentu pojawienia się prasy. W tym znaczeniu medium jest interesujące w swoim wymiarze technologicznym.

Założenie o narzędziowym (instrumentalnym) charakterze mediów ma ważne teoriopoznawcze konsekwencje. Chodzi przede wszystkim o odrzucenie metafory języka (medium) jako zwierciadła rzeczywistości, która wciąż jest powszechnie przyjmowana w wielu badaniach medioznawczych. Źródła takiego „zwierciadlanego” rozumienia medium należy szukać w postrzeganiu mediów jako „neutralnych” przekazników, które komunikatorzy kontrolują i wypełniają treścią. W ten sposób medium jest traktowane jako rodzaj kontenera. Jest to jedna z trzech najbardziej popularnych metafor używanych do wyjaśniania tego, czym jest medium (Jones i Holmes, 2011, s. 139–140). Medium jest rozumiane jako pojemnik czy naczynie, które przenosi wiadomości między komunikatorami.

Takie wyobrażenie medium jest współcześnie niezwykle rozpowszechnione i łączy się z taką conceptualizacją metaforyczną komunikacji, która określa komunikację właśnie przez pryzmat przesyłania czy transmitowania paczek informacji. Dwie inne główne metafory ujmujące medium to: (1) medium jako język i (2) medium jako środowisko. Kiedy medium jest traktowane *jako język*, wówczas uważa się, jak piszą Paul Jones i David Holmes, że ma własną gramatykę. Taka gramatyka wyznacza różne zmienne, np. rodzaj czcionek używanych do drukowania książek czy kąt kamery filmującej wydarzenia na ulicy (Jones i Holmes, 2011, s. 140). W tym rozumieniu każde odrębne medium ma swój własny „język” i swoją „gramatykę”³⁹, czyli tak naprawdę zestaw najczęściej wykorzystywanych sposobów używania danej technologii. Metaforą trzecią jest traktowanie medium jako *otoczenia*, które służy zapośredniczaniu (mediatyzacji) pomiędzy podmiotem a otoczeniem, w którym znajdują się inne podmioty. Trzeba pamiętać, że takie zapośredniczenie może być również realizowane przy użyciu „narzędzi w najszerszym znaczeniu”, czyli np. młotka. Nie jest to jednak narzędzie komunikacyjne, gdyż nie jest używane przez podmiot, którego działania charakteryzują się intencją komunikacyjną. Dlatego kiedy ujmujemy *medium* jako *otoczenie*, chodzi nam o tworzenie przestrzeni intersubiektywnej, która pozwala komunikatorom na intersubiektywne zapośredniczenie poprzez znaki.

Zanim przejdę do rozważań dotyczących archeologii pojęcia medium oraz do charakterystyki dwóch głównych nurtów w obrębie badania aspektu medialnego w komunikologii historycznej, chciałbym raz jeszcze skierować uwagę na rozważania prowadzone w poprzednim akapicie. Chodzi mianowicie o wskazane trzy metafory, za pomocą których w ramach teorii komunikacji i teorii mediów ujmuje się same *media*.

³⁹ Owa gramatyka z perspektywy kulturalistycznej jest zbiorem wyobrażeń zbiorowych.

W perspektywie kulturalistycznej podkreślam, że należy patrzeć na działanie komunikacyjne i jego aspekty (medialny i wyobrażeniowy) jako na nierozłączne elementy, wyróżnialne wyłącznie w porządku wywodu. Chodzi mianowicie o to, że długopis czy maszyna do pisania są używane jako medium właśnie dzięki pewnym wyobrażeniom zbiorowym, które dzielają komunikacyjnie działające jednostki. Dziecko pisze na kartce prośbę o kupno cukierków, ponieważ posiada wiedzę kulturową dotyczącą możliwości wykorzystania długopisu i kartki. Są to wyobrażenia zbiorowe nie tylko na temat medium, ale również samego procesu komunikacji. Komunikator wie wówczas, że aby zrealizować cel stojący za intencją komunikacyjną, musi wytworzyć znakowy wymiar medium. W przeciwnym razie jego intencja komunikacyjna nie zostanie eksperymentowana.

W badaniach komunikologicznych nie interesuje nas długopis jako rzecz, lecz jako narzędzie, a zatem jako *coś*, co używa się do *czegoś*. To natomiast, *dla czego i jak* jest wykorzystywany ów długopis, wynika z wiedzy kulturowej komunikatora, czyli z reguł, norm, instrukcji wyznaczających sposoby realizacji działania komunikacyjnego. Dlatego można powiedzieć, że badania mediów sprowadzają się również do badania wyobrażeń zbiorowych o komunikacji. Jednak w wielu podejściach akcent kładziony jest na aspekt medialny, co stało się powodem wyróżniania dwóch obszarów przedmiotu komunikologii historycznej.

Zrozumienie tego, że sprowadzanie analizy mediów do analizy przemysłów medialnych stanowi niezmiernie ograniczenie możliwości, jest punktem wyjścia do szerszych, filozoficznych analiz. Okazuje się bowiem, że medium jako coś pośredniczącego, jako pewien środek, który umożliwia łączenie, ale również konstruowanie, było analizowane już w starożytności. Wszystko zależy, oczywiście, od tego, jak zdecydujemy się definiować medium. Jeśli jedynie jako *technologie komunikacyjne*, wówczas nasza „historia mediów” (poczynając od czasów obecnych) będzie zawierała historię mediów cyfrowych, erę mechanicznej reprodukcji, rewolucję Gutenberga.

A wszystko, co miało miejsce przed tą rewolucją, będzie traktowane jako (pre)historia mediów: wspomnimy o ręcznym kopiowaniu książek, o wytwarzaniu glinianych tabliczek – i w zasadzie to będzie całość refleksji nad mediami. Takie analizy skupione na *technologiach komunikacyjnych* wyłoniły się w połowie XIX wieku i w wielu obszarach studiów medioznawczych są dominujące. Naturalnie, badanie mediów nie rozgrywa się tylko i wyłącznie w ramach medioznawstwa. Druga połowa ubiegłego wieku przyniosła wiele interesujących prac z zakresu teorii i filozofii mediów. Wystarczy tylko wspomnieć koncepcję symulakrów Jeana Baudrillarda, rozważania nad rozwojem mediów Friedricha A. Kittlera, czy też współcześnie wyrastający na dominujący, sposób postrzegania całej rzeczywistości społeczno-kulturowej przez pryzmat *mediatywacji*.

Trzeba jednak zwrócić uwagę, że refleksja nad medialnością i medium ma zdecydowanie rozleglejszą historię, której źródeł należy szukać w dwóch pozostałych nurtach: *teorii języka* o osiemnastowiecznej proveniencji oraz *teorii aisthesis*, czyli dominującej aż do XVIII wieku teorii postrzegania. Jak zauważa Dieter Mersch, „*Estetyka, język i technika* ze swoimi trzema cechami: *materialnością, przedstawieniem i operatywnością* stanowią (...) trzy źródła i podstawy pojęcia mediów, roztapiającego się w coraz to nowych koncepcjach i tworzącego zagmatwany gąszcz teorii, który na początku trzeba będzie oczyścić z jego różnych odniesień” (Mersch, 2010, s. 12). Refleksja nad językiem i techniką w obszarze badań medioznawczych jest rozpowszechniona i podzielana: język najczęściej analizuje się pod kątem semiotycznym, natomiast technikę pod kątem użyteczności i efektywności działań przemysłów medialnych. Jednakże również najstarszy nurt związany z teorią postrzegania i ujmujący *medium* wraz z jego materialnością zaczyna odżywać w różnych pracach (przede wszystkim Niklasa Luhmanna czy Viléma Flussera).

ASPEKT WYOBRAŻENIOWY ZJAWISK KOMUNIKACYJNYCH

Wyobrażenia zbiorowe o zjawiskach komunikacyjnych są *aspektem* działań i praktyk. Podkreślam to, gdyż analizując obszary przedmiotu badawczego komunikologii historycznej, wskazuję osobno media i wyobrażenia zbiorowe. Jednakże takie wyodrębnienie jest możliwe jedynie w porządku wykładu i potrzebne jest, jeśli chcemy ów wykład wspomagać ujęciem naukoznawczym. Wyobrażenia zbiorowe mogą być badane w ramach komunikologii historycznej, ale nigdy jako same „czyste wyobrażenia” – takowych bowiem po prostu nie ma. Wynika to z tego, że wyobrażenia zbiorowe do swego funkcjonowania wymagają działań i praktyk komunikacyjnych – tylko w ten sposób stają się czynnikami kształtującymi ludzkie myślenie o świecie i działanie w nim. Co więcej, same działania komunikacyjne mogą być przedmiotem wyobrażeń zbiorowych, a wówczas wyobrażenia zbiorowe o komunikacji wpływają na praktyki komunikacyjne oraz na środki i formy komunikacji. To oddziaływanie zachodzi również w odwrotnym kierunku: realizowane praktyki komunikacyjne oraz używane do ich realizacji media kształtują wyobrażenia zbiorowe (oczywiście, nie dotyczy to tylko i wyłącznie wyobrażeń zbiorowych o komunikacji). Takie wzajemne oddziaływanie może być heurystycznie ujęte jako rodzaj koła hermeneutycznego: podejmowane przez komunikatorów działania komunikacyjne realizowane jest przy użyciu medium – sposób użycia

medium wynika m.in. z wyobrażeń zbiorowych, z nich też wynikają cele realizowane w komunikacji. Nie jest to błąd logiczny badań, ale immanentna ich cecha. Jak pisze Wojciech Wrzosek, „[p]rzeszłość interpretowana przez historyków tworzona jest przez ludzi. Co więcej, to ludzie tworzyli i tworzą kategorie myślowe, które ją pozwalają ujmować. Ludzie nie mogą postrzegać jej inaczej niż właśnie w świetle kategorii danych im przez kulturę, w której obrębie zmuszeni są być i myśleć. Świat i myślenie o nim uwikłane są w to, co jest ze swej genezy ludzkie, a więc – co dla nas znaczy to samo – kulturowe. (...) Warto dostrzec, że słynny krąg hermeneutyczny to nie tylko niemożność oddzielenia podmiotu badań od ich przedmiotu, ale także zakłęty krąg antropomorfizacji. (...) W niej właśnie zakłęte jest ludzkie widzenie świata. Z kolei samo antropomorfizowanie to po prostu aplikowanie punktu widzenia kultury badającej w dziedzinę badaną” (Wrzosek, 1995, s. 13).

Badanie takich wzajemnie się kształtujących czynników możemy obserwować w omawianych badaniach przedstawicieli szkoły toronckiej (Havelock, 2007; Innis, 2007; 2008; McLuhan, 1994; Olson, 2010; Ong, 1992). Tak jak Harold Innis interesował się przede wszystkim konsekwencjami używania konkretnych technologii komunikacyjnych (konsekwencje dotyczyły przede wszystkim organizacji społecznej i politycznej), tak już późniejsi przedstawiciele (przede wszystkim David Olson) skupiali się raczej na wpływie mediów na *sposoby myślenia o świecie*. Zresztą sam Olson doceniał wkład Durkheima w refleksję nad przemianami społecznymi i uwypuklał, że wyobrażenia zbiorowe należy postrzegać jako spoiwo, „które wiąże społeczeństwo w całość. Aby być członkiem danego społeczeństwa, trzeba przyswoić sobie obowiązujące w nim wyobrażenia posiadające uświęcony, religijny status” (Olson, 2010, s. 67). Dlatego też badania nad przeszłymi zjawiskami komunikacyjnymi trzeba postrzegać jako swoiste kontinuum. Jeśli na „biegunie” aspektu medialnego ustawimy pracę *The Bias of Communication* Harolda Innisa (2008), a na „biegunie” aspektu wyobrażeniowego wybitną rozprawę *Speaking into the Air* Johna Durhama Petersa (2001), to nie będziemy mieli większych problemów ze wskazaniem poszczegół-

nych prac podejmujących problem przeszłych zjawisk komunikacyjnych, w ramach których akcentuje się mocniej jeden z dwóch aspektów. Gdybyśmy chcieli pokusić się o wskazanie takiej „środkowej/równikowej” pracy, która w równej mierze koncentruje się na obu aspektach, to byłaby to chyba książka Friedricha A. Kittlera *Gramophone, Film, Typewriter* (F.A. Kittler, 1999), o której Paddy Scannell pisał: „praca Kittlera pokazała, jak nowe technologie komunikacyjne – np. gramofon – zmieniają to, w jaki sposób myślimy o samych sobie. Dzisiaj wszyscy znamy tę ideę, w której ludzkie mózgi są rozumiane na kształt komputerów. Dla nas jest to wręcz idea naturalna. Natomiast sto lat temu naturalne wydawało się myśleć o mózgu raczej jak o fonografie Edisona, co dzisiaj wydaje nam się dziwaczne” (Scannell, 2011, s. 197).

Trzeba pamiętać, że media i wyobrażenia są to (niekiedy nakładające się na siebie) dwa obszary jednego przedmiotu badawczego komunikologii historycznej. Nie są to obszary rozłączne, wręcz przeciwnie: jeden nie funkcjonuje bez drugiego. W ten sposób analiza Platońskiej krytyki pisma mogłaby być również prowadzona z perspektywy wyobrażeń o praktykach komunikacyjnych dotyczących metafizycznego i propedeutycznego wykorzystania oralnej komunikacji. Innymi słowy, nie da się badać wyobrażeń bez mediów, a mediów bez wyobrażeń o nich – wszystko zależy po prostu od kwestii postawionych akcentów.

Prezentując tło teoretyczne rozważań w pierwszej części pracy, wskazałem, że wyobrażenia zbiorowe – ów *aspekt wyobrażeniowy* działań i praktyk komunikacyjnych – jest zespoleniem wiedzy kulturowej umożliwiającej komunikatorom interpretację oraz reguł wyznaczających realizację działań komunikacyjnych. Nie jesteśmy w stanie wskazać zamkniętego zbioru składników wchodzących w zakres wyobrażeń zbiorowych o komunikacji. Są to bowiem zarówno normy i dyrektywy (wartości i sposoby ich osiągnięcia), instrukcje, przekonania, jak i konceptualizacje. Dlatego wyobrażenia zbiorowe o komunikacji (*aspekt wyobrażeniowy* działań i praktyk) traktuję jako współdzielone w danej wspólnocie sposoby kształto-

wania doświadczenia rzeczywistości. Wyobrażenia zbiorowe są zatem całościowo ujmowanym zbiorem *metaforycznych konceptualizacji doświadczenia* – i potocznego, i teoretycznego. Na wyobrażenia zbiorowe danej wspólnoty składają się: systemy wartości, wierzenia religijne, kanony artystyczne, sposoby konceptualizowania zjawisk, kategorie poznawcze itd. Tym samym wyobrażenia zbiorowe mają wpływ na realizowane działania i praktyki w obrębie danej wspólnoty dzielącej owe wyobrażenia. Przedmioty jednostkowych percepcji stają się przedmiotem wiedzy mającej charakter intersubiektywny, wyobrażenia są bowiem *formami* organizacji doświadczenia zbiorowego. Samo zaś doświadczenie składa się, jak podkreśla Andrzej Radomski, z wszelkich przekonań dyrektywalnych oraz przekonań dotyczących zjawisk bezpośrednio uchwytnych praktycznie, czyli takich, do których nie trzeba angażować wiedzy teoretycznej (Radomski, 2001, s. 230). Jest to *doświadczenie potoczne*, a formą jego organizacji – w odniesieniu do praktyk komunikacyjnych – będą zatem, zgodnie z przyjętą na początku książki nomenklaturą, *potoczne wyobrażenia zbiorowe o komunikacji*. Oprócz doświadczenia potocznego wyróżniamy, zasadnicze dla badań nad sposobami konceptualizowania komunikacji, *doświadczenie naukowe*. Jak pisze Radomski, jest to „szczególnie istotne, gdyż zawiera wiedzę (teoretyczną), która może budzić refleksję nad wiedzą (przekonaniami, sędami kulturowymi) wchodzącymi w skład doświadczenia potocznego. (...) Przekonania wchodzące w skład doświadczenia mają charakter kulturowy w tym sensie, że zawierają sądy dyrektywne oraz odniesienia przedmiotowe określonych obiektów bądź stanów rzeczy, których charakterystykę semantyczną zapewniają też sądy kulturowe (należące do sfery światopoglądu – są to, jak już wiadomo, tzw. założenia semantyki). Doświadczenie (teraz dodamy już przydawkę: kulturowe) ma zwykle charakter społeczny. Odpowiednie sądy są bowiem najczęściej podzielane w skali masowej (a już na pewno są to reguły językowe umożliwiające komunikację)” (Radomski, 2001, s. 230–231).

Dookreślając cel rozważań prowadzonych w niniejszej książce, wskazałem, że interesują mnie przede wszystkim takie narzędzia teoretyczne służące do opisu praktyk komunikacyjnych, które pozwalają na ujęcie historycznego wymiaru owych praktyk. Następnie podkreśliłem, że w ramach badań prowadzonych w komunikologii historycznej najmocniej „eksploatowanym” obszarem jest obszar środków i form komunikacji. Badanie historycznych wyobrażeń zbiorowych o komunikacji nie jest rozpowszechnione i wciąż trzeba przekonywać nawet nie tyle o możliwości, co o potrzebie takich badań. Peter Burke pisał: „swego czasu Foucault skrytykował historyków za coś, co nazywał »zubożałym rozumieniem rzeczywistości«, które nie pozostawia miejsca na to, co wyobrażone” (Burke, 2012, s. 74). Wydaje się, że wezwanie to jest nadal aktualne, a jego uzasadnienie może być wyzwaniem stojącym przed filozofami.

W kolejnych rozdziałach będę wykazywać, że na potrzeby badań komunikacyjnych można zaadaptować rozważania prowadzone w ramach historii mentalności i historii intelektualnej (Wendland, 2013b; 2014a) – w ten sposób można podejść do badania *potocznych* i *teoretycznych* wyobrażeń zbiorowych o komunikacji. Celem prowadzonych rozważań nie jest prezentacja gotowego narzędzia metodologicznego, ale przede wszystkim wyczulenie badaczy komunikacji na to, że aspekt wyobrażeniowy jest aspektem przeszłych zjawisk komunikacyjnych.

Skoncentruję się zatem na analizie konkretnych przeszłych wyobrażeń zbiorowych o komunikacji. Skupię się na *konceptualizacjach metaforycznych* o komunikacji, czyli na sposobach komunikowania o komunikacji – zarówno współczesnych, jak i przeszłych, dlatego będzie mnie interesowała również geneza oraz czynniki zmieniające dane konceptualizacje metaforyczne. Innymi słowy, będę analizował, w jaki sposób komunikatorzy *wyobrażają* sobie proces komunikowania i jaki ma to wpływ na nasze komunikowanie oraz – a raczej: przede wszystkim – na proces rozumienia tego, czym jest komunikacja.

KONCEPTUALIZACJE METAFORYCZNE

Aspekt wyobrażeniowy działań i praktyk komunikacyjnych pełni fundamentalną rolę dla samej komunikacji oraz jej zrozumienia. Już we wstępnych fragmentach książki pisałem, że kulturalistyczne ugruntowanie rozważań pozwala patrzeć na komunikację również jako na narzędzie objaśniania samej komunikacji i praktyk kulturowych. W związku z tym warto przyrzeć się jednemu z rodzajów wyobrażeń zbiorowych o komunikacji, które można odnaleźć zarówno na poziomie potocznym, jak i teoretycznym. Chodzi mianowicie o konceptualizacje metaforyczne (inaczej: metafory konceptualne), za pomocą których komunikacja jest definiowana (na poziomie teoretycznym) oraz rozumiana (także na poziomie potocznym).

Pisząc nie tyle o metaforze, ile raczej o konceptualizacji metaforycznej, podkreślam poznawczy charakter metafory, aczkolwiek będę się też posługiwał krótszą wersją tego terminu, czyli po prostu będę pisał o metaforze. Za każdym razem będzie mi jednak chodzić właśnie o kognitywne rozumienie tego pojęcia, a nie jego retoryczno-stylistyczną proveniencję. Oczywiście, metafora może być traktowana jako pojęcie literaturoznawcze, retoryczne, ja wszakże ujmuję je jako narzędzie teoriopoznawcze, które jest niezwykle użyteczne w badaniach komunikologicznych. Dlatego też zgadzam się z Wojciechem Wrzosem, gdy pisze: „metafora i jej konteksty

interpretacyjne wydają się stosowne zwłaszcza dla takiego myślenia o humanistyce, które sytuuje ją nie tyle i nie przede wszystkim w obrębie nauki, ile w obszarze kultury. Badania nad metaforą stwarzają szansę przezwyciężenia rozdarcia historiografii między nauką a literaturą, powstałego w czasach nowożytnych” (Wrzosek, 1995, s. 26).

Klasyczne rozumienie metafory wyrasta z greckich i rzymskich rozważań retorycznych, a miało zostać zmienione, zdaniem językoznawców kognitywnych, dzięki pracom George’a Lakoffa i Marka Johnsona. Innymi słowy, zdaniem językoznawców dopiero badania z drugiej połowy XX wieku doprowadziły do kognitywnej reinterpretacji pojęcia metafory. Jednakże z takim stanowiskiem nie zgadza się m.in. Mikołaj Domaradzki, który w swojej pracy *Filozofia antyczna wobec problemu interpretacji. Rozwój alegorezy od przedsokratyków do Arystotelesa* wskazuje, że takie ujęcie jest błędne i spowodowane zbyt powierzchownym odczytaniem pisma starożytnych. Píše on: „Otóż niektórzy współcześni badacze bardzo wyraźnie przeciwstawiają swoje ujęcie antycznym koncepcjom języka figuratywnego. Odrębność i nowatorstwo swego podejścia podkreślają na przykład twórcy kognitywnej teorii metafor, George Lakoff i Mark Johnson, którzy definiują metaforę jako narzędzie umożliwiające rozumienie jednej rzeczy za pośrednictwem drugiej. Językoznawcy ci bardzo zdecydowanie podkreślają zarazem, że metaforę (a także alegorię i symbol) traktować należy przede wszystkim jako mechanizm poznawczy, a nie tylko figurę retoryczną. Implikują oni tym samym, iż w starożytności interesujące mnie w niniejszej pracy pojęcia traktowane były tylko i wyłącznie jako środki stylistyczne” (Domaradzki, 2013, s. 65–66). Nawet jeśli zgodzimy się z przekonującą argumentacją Domaradzkiego, to i tak nie popełnimy błędu, twierdząc, że kognitywne ujmowanie metafory właśnie jako konceptualizacji rozpowszechniło się w badaniach dopiero w ostatnich dekadach ubiegłego wieku. Dlatego też metaforę ujmuję jako narzędzie *konceptualizowania* pojęć, czyli narzędzie umożliwiające rozumienie pojęcia za pośrednictwem innego pojęcia lub pojęć. Wrzo-

sek, analizując metafory używane w badaniach historycznych, pisze, że takie współczesne ujęcia postrzegają metaforę „nie tylko jako figurę retoryczną, ale także jako kategorię pojęciową niosącą sensy poznawcze. Sedno metafory eksplikujemy w ślad za Ricoeurem jako innowację semantyczną. Proces jej konstytuowania się pojmowany jest jako zjawisko semantyczne i sytuowany w obszarze semantycznego Ricoeurowskiego obszaru oddziaływań, Blackowskiego systemu wspólnych asocjacji czy też w Beardsleyowskiej gamie potencjalnych asocjacji” (Wrzosek, 1995, s. 28).

W związku z tym interesują mnie przede wszystkim konceptualizacje metaforyczne odnoszące się do *komunikacji*. Innymi słowy, chodzi o takie metafory, za pomocą których komunikujemy o komunikacji, dlatego też konceptualizacje metaforyczne możemy nazwać rodzajem metakomunikacji. Ponadto zakładam, że konceptualizacje metaforyczne nie są uniwersalne, lecz ich kształt warunkowany jest przez historyczno-kulturowe przemiany sposobów myślenia o komunikacji. W związku z tym przeszłe konceptualizacje metaforyczne oraz geneza współczesnych metafor mogą być badane w ramach komunikologii historycznej. O dwóch głównych rodzajach konceptualizacji będących podstawą tworzenia większości współczesnych teorii komunikacji pisałem już w pierwszej części książki: pokazywałem wówczas rolę metafory transmisji oraz metafory rytuału (orkiestry). To są właśnie konceptualizacje metaforyczne, których jednak nie należy traktować jako uniwersalnych sposobów mówienia o komunikacji.

Nie można ulec pokusie i wyjaśniać *genezy* konkretnej konceptualizacji metaforycznej poprzez rozważania etymologiczne. Wielu badaczy – w tym James Carey – dokonują takiego uproszczenia, które odcina drogę do najważniejszych badań komunikologiczno-historycznych. Jak takie uproszczenie się dokonuje? Jeżeli spojrzymy na źródłosłów terminu komunikacja, wówczas przywołamy łaciński czasownik *communicare* (być w relacji, w związku z kimś, udzielić komuś wiadomości) oraz rzeczownik *communio* oznaczający poczucie łączności, wspólnoty. W XVI wieku pojawiła się łaciń-

ska forma *communicatio*, która następnie została upowszechniona w językach narodowych. W ten sposób *communicatio* zaczęło oznaczać „utrzymywanie z kimś stosunków”. Jednakże wyraz ten (*communicatio*), jak pisze Walery Pisarek, zyskał w XVI wieku drugie znaczenie: „transmisja, przekaz”, co wiązano z rozwojem poczty i połączeń drogowych (Pisarek, 2008, s. 13). Tym samym można powiedzieć, że odnosząc się do etymologii wyrazu, komunikacja oznacza (1) proces służący przekazywaniu informacji oraz (2) tworzenie relacji społecznych. Takie ujęcie da się natomiast bardzo „zgrabnie” połączyć z dwiema najczęściej używanymi konceptualizacjami metaforycznymi: metaforą transmisji i metaforą rytuału. Jednocześnie mamy wskazaną już genezę konceptualizacji najpopularniejszej metafory: konceptualizacja pojawiła się wraz z rozwojem poczty i dróg. Tak też zdaje się myśleć o tym procesie James Carey, jednak genezę „z transportu i dróg” przesuwają na wiek XIX. Píše on: „transmisyjne ujęcie komunikacji jest najpowszechniejsze w naszej kulturze, prawdopodobnie we wszystkich kulturach przemysłowych, i dominuje we współczesnych słownikach wyjaśniających znaczenie tego terminu. Ujęcie to jest definiowane poprzez takie terminy jak »przekazywanie«, »przesyłanie«, »transmitowanie« czy też »dawanie innym informacji«. Jest ono uformowane przez metaforę geografii czy transportu. W XIX wieku, ale również w nie mniejszym stopniu obecnie, przepływ towarów i ludzi oraz przepływ informacji były postrzegane jako istotowo identyczne procesy, ponadto oba były opisywane przez wspólne określenie: »komunikacja«. W centralnym punkcie tej idei znajduje się transmisja sygnałów lub komunikatów na odległość, celem natomiast jest kontrola” (Carey, 2009, s. 12). Równie często wyjaśnienie transmisyjnej konceptualizacji związane jest z dziewiętnastowiecznym mówieniem o komunikacji jako o „krwiobieg społeczeństwa”. Poszukiwanie źródeł współczesnych transmisyjnych ujęć i wskazywanie na „kolej żelazną” oraz „krwiobieg społeczeństwa” nazywam tworzeniem *metafory transportu* i *metafory organicznej* (Kulczycki, 2012c). Są to wszakże próby wskazania etymologicznej genezy współczesnego

sposobu myślenia o komunikacji. Jestem jednak przekonany, że geneza wyrazu nie może zastąpić genezy pojęcia, warto więc skupić się nie tylko na sposobie używania wyrazu, ale i na warunkach kształtujących i zmieniających konceptualizacje metaforyczne odnoszące się do komunikacji. Owymi warunkami są, oczywiście, wyobrażenia zbiorowe odnoszące się do samej komunikacji, do jej aspektu medialnego, a także do samych siebie.

Dlatego trzeba pamiętać, że są to wyjaśnienia „etymologiczne”, które skupiają się jedynie na „widzialnych” i „bezpośrednich” odwołaniach. Badacze nie zadają sobie pytań: „Jaki sposób myślenia o komunikacji spowodował, że mówimy o niej jako o procesie przekazywania informacji?”, „Jak zmieniło się myślenie o komunikacji, że nagle zaczęliśmy postrzegać ten proces jako pakowanie emocji oraz idei w słowa i przesyłanie ich drugiej osobie?”. Nie pada również pytanie fundamentalne, szczególnie jeśli chcielibyśmy łączyć wyłonienie się takiej konceptualizacji z rozwojem poczty i dróg. Czy w XVI wieku mogło być rozpowszechnione takie rozumienie podmiotów (komunikatorów), które współcześnie nazywamy „podmiotami kartezjańskimi”, czyli obdarzonych umysłem, świadomych, racjonalnych? Co więcej, zdaniem Havelocka, współczesne metafory odnoszące się do komunikacji (np. metafora transmisji) zupełnie się nie sprawdzają, kiedy próbujemy opisywać społeczeństwa oralne. Właśnie dlatego, że konstrukcja tych konceptualizacji ugruntowana jest na piśmiennym wyobrażeniu mowy i komunikacji. Havelock podkreśla: „System komunikacyjny tego rodzaju [oralny – E.K.] jest systemem odbrzmiwającego echa, lekkim i ulotnym jak powietrze. Mimo to próbujemy go opisać tak, jak gdyby jego składniki i efekty były formami materii istniejącymi w konkretnej przestrzeni. Stają się one »wzorcami« i »kodami«, »tematami« i »monumentalnymi kompozycjami«. Posiadają »zawartość« i »podstawy«. Ich bycie staje się, mówiąc lingwistycznie, kwestią »gramatyki«, a jest to termin, którego pochodzenie zdradza, że odnosi się on do słów zapisanych, a nie wymówionych. O regułach gramatyki powiada się, że są »wpisane w nasze mózgi«. Jeśli się je

przechowuje, stają się »informacją«, »zapakowaną« i »zmagazynowaną« w domu towarowym umysłu. Takie i podobne metafory, a jest ich wiele, są charakterystyczne dla kultury pisma, traktującej język jako byt wyłącznie pisany, którego historia rozpoczyna się w momencie, gdy przestaje on być echem, a staje się artefaktem. Metafory są oczywiście niezbędnym środkiem interpretującej komunikacji, lecz w tym przypadku ich dobór i trwałość świadczą o wyjątkowych kłopotach, na jakie natrafia myślenie o oralności pierwotnej i opisywanie jej. Nie mamy dla niej modelu w naszej świadomości” (Havelock, 2006, s. 84–85). Havelock uczula nas na niezwykle istotną kwestię: to, jak mówimy o naszej komunikacji, zależy również od dominujących form i środków komunikacji – nie chodzi mu jednakże o „proste” pojawienie się kolei żelaznej czy poczty, ale o fundamentalne przemiany, takie jak wyłonienie się pisma czy skonstruowanie i rozpowszechnienie prasy drukarskiej.

Badania nad konceptualizacjami metaforycznymi komunikacji nie mają jeszcze obszernej literatury przedmiotu, chociaż można wskazać kilka najbardziej znaczących prac (Short, 2013; Wiseman, 2003; 2007a) oraz fundamentalną w tym zakresie rozprawę Johna Durhama Petersa *Speaking into the Air* (Peters, 2001). Należy wszakże pamiętać, że częścią rozważań nad metakomunikacją są te dotyczące badań nad metaforami metalingwistycznymi. Dlatego też jedną z kluczowych konceptualizacji metaforycznych będzie metafora transmisji, która w ramach językoznawstwa kognitywnego badana jest jako metafora *przewodu*. Johan Vanparys, rozpatrując zagadnienie metafor metalingwistycznych, podkreśla, że nasza wiedza o języku jest w większości implicytna, zatem potrzebujemy odpowiednich teorii, które ją wydobędą. Trzeba jednak pamiętać, że użytkownicy języka mają „intuicyjne pojęcia języka, które odbijają się w metalingwistycznym repertuarze słownika” (Vanparys, 1995). Za przykład takiego implicytnego rozumienia języka Vanparys podaje istnienie w języku takich czasowników, jak „obietcywać”, „prosić”, „przepraszać”, które John L. Austin i John Searle, filozofowie języka potocznego, nazywali aktami mowy.

W związku z powyższym w kolejnym rozdziale doprecyzuję, czym jest „komunikowanie o komunikacji”, oraz wskażę, jak można rozumieć metakomunikację w kontekście wyobrażeń zbiorowych. Następnie przejdę do omówienia najważniejszej konceptualizacji, czyli *metafory transmisji*, i pokażę, że badanie jej historii wyłącznie narzędziami etymologicznymi jest niewystarczające. Dalej, na podstawie prowadzonych przez historyków komunikacji badań, zrekonstruuje przeszłe konceptualizacje metaforyczne o komunikacji: skupię się przede wszystkim na *metaforze przygotowywania posiłków* oraz odniosę się do tzw. „dziedzictwa Locke’a”, czyli wpływu rozważań empirysty brytyjskiego na współczesne teorie komunikacji.

NIEKLASYCZNE UJĘCIE METAKOMUNIKACJI

Wprowadzając kategorię konceptualizacji metaforycznej, wskazałem, że ten rodzaj „komunikowania o komunikacji” można nazywać *metakomunikacją*. Jednakże nie jest to powszechne rozumienie pojęcia metakomunikacji, dlatego należy doprecyzować, jak jest ono ujmowane w badaniach nad komunikacją oraz jak ja wykorzystuje je w perspektywie kulturalistycznej w ramach komunikologii historycznej.

Metakomunikacja definiowana jest najczęściej jako „druga warstwa” komunikacji, a dokładniej – druga warstwa komunikatów, które pojawiają się w komunikacji. Owa druga warstwa pozwala lepiej interpretować komunikaty (choć badacze często nie wskazują kryterium „dobrej interpretacji”). Wychodząc z takiego założenia, przyjmuje się, że w ramach komunikacji każdemu znakowemu komunikatowi towarzyszy „metakomunikat”, który dookreśla, w jaki sposób ten komunikat pierwszego rzędu powinien być rozumiany: chodzi nie tylko o dookreślenie „treści” komunikatu (możemy mówić o „zawartej treści”, jeśli pozostaniemy na poziomie metafory transmisji w rozumieniu komunikacji), ale również tego, jaki „wydźwięk” ma dany komunikat oraz jaki może mieć wpływ na relacje konstytuujące się między komunikatorami. Najbardziej rozpowszech-

niona w ramach studiów definicja metakomunikacji została przedstawiona przez Gregory'ego Batesona⁴⁰: „Termin »metakomunikacja« jest używany na oznaczenie tego nowego porządku komunikacji i jest definiowany jako »komunikacja o komunikacji«. Będziemy opisywać jako »metakomunikację« wszystkie wymiany sygnałów i zdań na temat (a) kodyfikacji i (b) relacji pomiędzy komunikatorami. Będziemy przyjmować, że większość zdań na temat kodyfikacji jest jednocześnie ukrytymi lub wyraźnymi zdaniami na temat relacji i *vice versa*. Dlatego też żaden wyraźny podział nie może być nakreślony między tymi dwoma typami metakomunikacji” (Bateson, 1951, s. 209). W ten sposób w ramach każdego realizowanego działania komunikacyjnego można wskazać metakomunikację, ponieważ każda „treść” komunikacji zawiera „metakomunikacyjny” element na temat tego, jak interpretować dane działanie. Metakomunikacja traktowana jest jako dodatkowy „sygnał” lub niewerbalna wskazówka, że daną wypowiedź należy traktować jako ironiczną czy też jako sarkazm.

Trzeba jednak zwrócić uwagę, że takie postrzeganie metakomunikacji oznacza, iż w ramach „komunikacji pierwszego rzędu” przesyła się wskazówki do tego, jak interpretować dane działanie. I oczywiście, jest to istotny element rozgrywającej się komunikacji: Bateson wszakże w żaden sposób nie podkreśla roli komunikatora interpretującego (owego „odbiorcy”), którego kompetencja kulturowa oraz wiedza determinuje w ogóle możliwość odczytania owego metakomunikatu. Dlatego najczęściej o metakomunikacji myśli się jako o niewerbalnym uzupełnieniu werbalnej komunikacji. Na tym też gruncie rozwinęła się kinezjetyka, czyli badanie ruchów ciała, gestów, jako uzupełniających elementów komunikacji (np. badanie ekspresji i mikroekspresji twarzy kłamców) czy chronemika jako badanie wpływu czasu na komunikację, ale także traktowa-

⁴⁰ Oczywiście, rozpatrując pojęcie metakomunikacji czy metakomunikatów, warto pamiętać o tym, że na gruncie badań logicznych dogłębnie tę kwestię rozpatrywał m.in. Alfred Tarski, analizując zagadnienie prawdy i metajęzyka.

nie czasu jako „komunikatu” (np. badanie, czy na negocjacje biznesowe lepiej umawiać się z samego rana czy późnym wieczorem).

Metakomunikacja jest zatem, jak się zdaje, uzupełnieniem wypowiedzi – jeśli te dwa elementy „współgrają”, wówczas możemy uznać, że komunikator interpretowany w sposób spójny realizuje działanie, jeśli natomiast komunikacja niewerbalna przeczy werbalnej, wtedy pojawia się podejrzenie, że komunikator np. próbuje coś ukryć. W ten sposób właśnie rozumiane jest w psychologii (za sprawą Batesona) tzw. podwójne wiązanie, czyli sprzeczność komunikatu. Przykładowo, matka szeroko rozkłada ramiona i mówi do dziecka bardzo oschłym i nieprzyjemnym głosem, żeby podeszło do niej. Zdaniem Batesona przekazywany komunikat (prośba o podejsście) jest doprecyzowany przez metakomunikat (otwarte ramiona jako znak dobrych zamiarów, ale do tego oschły i nieprzyjemny głos). Dziecko, rozpatrując metakomunikat, nie potrafi rozwiązać owej sprzeczności i nie wie, jak interpretować owo zachowanie. W takim ujęciu działanie komunikacyjne traktowane jest jako „zamknięta całość”, której zrozumienie możliwe jest na gruncie owej całości. Dlatego też warto zauważyć, że odczytanie owej sprzeczności i reakcja na nią są zależne przede wszystkim od wiedzy, jaką posiada komunikator interpretujący. W związku z tym można byłoby powiedzieć, że to, co Bateson nazywa „metakomunikacją”, jest w rzeczywistości *kontekstem* komunikacji albo *ramą*, w której rozgrywają się działania komunikacyjne. Jednakże należy podkreślić, że wkład Batesona w rozwój badań nad kontekstem komunikacyjnym jest niezaprzeczalny: wskazując na metakomunikacyjne niewerbalne podłoże rozumienia komunikatów, poszerzył zakres badań nad komunikacją oraz sam sposób rozumienia działania komunikacyjnego. Zatem komunikacja (i jej rozumienie poprzez komunikację o komunikacji) nie może być sprowadzana do poziomu językowego. Dlatego słusznie Marc Howard Rich i Robert T. Craig krytykują Habermasowskie rozumienie działania komunikacyjnego, które oparte jest niemalże w całości na jego lingwistycznym charakterze: „Bateson ujawnia słabość teorii działania komu-

nikacyjnego Habermasa. Podkreślając zbyt mocno rolę językowego wymiaru komunikacji, Habermas nie docenia wagi procesów metakomunikacyjnych, które – w terminach Batesonowskiej ekologii komunikacji – są fundamentalne dla stabilizacji i zmiany porządku społecznego. (...) Ograniczeniem teorii Habermasa jest to, że niedostatecznie teoretyzuje metakomunikacyjny poziom ludzkiej komunikacji. Habermas opiera się na modelu językowo zapośredniczonej komunikacji. Model ten nie jest w stanie uchwycić złożoności w większości nieświadomych kodów metakomunikacji, które według Batesona, funkcjonują po to, aby tworzyć relacje między komunikatorami. Te metakomunikacyjne kody odgrywają fundamentalną rolę w wyjaśnianiu możliwości porządku społecznego, poprawiając Habermasowskie zbyt przesadne podkreślanie językowej roli w tworzeniu konsensu” (Rich i Craig, 2012, s. 384, 391). Oznacza to, że badanie metakomunikacyjnych aspektów samego działania komunikacyjnego jest fundamentem rozumienia komunikacji. Co więcej, trzeba podkreślić, że w codziennej komunikacji tak właśnie robimy, aby realizować funkcje komunikacji – nie możemy zatem pomijać tego czynnika w badaniach komunikologicznych.

William W. Wilmot, analizując różne wykładnie metakomunikacji, wyodrębnił jej dwa główne poziomy: (1) poziom relacyjny i (2) poziom epizodyczny (Wilmot, 1980, s. 63). Metakomunikacja relacyjna odnosi się do znaczenia komunikatów w sposób implicytny i eksplicytny. Implicytna relacyjna metakomunikacja, zdaniem Wilmota, jest konstruowana za każdym razem, w każdym działaniu komunikacyjnym i można ją traktować jako deklarację: „w taki właśnie sposób postrzegam ciebie w relacji z sobą” (Wilmot, 1980, s. 62). Szczególnie na wczesnych etapach budowania relacji takie metakomunikaty o stanie relacji są niewypowiedzane (są „wypowiedzalne”, ale komunikatorzy uznają, że jeszcze nie nadszedł moment, w którym można je „wyciągnąć na wierzch”). Dlatego eksplicytna metakomunikacja odnosząca się do relacji pojawia się dopiero wtedy, kiedy relacja zaczyna być ustabilizowana. Wówczas obaj komunikatorzy mogą powiedzieć: „lubimy się” lub „jesteśmy kole-

gami". Dlatego zdaniem Wilmota ten poziom metakomunikacji może być rozumiany jako jakikolwiek komentarz na temat relacji pomiędzy komunikatorami. Natomiast metakomunikacja epizodyczna pojawia się wtedy, gdy uczestnicy komunikacji podpowiadają innym komunikatorom, jak dana wypowiedź powinna być ich zdaniem zrozumiana („to jest rozkaz”, „tylko żartowałem”, „to była ironia”). Oznacza to, że każde skomentowanie dziejącego się działania komunikacyjnego realizuje metakomunikacyjne funkcje. Innymi słowy, komunikowanie o komunikacji w trakcie komunikacji byłoby, zdaniem Wilmota, realizacją epizodycznego poziomu metakomunikacji. W ten sposób można dookreślić kontekst i wskazać, jaki to był rodzaj wypowiedzi (np. rozkaz, a nie prośba), dlaczego coś powiedzieliśmy (jakie motywy stały za działaniem komunikacyjnym), jakiej reakcji oczekujemy od komunikatora interpretującego.

W taki właśnie sposób traktowana jest najczęściej metakomunikacja na gruncie studiów nad komunikacją, czyli jako kolejna warstwa komunikacji, która dookreśla, w jaki sposób komunikat powinien być odczytany oraz jak kształtuje się relacja i interakcja między komunikatorami. Jest to zatem dodatkowy „ładunek komunikatu”. Naturalnie, jego odczytanie – tak jak i zinterpretowanie samego działania komunikacyjnego – zależy od wiedzy kulturowej komunikatorów. I w tym właśnie punkcie owo klasyczne rozumienie metakomunikacji spotyka się z tym, co na gruncie komunikologicznym określiłem jako: (1) konceptualizacje metaforyczne, czyli komunikowanie o komunikacji, oraz (2) wyobrażenia zbiorowe o komunikacji.

Dlatego proponuję, aby pojęcie komunikacji uzupełnić o te dwa komponenty i *metakomunikację* w dziejącym się działaniu komunikacyjnym rozumieć jako hierarchiczne zespolenie trzech elementów. Omawiam je poniżej.

1. *Sytuacyjny kontekst komunikacyjny* – dotyczy relacyjnej i epizodycznej metakomunikacji w rozumieniu Wilmota.

2. *Konceptualizacje metaforyczne*, które stanowią fundament realizacji kontekstu komunikacyjnego. Jeżeli komunikatorzy używają (najczęściej *implicite*) metafory transmisji w mówieniu o swojej

komunikacji (a zatem w realizowaniu sytuacyjnego kontekstu komunikacyjnego), to posługują się takimi terminami, jak „dostarczenie wiadomości”, „kodowanie/odkodowywanie” czy „treść zawarta w słowach”. Dzięki wypracowanym na gruncie kulturowym konceptualizacjom metaforycznym komunikator może więc zapytać, czy dana wiadomość została *dostarczona* lub czy jego słuchacz zrozumiał treść *zawartą* w ostatnim zdaniu. Tym samym konceptualizacje metaforyczne dostarczają narzędzi do metakomunikacji relacyjnej i epizodycznej.

3. *Wyobrażenia zbiorowe o komunikacji.* Konceptualizacje metaforyczne są narzędziami dla metakomunikacji, natomiast ich kształt jest wynikiem historyczno-kulturowych przemian sposobu realizowania i postrzegania komunikacji. Kształt tych narzędzi jest więc zależny od całości *wyobrażeń zbiorowych* o komunikacji.

Można zatem powiedzieć, że realizowana w każdym działaniu komunikacyjnym jego funkcja metakomunikacyjna jest możliwa dzięki narzędziom (m.in. konceptualizacjom metaforycznym, ale nie tylko), których kształt nie jest uniwersalny, lecz zależy od wyobrażeń zbiorowych danej wspólnoty komunikacyjnej, a więc jest wynikiem przemian form organizacji doświadczenia zbiorowego.

W takim nieklasycznym rozumieniu metakomunikacji, czyli składającej się z poziomów: (1) realizacji, (2) narzędzia i (3) warunków ukształtowania narzędzia, interesujące z perspektywy komunikologii historycznej są przede wszystkim dwa ostatnie poziomy. Badanie przeszłych konceptualizacji metaforycznych i ich genezy oraz wskazywanie na kształtujące je wyobrażenia zbiorowe (pocodne i teoretyczne) jest próbą odpowiedzi na pytanie o zakres kompetencji kulturowych potrzebnych komunikatorom do realizacji metakomunikacyjnej funkcji działań i praktyk komunikacyjnych.

METAFORA TRANSMISJI JAKO WYOBRAŻENIE ZBIOROWE

Metafora jest narzędziem umożliwiającym rozumienie jednej rzeczy za pośrednictwem drugiej – rozumienie pojęcia w terminach innego pojęcia (Lakoff i Johnson, 1980, s. 5–6). W ten sposób metafora traktowana jest jako narzędzie konceptualizacyjne (ang. *conceptual metaphor*), a nie jedynie jako figura retoryczna. Konceptualizacja metaforyczna warunkuje zatem sposób rozumienia danego pojęcia, a zarazem sposób jego używania. Natomiast na konceptualizację metaforyczną mogą wpływać (jest to relacja dwustronna) zbiorowe wyobrażenia danej wspólnoty (zarówno potoczne, jak i teoretyczne).

Dlatego też przyjmuję, że *metafora transmisji* służy do opisywania i definiowania procesu komunikacji w ramach teorii komunikacji. Oznacza to, że metafora transmisji jest narzędziem teoretycznym służącym m.in. do tworzenia transmisyjnych modeli procesu komunikacji, czyli takich, w których uznaje się, że komunikacja polega na transmitowaniu idei, znaczeń, emocji (Kulczycki, 2012c). Definiowany proces komunikacji można podzielić na elementy i etapy: wkładania myśli lub idei w słowa, nadawania wiadomości, odbierania wiadomości oraz – w zależności od modyfikacji tej metafory – odkodowywania treści lub dostępu do niej. Mnie natomiast interesują czynniki kształtujące metaforę transmisji, które są potocznymi i teoretycznymi wyobrażeniami zbiorowymi o komunikacji.

Potoczne wyobrażenia o komunikacji wyrażane są w codziennej komunikacji. W przypadku metafory transmisji uwidoczniają się one w składowych metaforach transmisji. Owe składowe to: (1) metafora przewodu, (2) metafora kontenera i (3) metafora transferu. Te potoczne (przedteoretyczne) sposoby konceptualizacji komunikacji współkształtowały konceptualizację teoretyczną będącą podstawą modeli transmisyjnych. To, co nazywam potocznymi wyobrażeniami o komunikacji, które kształtują sposoby myślenia o tym abstrakcyjnym procesie, William Michael Short nazywa modelami ludowymi (ang. *folks models*). Analizując zagadnienie konceptualizacji metaforycznych starożytnych Rzymian dotyczących komunikacji, autor ten pisze, że „są one »gotowymi« sposobami myślenia, których członkowie wspólnoty używają do organizowania, argumentowania, a więc do mówienia o swoim doświadczeniu” (Short, 2013, s. 206).

Drugi element kształtujący metaforę transmisji to wyobrażenia teoretyczne. Mowa tutaj np. o wpływie, jaki na metaforę transmisji wywarła kryptografia (Krippendorff, 2009, s. 58–59) czy matematyka (Shannon, 1948).

Taki sposób rozróżniania nie jest typowy w literaturze przedmiotu. Zdaniem Michaela Reddy’ego w metaforze przewodu zawiera się metafora kontenera i metafora transferu (Reddy, 1993, s. 290–291), a samą metaforę przewodu możemy odnaleźć w ujęciach teoretycznych (Reddy, 1993, s. 305–306). Dla amerykańskiego językoznawcy metafora przewodu jest „tą samą” metaforą zarówno w ramach konceptualizacji teoretycznej, jak i przedteoretycznej. Jak zauważa Perry L. Blackburn, Reddy „nie stosuje terminu metafory konceptualnej w odniesieniu do metafory przewodu, a klasyczną konceptualną metaforę komunikacji sugeruje – tak można wywnioskować – określać mianem metaforyzmu” (Blackburn, 2007, s. 8). Natomiast Joe Grady w tekście *The „Conduit Metaphor” Revisited: A Reassessment of Metaphors for Communication* wskazuje, że metafora przewodu składa się z pięciu innych, zawartych w niej metafor: (1) składniki są treścią, (2) wyłanianie się jako stawanie się dostęp-

nym, (3) transmisja energii jako transfer, (4) osiąganie celu jako nabywanie pożądanego obiektu, (5) zakres elementów wyznacza posiadanie (Grady, 1998). Inną kategoryzację stosuje Klaus Krippendorff, który wyróżnia w metaforycznym mówieniu o komunikacji metaforę hydrauliczną (we wcześniejszych swoich opracowaniach używał określenia „metafora transmisji”), metaforę przewodu i kontenera oraz inne, takie jak metafora wojny, rytuału, kontroli itd. Jednakże w przeglądzie sposobów konceptualizacji nie koncentruje się na odróżnianiu tych występujących na poziomie teoretycznym od tych, które pojawiają się w codziennej komunikacji (Krippendorff, 2009, s. 51–61). Badanie innych konceptualizacji metaforycznych komunikacji na poziomie teoretycznym wymagałoby analizy odmiennych (składowych) metafor. Gdybyśmy chcieli przeanalizować metaforę rytuału będącą konceptualizacją teoretyczną ujęć konstytutywnych (rytualnych), wówczas należałoby podjąć badania nad metaforą tańca, metaforą orkiestry, metaforą wojny itd.

W niniejszych rozważaniach takie rozróżnienie jest jednak bardzo ważne, ponieważ przyjmuję, że sposób mówienia o komunikacji (a więc samoodnosząca się do siebie praktyka komunikacyjna) jest kształtowany m.in. przez wyobrażenia zbiorowe (badacz ma dostęp do tych wyobrażeń np. dzięki badaniu metaforycznej konceptualizacji). Dlatego też zakładam, że potoczny sposób metaforycznej konceptualizacji komunikacji (metafora przewodu, metafora kontenera, metafora transferu) ukształtował sposób teoretycznego definiowania komunikacji (metafora transmisji), lecz nie jest z nim tożsamy. To, w jaki sposób następowało owo kształtowanie, rozwój i przeobrażanie, może być właśnie przedmiotem badań historyczno-komunikacyjnych. W ten sposób badania nad rozwojem metafor mogą dostarczyć przesłanek do objaśnienia, jakie powody (motywy) stoją za przeobrażeniami danych metafor komunikacji.

Warto podkreślić, że badania prowadzone na gruncie językoznawstwa kognitywnego koncentrują się głównie na współcześnie używanych wyrażeniach. Oczywiście, istnieją prace analizujące ich historyczne przekształcenia (Sweetser, 1991), lecz w zakresie naj-

ważniejszego dla niniejszych rozważań problemu wyobrażeń zbiorowych o komunikacji literatura przedmiotu nie jest obszerna.

Naturalnie, można wskazać na poziomie przedteoretycznym (potocznym) jeszcze inne metafory stosowane do opisywania procesów komunikacyjnych, takie jak metafora wojny i metafora rytuału (Krippendorff, 2009, s. 59–60), metafora przyozdobienia (Wiseman, 2007a, s. 64–66) czy metafora oświecania (Domaradzki, 2012, s. 4–6). Jednakże wpływają one na inny sposób definiowania komunikacji na poziomie teoretycznym, np. metafora orkiestry jest kluczowa dla konstytutywnych modeli komunikacji (Craig, 1999, s. 124–128).

Metafora transmisji stanowi dla mnie przedmiot rozważań metateoretycznych, dlatego też nie koncentruję się na adekwatności i użyteczności tego sposobu konceptualizacji. Niniejsze analizy uznaję za metateoretyczne, gdyż interesuje mnie nie to, jak praktyka komunikacyjna jest ujmowana w teoriach komunikacji, lecz na bazie jakich przesłanek i założeń tworzy się strukturę danego ujęcia teoretycznego. Oznacza to, że przedmiotem takich rozważań jest rola i status metafory transmisji w teoriach komunikacji, a nie „transmisyjność” samego procesu uchwytywana w teoretycznym namyśle.

Najistotniejsze jest dla mnie rozważanie statusu tej metafory oraz pokazanie, że poziom teoretycznych rozważań nad komunikacją wyrasta bezpośrednio z potocznych sposobów mówienia o praktykach komunikacyjnych. Natomiast wskazane sposoby mówienia kształtowane są przez wyobrażenia zbiorowe danej społeczności. Pokazanie tego pozwala w sposób uzasadniony mówić o możliwości, czy wręcz konieczności badania tej metafory (oraz jej składowych) w perspektywie diachronicznej.

Przyjmuję zatem, że definiowanie metafory transmisji jako wyobrażenia zbiorowego podlegającego przemianom historycznym jest niezbędne, aby można było prowadzić historyczne badania nad praktykami komunikacyjnymi. Metafora transmisji jest wyobrażeniem zbiorowym, czyli elementem pewnego „obrazu świata” danego społeczeństwa.

Dlatego też nie podejmuję się dyskusji z teoretykami komunikacji, którzy podkreślają „sztuczność” i nieprzydatność takiego sposobu konceptualizacji. W ten sposób metaforę transmisji ocenia Niklas Luhmann, stwierdzając, że jest ona nieużyteczna, gdyż implikuje zbyt mocną ontologię i skupia się na tym, „co” jest przekazywane od nadawcy do odbiorcy. Według niemieckiego myśliciela „to jest błędne, ponieważ nadawca nie oddaje niczego w rozumieniu pozbywania się tego” (Luhmann, 1995, s. 139). Co więcej, metafora transmisji zakłada identyczność owej przekazywanej przesyłki w punkcie jej nadania i odbioru, czyli np. w momencie mówienia i słuchania (Vanderstraeten, 2000, s. 586). Źródło takiego pojmowania statusu owej przesyłki leży nie tyle w metaforze transmisji, ile we współkonstytuującej ją metaforze transferu.

Wskazane trzy główne składowe metafory (przewodu, kontenera i transferu) analizowane są głównie w pracach z zakresu językoznawstwa kognitywnego na podstawie współczesnego sposobu mówienia o komunikacji. Jednakże każda z tych metafor może być odnaleziona w historycznych wyobrażeniach o komunikacji (zarówno teoretycznych, jak i potocznych). Metafory przewodu można poszukiwać w homeryckich eposach czy też rozpoznawać ją jako składową „obrazu świata” starożytnych Rzymian (Wiseman, 2007a). Metafora kontenera, jak pokazują Christopher Gauker (1992) i John Durham Peters (2001), ujawnia się w konceptualizacjach Johna Locke’a zawartych w *Rozważaniach dotyczących rozumu ludzkiego* (Locke, 1955). Natomiast metafora transferu bywa utożsamiana z metaforą przewodu (Reddy, 1993, s. 286–287), jednak – jak pokazał Rob Wiseman – istnieje między nimi zasadnicza różnica, która jest widoczna, gdy badamy historyczny rozwój metaforycznej konceptualizacji. Zdaniem tego autora „pojęcie »transferowania« od jednej do drugiej osoby było stosunkowo nowe dla Rzymu w I wieku p.n.e. i naszej ery, a Rzymianie nie rozwinęli wówczas rozległej terminologii odnoszącej się do tego pojęcia. Pojęcie to opiera się na kilku wysoce ogólnych terminach, które oznaczały »przechodzenie« lub »niesie-

nie« dotyczące pojęcia podróŜowania znanego przed upowszechnieniem pisma” (Wiseman, 2007a, s. 52).

W metaforze transferu najwaŜniejsze jest to, „co” jest transferowane. A to, co jest transferowane, zmienia swoje miejsce, właściciela. Natomiast w trakcie transmisji (w ramach konceptualizacji procesu ujmowanego metaforą transmisji) nie zmienia się właściciel. Innymi słowy, w metaforze transferu idee, emocje, uczucia są przesyłane do drugiej osoby, natomiast w metaforze transmisji idee, emocje, uczucia, znaczenia są wyrażane (w słowach) i transmitowane. Oczywiście, moŜe zdarzyć się tak, Ŝe dana metafora transferu (poziom przedteoretyczny) jest w niemal niezmienionej formie wykorzystywana w danej teorii – wówczas będę ją nazywał metaforą transmisji ze względu na poziom uteoretycznienia.

Badanie historycznych konceptualizacji metaforycznych dotyczących komunikacji pozwala nam zrozumieć genezę współczesnego sposobu definiowania komunikacji. Analizując antyczne teksty łacińskie, badacze pokazują, Ŝe dzisiejsza „transmisyjność” wywodzi się ze sposobu postrzegania komunikacji przez pryzmat wydychania powietrza (Wiseman, 2007a) lub przygotowywania i spoŜywania jedzenia (Short, 2013).

Codzienne sposoby komunikowania o komunikacji oraz wyobraŜenia zbiorowe je kształtujące umieszczam na przedteoretycznym poziomie konceptualizacji metaforycznej. Od lat siedemdziesiątych ubiegłego wieku w badaniach nad komunikacją – głównie za sprawą pracy Michaela Reddy’ego (1993) – toczy się intensywna dyskusja nad sposobem metaforycznego charakteryzowania procesu komunikacji (por. Krzeszowski, 1997). Reddy podjął się w tekście *The Conduit Metaphor. A Case of Frame Conflict in Our Language About Language* przedyskutowania konsekwencji wynikających z używania metafory przewodu, która zawiera metaforę kontenera i metaforę transferu. Autor nie kładzie jednak nacisku na kontekst społeczno-kulturowy oraz na perspektywę diachroniczną. Zadając pytanie, „jakiego rodzaju historie opowiadają ludzie, opowiadając o swoich działaniach komunikacyjnych?” (Reddy, 1993, s. 285), jasno stwier-

dza, że komunikowanie o komunikacji jest „determinowane przez semantyczną strukturę samego języka” (Reddy, 1993, s. 285). Reddy w swoich analizach przywołuje wiele przykładów, lecz zaczyna od trzech najważniejszych (Reddy, 1993, s. 286):

1. Postaraj się lepiej przekazywać swoje myśli.
2. Żadne z uczuć Marii nie dotarło do mnie w jasny sposób.
3. Wciąż nie dałeś mi żadnego pomysłu, co masz na myśli.

Zdaniem amerykańskiego badacza powyższe zdania brzmią jak opis mentalnej telepatii czy też jasnowidzenia. Sugerują uczestnikom komunikacji, że właśnie w ten sposób komunikacja przebiega. Należy podkreślić, że wnioskowanie o tym, czym „coś” jest, na podstawie tego, w jaki sposób mówi się o tym „czymś” – czyli wnioskowanie o istocie komunikacji na podstawie tego, jak mówimy o naszej komunikacji – może prowadzić do wielu pomyłek. Ludwig Wittgenstein w *Dociekaniach filozoficznych* pokazywał, że zamiast pytań o to, czym jest dane działanie, lepiej zapytać, „co się dzieje?”, gdy dane działanie jest wykonywane (Wittgenstein, 2004). Zatem „co się dzieje”, gdy dwie osoby rozmawiają ze sobą? Czy uczestnicy komunikacji uważają, że przekazują drugiej osobie swoje myśli i że owe myśli wkładają w pudełka słów? Nie sposób odpowiedzieć zadowalająco inaczej niż twierdząc, gdyż dotyka nas tutaj tzw. „przemoc metafory” – utożsamiamy sposób mówienia o czymś z istotą tego czegoś. Oczywiście, ów proces nie dotyczy tylko definiowania komunikacji. My jednak musimy zdać sobie sprawę, że wyciąganie wniosków z potocznego mówienia o procesie komunikacji rzutuje na sposób teoretycznego ujmowania tego procesu.

Reddy przytacza uwagę: „Nigdy nie wkładaj w zdanie więcej myśli, niż może ono pomieścić” (Reddy, 1993, s. 288), i słusznie uważa, że użytkowników języka może to prowadzić do stwierdzenia, iż słowa mają „wewnętrzną” i „zewnątrzną” stronę – dzięki czemu myśli mogą być w te słowa wkładane. Dodając do tego synonimiczność terminów: treść, idea oraz znaczenie, widzimy, jak metaforyczność tej konceptualizacji nieuchronnie prowadzi do stwierdzenia, że treść wypowiedzi jest zawarta w słowach. Ktoś –

prawdopodobnie nadawca – ją tam umieścił. Oznacza to również, że treść czy znaczenie słowa oraz całego zdania jest – po włożeniu jej w słowa – niezależna od całego kontekstu społeczno-kulturowego. Została bowiem w całości umieszczona w pojemnikach-słowach (mamy tutaj do czynienia z kolejną metaforą, a konkretnie – metaforą kontenera lub pojemnika). Taki sposób myślenia o procesie komunikacji jako procesie wkładania myśli w słowa oraz przesyłania ich do odbiorcy jest widoczny w klasycznym modelu Shannona-Weavera, w którym zrozumienie treści wiadomości (a dokładniej – poprawne odkodowanie) jest niezależne od kontekstu. Oczywiście, przeszkodzić może temu tzw. „szum komunikacyjny” – ale jest to tylko rodzaj czynnika potencjalnie zniekształcającego, a nie warunkującego zrozumienie czy nadającego znaczenie. Jak pisze Reddy, „otwarcie paczki może być trudne lub wręcz niemożliwe. Jednakże jeśli nie jest zniszczona i zostanie szczęśliwie otwarta, komu nie uda się znaleźć w niej odpowiednich rzeczy” (Reddy, 1993, s. 287).

Charakteryzowanie komunikacji poprzez metaforę przewodu prowadzi do ujęcia tego procesu jako składającego się z poszczególnych etapów: wkładania myśli lub emocji w słowa, transferowania słów poprzez mówienie, pisanie, a następnie odbierania słów w procesie słuchania czy czytania. Jeżeli proces ten nie zostanie zniekształcony, wówczas zakłada się, że komunikacja się powiodła (zatem celem jest transfer, a funkcję języka sprowadza się do bycia przewodem służącym do transmisji myśli).

Takie ujęcie implikuje dodatkowe konsekwencje. Myśli, idee i emocje rozumie się wówczas jako mogące istnieć niezależnie od podmiotu, ponieważ możemy je włożyć w pojemniki słów i bez zniekształceń przetransferować. W ten sposób metafora przewodu (metafora transmisji), będąc wyobrażeniem zbiorowym, wpływa na nasze inne wyobrażenia oraz działania. Zdaniem Reddy’ego nie można w żaden sposób uciec od metafory przewodu podczas rozmowy o komunikacji. Co więcej, teoretycy komunikacji posługują się w nieuświadomiany sposób metaforą przewodu, nie rozumiejąc konsekwencji jej stosowania (Reddy, 1993, s. 299, 310). Jednakże – co

należy podkreślić – wyobrażenia zbiorowe podlegają przekształceniom historycznym. I tak jak dla Reddy’ego oderwanie emocji od podmiotu w ramach procesu komunikacji jest czymś oczywistym, tak – jak pokazał Wiseman – dla starożytnych Rzymian oczywiste jest to, że „jedną z grup rzeczy, które nigdy nie były przesyłane, są myśli i uczucia” (Wiseman, 2007a, s. 61). W tym kontekście interesujące wydaje się stwierdzenie Blackburna: „Źródła metafory są nieznane, ale przypuszcza się, że jest wypracowywana od setek, jeśli nie tysięcy lat. Metafora przewodu sugeruje, że znaczenia (np. myśli, idee) mogą być dzięki przewodowi przesłane od mówiącego do słuchacza” (Blackburn, 2007, s. 31). W tym cytacie podkreślone zostało, że źródła metafory są nieznane, ale można założyć, iż „funkcjonuje” ona w sposób niezmienny od wieków. Jak jednak pokazują badania konceptualizacji metaforycznych dotyczących komunikacji (Peters, 2001; Short, 2013; Wiseman, 2007a), metafory oraz wyobrażenia zbiorowe ulegają przekształceniom. W powyższym przykładzie Wisemana widzimy, że przez starożytnych Rzymian komunikacja mogła również być ujmowana w kategoriach przewodu i transferu, ale nie uznawali oni możliwości transferowania uczuć, czyli ich „samoistnego” funkcjonowania poza człowiekiem. Tak samo można próbować pokazywać metaforę przewodu i transferu w Homeryckich eposach, ale to nie będzie „ta sama” metafora – ta bowiem zakłada współczesne rozumienie takich pojęć jak „umysł” czy „podmiot” (Wiseman, 2007b, s. 7-16).

Sposób konceptualizacji doświadczenia zbiorowego wyrażany w metaforach przekazywania, transmitowania czy transferowania nie jest sposobem charakterystycznym tylko dla współczesnych społeczeństw. Zakładam, że można poprzez (re)konstrukcyjne badania historyczno-komunikacyjne pokazywać jego przeobrażenia w obrębie danej wspólnoty. Oznacza to zatem, że przyjmuję pewną uniwersalność konceptualizacji (np. idei transmisji „czegoś”) przy jednoczesnym uznaniu, iż sposób wyrażania tej konceptualizacji podlega historycznym przemianom – a zatem ostateczny kształt metafor, które służą nam do opisywania procesów komunikacyj-

nych, nie jest czymś absolutnie uniwersalnym – zależy m.in. od kontekstu społeczno-kulturowego.

Nie ulega wątpliwości, że opisywanie procesów komunikacyjnych ugruntowane jest na metaforach: współcześnie najczęściej uznajemy za komunikację to, co jesteśmy w stanie ująć w ramy pojęciowe „przekazywania czegoś”, „nadawania” czy też „wchodzenia w interakcję”. Zarówno językoznawcy, teoretycy komunikacji, jak i filozofowie zdają sobie sprawę, że komunikowanie o komunikacji jest refleksją odbywającą się na metapoziomie – jednak przy użyciu narzędzia z poziomu teoretycznego. Innymi słowy, podstawowy problem pojawia się już w samym „narzędziu”, czyli komunikacji, która może scharakteryzować siebie tylko poprzez samą siebie: uzgadnianie definicji komunikacji odbywa się w trakcie komunikacji. Świadomość istnienia tej trudności jest podstawowa dla zrozumienia tego, jak można postrzegać status filozoficzny metafory transmisji w badaniach komunikacyjnych.

Dlatego też należy wskazać, że metafora transmisji jest (1) wyobrażeniem zbiorowym o procesie komunikacji, które (2) jest wyrażane w ramach samego procesu komunikacji. Natomiast na sam proces komunikacji wpływają również inne wyobrażenia zbiorowe, których kształt zależy od danego historycznego stanu kultury wynikającego z nieustannych przemian. Oznacza to, że ujmowanie komunikacji jako „transmitowania czegoś” lub „przesyłania poprzez coś” jest elementem tego, co nazywane jest w badaniach humanistycznych „obrazem świata”. Wyobrażenia zbiorowe o praktykach komunikacyjnych (krócej – wyobrażenia o komunikacji) to treści zbiorowego doświadczenia, przy użyciu których jednostki we wspólnocie rozumieją i opisują, czym jest komunikacja, na czym polega, jak można ją „wykonywać”, kiedy została zakończona zgodnie z zamierzeniem. Wyobrażenia o komunikacji odnoszą się do pojęć związanych z procesami komunikacyjnymi (jak wspólnota komunikacyjna, wiadomość, porozumienie), przekonaniami („dobrze jest się komunikować”, „komunikacja służy do nawiązywania

relacji) oraz wartościami („udana komunikacja służy porozumieniu”, „należy do rozmówcy podchodzić z życzliwością”).

Wszystkie rodzaje zbiorowych wyobrażeń o komunikacji są ze sobą związane, lecz najważniejsze jest rozróżnienie na wyobrażenia potoczne oraz teoretyczne, ponieważ uprawianie refleksji teoretycznej nie może polegać jedynie na wykorzystywaniu potocznych wyobrażeń o danym zjawisku oraz potocznych sposobów mówienia o danym przedmiocie badawczym. Wiedza przedteoretyczna (w skład której wchodzi wyobrażenia potoczne) jest rekonstruowana na poziomie teoretycznym – nie jest falsyfikowana, ponieważ nie można wskazać jedyne poprawnego sposobu „myślenia o” komunikacji. Wiedza i wyobrażenia potoczne są kategoryzowane i uwyrażniane na poziomie teoretycznym. W procesie tym to, co „zwykli” uczestnicy komunikacji nazywają „naturalnością” i „intuicyjnością” opisu praktyk komunikacyjnych („to przecież oczywiste, że komunikacja służy do przekazywania informacji”), jest rekonstruowane, a ponadto wskazuje się, iż takie „potoczne opisy i charakterystyki” podlegają przekształceniom historycznym i wcale nie są ani naturalne, ani intuicyjne.

Zasadnicze jest zatem uznanie, że proces komunikacji oraz sposób jego konceptualizacji jest realizowany w metaforach. Choć metafora przewodu jest najbardziej rozpowszechniona, to przecież nie jest jedynym sposobem komunikowania o komunikacji. Dlatego kiedy poprzestajemy wyłącznie na lingwistycznym poziomie analiz, wówczas możemy zgodzić się z Masako K. Hiragą, która pisze: „Z całego metalingwistycznego aparatu w języku angielskim co najmniej 70% jest bezpośrednio dostrzegalne i obrazowo oparte na tej metaforze. Oczywiście, można dość łatwo uniknąć metafory przewodu, ale wynikiem tego będzie niezwykle idiomatyczny angielski” (Hiraga, 2009, s. 176). Nie chodzi jednak o to, aby „omijać” metaforę przewodu – wówczas bowiem rzeczywiście będziemy budowali różne dziwne i sztuczne konstrukcje, lecz o to, aby zauważyć, że o komunikacji mówimy również tam, gdzie nic nie jest „transferowane” czy „transmitowane”.

Oznacza to zatem, że na sposoby wyrażania i opisywania świata wpływają konstrukty (wyobrażenia zbiorowe) służące racjonalizacji zbiorowego doświadczenia. Dlatego też podkreślałem, że metaforę transmisji, przewodu (oraz inne konceptualizacje metaforyczne) warto badać także w perspektywie diachronicznej. Wprowadzony podział na przedteoretyczną i teoretyczną konceptualizację metaforyczną w odniesieniu do procesu komunikacji pozwolił mi nie utożsamiać ze sobą metafory transmisji (poziom teoretyczny) oraz metafory przewodu czy transferu (poziom przedteoretyczny). Traktowanie wyobrażeń zbiorowych jako czynników kształtujących konceptualizacje metaforyczne pozwala sformułować nowe problemy i cele badawcze. Jednym z podstawowych zagadnień wartych opracowania jest próba prześledzenia wpływu potocznych wyobrażeń o komunikacji – badanych m.in. przez Wisemana, Shorta czy Petersa – na przedkomunikologiczne wyobrażenia zbiorowe, które można odnaleźć w przywoływanych już dziełach empirysty brytyjskiego Johna Locke’a. Badania prowadzone w perspektywie diachronicznej pozwolą spojrzeć w odmienny sposób na współczesne rozumienie tego, czym jest i jakie warunki powinna spełniać komunikacja.

TRANSMISJA, PRZYGOTOWYWANIE POSIŁKÓW CZY ODDYCHANIE

Zrozumienie tego, że zmienność form i treści myślenia o komunikacji jest immanentną cechą procesów społeczno-kulturowych, pozwala nam postrzegać inne metafory konceptualne jako „metafory komunikacyjne”. To, jak myślimy o komunikacji, jest wynikiem wielu przemian kulturowych. Słusznie David Olson podkreśla w *Papierowym świecie*, 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 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). Jak starałem się pokazać, dobrze jest postrzegać owe wzorce myślenia jako zespolenie wyobrażeń potocznych i teoretycznych. Oczywiście, w codziennej komunikacji najważniejsze są owe potoczne wyobrażenia, które współkonstruuują pewien obraz świata danej wspólnoty i pozwalają jednostkom partycypującym w danej kulturze komunikować się ze sobą. Kiedy piszę o pewnych wyobrazeniach potocznych, które kształtują nie tylko same praktyki komunikacyjne, ale również to, jak myślimy o komunikacji, mam na myśli to, co William Short

nazywa „modelami ludowymi” (ang. *folk models*), przeciwstawianymi „modelom eksperckim” (czyli – w przyjętej przeze mnie nomenklaturze – wyobrażeniom teoretycznym). Bez wątpienia, modele ludowe (wyobrażenia potoczne) nie dotyczą tylko i wyłącznie komunikacji, ale – jak pokazywałem wcześniej – związane są z każdą sferą życia wspólnoty. Taki model ludowy jest, zdaniem Shorta, koherentnym zbiorem wiedzy odnoszącej się do konkretnego obszaru doświadczenia i konstytuowany jest w dużej mierze w sposób metaforyczny (Short, 2012, s. 110). Autor ten podkreśla bardzo istotną rzecz: owe wyobrażenia potoczne konstytuowane są przede wszystkim przez metafory konceptualne, a dopiero w drugiej kolejności przez metafory lingwistyczne. Dlatego też modele ludowe można rozumieć jako intersubiektywnie współdzielone reprezentacje społeczne. Takie postrzeganie wyobrażeń Short wykorzystuje do przebadania, w jaki sposób użytkownicy łaciny w starożytnym Rzymie postrzegali codzienne mówienie i komunikowanie, jak ówczesne konceptualizowanie metaforyczne o komunikacji organizowało sposób komunikowania się Rzymian.

W poprzednim rozdziale prezentowałem, w jaki sposób konstytuowana jest najbardziej rozpowszechniona metafora ujmująca komunikację przez pryzmat transmisji. W dalszej części bieżącego rozdziału będę pokazywał, w jaki sposób można tę metaforę zestawiać z innymi metaforami: głównie z metaforą żywnościową (przygotowywanie i spożywanie posiłków). Chciałbym jednak poświęcić miejsce na istotną dygresję. Chodzi mianowicie o status tego, co jest metaforycznie konceptualizowane w owych dwóch metaforach. Procesy „transmitowania” i „przygotowywania posiłków” są metaforycznymi opisami procesów mentalnych. Natomiast opisywanie tych procesów zakłada ich istnienie i umiejscowienie: najczęściej istnieją one w *umyśle* danego *podmiotu*. W tym miejscu natomiast warto poczynić następującą uwagę: oznacza to, że metaforyczne konceptualizowanie komunikacji jako pewnego procesu mentalnego może być czynione dopiero wówczas, gdy w danej kulturze skonstruuje się (rozpozna) kategorię umysłu i podmiotu. Jest to

niezwykle ważne założenie badawcze, ponieważ ustanowienie relacji podmiotowo-przedmiotowej było możliwe w kulturze archaicznej dopiero dzięki wyłonieniu się relacji symbolizowania. Co było owym czynnikiem umożliwiającym powstanie myślenia metafizycznego, wciąż podlega wielu dyskusjom. Czy była nim zmiana samego sposobu oznaczania czy pojawienie się pisma lub przejście od sfery *sacrum* do *profanum*, nie ma teraz większego znaczenia (zob. Kulczycki, 2012a; Pałubicka, 2013; Pearce i Cronen, 1980), ważne jest natomiast to, że przed wyłonieniem się relacji umożliwiającej oderwanie przedmiotu myślenia od samego procesu myślenia nie było możliwe konceptualizowanie komunikacji jako procesu mentalnego niezależnego od podmiotów, które miałyby go wykonywać, realizować czy też w nim partycypować. W tym świetle interesujące mogą się wydawać próby Roba Wisemana, aby wyłowić z *Iliady* i *Odysei* metafory komunikacyjne i zrekonstruować implicytnie zawarty w nich model komunikacji „doby Homera” (Wiseman, 2007b).

Wiseman, studiując eposy Homera, przyjął, że możliwe jest odczytanie implicytnego spojrzenia na komunikację pod warunkiem, że będziemy przyglądać się sposobom opisywania *mówienia* oraz tego, jak zachowują się ludzie *mówiący* (Wiseman, 2007b, s. 7). Oczywiście, badacz zdaje sobie sprawę, że w tej kulturze nie istniały jeszcze pojęcia i terminy odnoszące się do „oprzyrządowania mentalnego”, umysłu czy myśli. Co więcej, nie było wytworzonych terminów ogólnych odnoszących się do emocji: człowiek mógł być opisany jako „zdenerwowany”, ale nie istniała kulturowa kategoria „złości”. Dlatego też wszystkie procesy odnoszące się do emocji czy stanów mentalnych były charakteryzowane w kategoriach fizjologicznych, co bezpośrednio łączyło ów proces z danych narządem. Archaiczni Grecy nie postrzegali zatem zewnętrznych objawów (np. płaczu) jako znaków emocji (np. złości). Ów płacz nie był znakiem, lecz samą emocją, czyli złością.

Dlatego też Wiseman ze swoich badań wysuwa wniosek, że to, co współcześnie nazywamy procesem komunikacji, Grecy z czasów

Homera rozpoznawali jako proces wydychania słów przez jedną osobę i „zagnieżdżania się” tych słów w płucach drugiej osoby. Co istotne, w żadnym momencie nie ma mowy o jakimś „kanale” ani o „kontekście”, który pozwalałby wypełnić się „treścią” owym wydychanym słowom. Możemy zatem jedynie przypuszczać, że słowa były „kompletne” – to znaczy nie były uzupełniane przez kontekst czy proces interpretacji. Wiseman swoje rozważania opiera na nieklasycznej interpretacji dwóch terminów greckich: *thumos* i *phrenes*. Jego zdaniem to właśnie z nich wyłoniły się współczesne pojęcia umysłu i myśli. Badacz odczytuje *phrenes* jako płuca (a nie jako przeponę), natomiast *thumos* jako oddech, który odnosi się również do życia, ducha, czynności życiowych (Wiseman, 2007b, s. 8–9). Mówienie w tej koncepcji jest zatem procesem wydychania słów z *phrenes*. Natomiast słuchanie jest procesem odwrotnym – trzeba jednak zwrócić uwagę, że w żadnym miejscu u Homera nie pojawiają się „uszy” jako organy służące do słuchania (Wiseman, 2007b, s. 18).

Z tych przesłanek, czyli z możliwości wydobywania powyższych opisów procesu mówienia, Wiseman wysuwa wniosek, że można odnaleźć podobieństwa tegoż procesu mówienia ze współczesnym modelem transmisyjnym: „Widać tu oczywiste podobieństwa pomiędzy tym modelem a podstawowymi częściami współczesnego modelu komunikacji jako transmisji: obecność »nadawcy« i »odbiorcy« oraz materialnego – fizycznego – kanału dla słów kierowanych od jednej do drugiej osoby (...). Istnieje jednak istotna różnica pomiędzy antycznym »modelem homeryckim« a współczesnym transmisyjnym. W tym ostatnim »komunikat« istnieje poza osobą mówiącą. W ujęciu homeryckim nie ma mowy o czymś takim – słowa nigdy nie są oddzielone od osoby” (Wiseman, 2007b, s. 15–16).

Pytanie o źródła metafory transmisji przywiodły wielu badaczy do analiz języka łacińskiego. Wiseman – zostawiając archaicznych Greków – skierował swoją uwagę na starożytnych użytkowników łaciny. W artykule *Ancient Roman Metaphors for Communication* (2007a) przeanalizował na rozległym materiale źródłowym różne

metafory stosowane przez Rzymian. Jak podkreśla, „[c]odziennie przekonania Rzymian dotyczące tego, jak zachodzi komunikacja, są ugruntowane na procesie oddychania. Mówienie jest oddychaniem, zatem słowa są oddechem, który jest formowany w piersi – w szczególności w animusie. Podczas mówienia słowa są »wyrzucane« lub »emitowane« z animusa. Mowa jest albo »oddychaniem«, albo »wylewaniem« w publiczność. Ewentualnie słuchacze »chwytają« lub »łapią« to, co jest powiedziane. Upowszechnienie znajomości pisma spowodowało rozprzestrzenienie mniemania, że słowa mogą mieć istnienie niezależne od człowieka. Jednak w większości przypadków ten rzymski model składa się tylko z dwóch części: mówcy i słuchacza” (Wiseman, 2007a, s. 41). Oznacza to, że Rzymianie postrzegali słowa jako coś, co wydobywa się z mówcy i jest transferowane między ludźmi – a słuchacze mogą to wyłapać. Wiseman starał się pokazać, że od I wieku n.e. pośród użytkowników łaciny *metafora przewodu* stała się dominującym sposobem opisywania komunikacji. Oczywiście, „Rzymianie nie rozmawiają o języku jako o funkcjonującym na kształt »przewodu« (*ductus, canalis*). Oni mówili o słowach »wypływających» z jednej osoby, słowach »pomiedzy ludźmi«, które wpływają »w« uszy słuchacza. Rzymianie zaczęli również rozmawiać, w jaki sposób to, co zostało powiedziane, może być »pełne« lub »puste«, co otworzyło drogę do »zawierania« rzeczy” (Wiseman, 2007a, s. 58).

Trzeba wszakże podkreślić, że metafora przewodu jest jedną z wielu metafor konceptualnych odnoszących się do komunikacji (Wiseman wspomina jeszcze o metaforze ubierania i tkania). Dlatego też niezwykle interesujące są badania ukazujące, jak przeszłe wspólnoty starały się ujmować to, co z dzisiejszej perspektywy nazywamy metaforami komunikacji.

William Short podjął się analizy konceptualizacji, które można odnaleźć w łacinie. Podkreśla on, że chociaż współcześnie mówimy zazwyczaj o transmisji, to użytkownicy łaciny ze starożytnego Rzymu komunikację postrzegali przede wszystkim przez pryzmat gotowania, podawania posiłków, jedzenia i trawienia. Te żywno-

ściowe metafory tworzą całościowy model wyobrażeń starożytnych Rzymian o tym, w jaki sposób „mentalne reprezentacje” są eksterioryzowane i w jaki sposób stają się przedmiotem intersubiektywnej komunikacji (Short, 2013, s. 247).

Metafora żywnościowa nie była jedyną wykorzystywaną przez użytkowników łaciny. Współcześnie używamy technologicznych określeń do opisanego procesu komunikacji: mówimy o kodowaniu i dekodowaniu myśli, tak jakby nasze umysły funkcjonowały na kształt komputerów. Kiedy nie było jeszcze komputerów, jak pokazywał Friedrich A. Kittler (1999), komunikatorzy do opisanego przebiegu procesu komunikacji używali elementów gramofonu czy radia. Natomiast starożytni Rzymianie bardzo często wyobrażali sobie proces komunikacji poprzez przyrównanie do ludzkiego, a nawet zwierzęcego ciała. Jednym z przykładów podawanych przez Shorta jest „łasica”, która funkcjonowała jako symbol komunikacji, gdyż starożytni wierzyli, że poczęcie tego stworzenia następuje w uszach, natomiast narodziny dokonują się przez usta. Natomiast ibisy – ptaki czarno-biało upierzone – reprezentowały dwa uzupełniające się aspekty komunikacji: mówienie i ciszę. Short podkreśla jednak bardzo istotną różnicę pomiędzy „metaforą żywnościową” a „komunikacją jako łasicą”. Pierwsze określenie komunikacji wchodzi w skład modeli ludowych, drugie jest natomiast przykładem modelu eksperckiego, który „dostarcza upraszczających obrazów, aby wyjaśnić złożone rzeczywistości. Jednak te modele są rozpoznawalne, ponieważ są eksplicitnie tworzone, aby wyjaśniać (i w miarę możliwości weryfikować) jakieś zjawisko” (Short, 2013, s. 265).

Short pokazuje, że do wyrażenia pojęć oznaczających „myślowe opracowywanie”, „obmyślanie”, używano słów bezpośrednio odnoszących się do gotowania i jedzenia (*coquere, concoquere, decoquere*) – dostarczały one starożytnym Rzymianom figuratywnego sposobu mówienia o takich procesach intelektualnych, jak opracowywanie planu, obmyślanie, wymyślanie fabuły, kombinowanie. W terminach metafory aktywność umysłowa (opracowywanie, wymyślanie)

jest zatem czynnością gotowania, a to, co wymyślone, zaplanowane, naszkicowane (plan, fabuła, wojna), jest skonstruowane jako rodzaj jedzenia. Short zauważa jednak: „choć »gotowanie« w sposób wyraźnie metaforyczny odnosi się do aktywności umysłowej, to jednak te wyrażenia nie wydają się szczególnie wyraziste, ostre czy poetyckie. Metafora raczej pojawia się, zamiast być całkowicie skonwencjonalizowaną, zwykłą częścią słownika zawartego w umyśle użytkownika łaciny” (Short, 2013, s. 250).

Zdaniem Shorta metafory żywnościowe odnoszące się do umysłu i mowy mogą być reprezentowane jako swoista siatka połączeń między pojęciami dotyczącymi różnej „żywności”: „metafora »gotowania« może być reprezentowana jako pojęciowe odwzorowywanie pomiędzy dosłownym pojęciem gotowania a metaforycznym pojęciem »gotowania« jako idei, a więc opracowywania. Na przykład: »gotowanie (jedzenie) → opracowywanie (mentalne)«. Metafora »podawania [jedzenia – E.K.]« jako słownej wypowiedzi może być również reprezentowana jako odwzorowywanie: »podawanie (jedzenia) → wyrażanie (werbalne)«, podczas gdy pojęciowa korespondencja leżąca u podstaw metafory »trawienia« może być przedstawiona jako »trawienie (jedzenie) → rozważanie (mentalne)«” (Short, 2013, s. 259–260). Użytkownicy łaciny nie postrzegali komunikacji jako werbalnego transferu wiedzy – było to bardziej udostępnianie czy współdzielenie. W ten sposób metafora żywnościowa odgrywała podstawową rolę w konwencjonalnej, codziennej komunikacji oraz sposobie myślenia o tym, jak mówimy. Short podkreśla: „Metafora żywnościowa w odróżnieniu od modeli »eksperckich« znajduje także odzwierciedlenie w całym semantycznym systemie łaciny, konstruując znaczenie poprzez zakres terminów związanych z żywnością (na podstawie więcej niż tylko jednego terminu, czy też wysoce ograniczonego zestawu leksykalnego” (Short, 2013, s. 266).

Oczywiście, natychmiast rodzi się pokusa, aby zestawić ze sobą metaforę żywnościową z metaforą przewodu. Na pierwszy rzut oka możemy powiedzieć, że w obu mamy do czynienia z „rzeczami”,

które przemieszczają się pomiędzy jednostkami. W przypadku metafory przewodu jest to komunikat, czyli idee, emocje, słowa, natomiast w przypadku metafory żywnościowej jest to jedzenie. Jednak różnica między tymi dwiema metaforami jest bardzo znacząca. Okazuje się bowiem, że wiadomość (w ramach metafory przewodu) przekazywana jest niemal niezależnie od nadawcy i odbiorcy – o przesłaniu decyduje w zasadzie kanał, ewentualne szумы, a wartość komunikatu nie zależy od kompetencji czy wiedzy odbiorcy (wiadomość jest kompletną całością). Naturalnie, możemy powiedzieć, że nadawca i odbiorca muszą zakodować i zdekodować wiadomość – lecz w tym przypadku pełnią jedynie funkcję „rzemieślnika”, który ma postępować według prostych reguł. Natomiast w przypadku metafory żywnościowej mamy do czynienia z sytuacją, w której obaj komunikatorzy (tzw. nadawca i tzw. odbiorca) uczestniczą w całym procesie i są dla niego równie ważni.

Proces gotowania (czyli „operacji mentalnych” wykonywanych przez nadawcę) oraz proces trawienia („operacje mentalne” wykonywane przez odbiorcę) mają – według Shorta – równy status. Jak podkreśla badacz, „model ustanawia, że raz »zjedzona« czy »strawiona« wiadomość – tak jak jedzenie – wchodzi i jest przyswajana przez ciało odbiorcy. To »metaforyczne ustanowienie« łacińskiego modelu żywnościowego – polegające na tym, że w rozmowie »znaczenia« rzeczywiście są fizycznie włączane przez tych, którzy ich słuchają – stanowi charakterystyczną cechę myślenia o komunikacji w kulturze rzymskiej” (Short, 2013, s. 269).

Bez wątpienia, badanie metafory żywnościowej w odniesieniu do komunikacji nie ogranicza się tylko do użytkowników łaciny. Masako K. Hiraga w tekście *Food for Thought: Conduit versus Food Metaphors for Communication* (2009) pokazuje, że komunikację można metaforycznie konceptualizować poprzez tzw. metafory jedzenia. Short posługuje się terminem „metafora żywnościowa” (ang. *alimentary metaphor*), natomiast Hiraga terminem „metafora jedzenia” (ang. *food metaphor*). Różnica pozornie nieistotna, jednak nie należy jej lekceważyć. Okazuje się bowiem, że w ujęciu Hiragi

komunikacja opisywana w kategoriach jedzenia (oczywiście, również jego przygotowywania) koncentruje się na owym „jedzeniu” (czyt. komunikacie, wiadomości), a nie na samym interakcyjnym procesie (przygotowywania, gotowania i degustowania). Warto brać to pod uwagę, gdy chcemy zestawiać ze sobą metafory żywnościowe i metafory jedzenia jako „analogiczne” do metafory transmisji.

Hiraga podkreśla ograniczoność metafory transmisji oraz to, że dla analiz komunikacji wymagane są „bardziej realistyczne i humanistyczne obrazy języka i komunikacji” (Hiraga, 2009, s. 175). Chociaż nie mogę się nie zgodzić z tą badaczką, gdy pisze o ograniczoności metafory transmisji, to jednak jej nawoływanie do wykorzystania bardziej „realistycznego” obrazu języka i komunikacji jest problematyczne. Okazuje się bowiem, że jej założenie o obrazie (ang. *picture*) języka – które każe jej szukać obrazów bardziej „humanistycznych” – jest obciążone takimi samymi wadami, jakie Hiraga wytyka metaforze transmisji w ujęciu Reddy’ego. Z lektury tekstu Hiragi jasno wynika, że w metaforze jedzenia szuka ona nie tyle narracji alternatywnej do opisu „komunikowania o komunikacji”, co raczej bardziej „prawdziwego opisu”.

W rozważaniach tych interesujący jest także wątek ukazujący, że metafory jedzenia sprawdzają się nie tylko na gruncie języka angielskiego, ale – Hiraga podkreśla, że przede wszystkim – również na gruncie języka japońskiego. Opisanie sposobu konceptualizowania komunikacji przy użyciu metafory jedzenia składa się z trzech kroków: (1) idee (znaczenia) są jedzeniem, (2) wyrażenia są gotowaniem, (3) komunikacja jest jedzeniem. Zdaniem Hiragi metafora jedzenia jest dużo bardziej zrozumiała na gruncie języka japońskiego niż angielskiego, gdyż w tym drugim jako miejsce „przebywania idei” wskazuje się nie tyle umysł (ang. *mind*), co brzuch (jap. *hara*).

Jak pokazują powyższe przykłady, analiza przeszłych zjawisk komunikacyjnych przez pryzmat wyobrażeń zbiorowych może być niezwykle interesująca. Co ważne, analizując *metaforę żywnościową*, poruszamy się po gruncie potocznych wyobrażeń o praktykach

komunikacyjnych, czyli staramy się przebadąć wyposażenie mentalne ówczesnych wspólnot. Takie spoglądanie w sposoby myślenia przeszłych kultur pozwala nam zrozumieć nie tylko źródła współczesnego sposobu rozumienia komunikacji, ale przede wszystkim uwydatnia jego historyczno-kulturowy fundament.

Do tej pory, przechodząc od metakomunikacji do konceptualizacji metaforycznych, poruszałem się zasadniczo w obszarze wyobrażeń potocznych. Jak pokazywałem podczas analizy metafory transmisji, współczesne wyobrażenia teoretyczne o komunikacji rozpowszechniły się w pierwszej połowie XX wieku. Okazuje się jednak, że jeśli uzbroić się w aparat filozoficzny, można podjąć analizy kluczowej konceptualizacji metaforycznej, której kształt jest najważniejszy dla zrozumienia źródeł współczesnego *teoretycznego* wyobrażenia zbiorowego o komunikacji jako o transmisji informacji i idei. Mowa mianowicie o rozważaniach o rozumie ludzkim empirysty brytyjskiego Johna Locke'a, które okazują się niezwykle istotne dla badań nad konceptualizacjami metaforycznymi o komunikacji.

„DZIEDZICTWO LOCKE’A”, CZYLI TRANSMISYJNE ROZUMIENIE KOMUNIKACJI

Wpływ rozważań Johna Locke’a – najważniejszego empirysty brytyjskiego – na filozofię polityki, epistemologię oraz semiotykę jest nie do podważenia. Jego dzieła wciąż pozostają punktem odniesienia dla wielu koncepcji filozoficznych. Zarysowany w *Rozważaniach dotyczących rozumu ludzkiego* sposób ujmowania źródeł ludzkiego poznania na wiele lat wyznaczył kierunek debat teoriopoznawczych. Dopiero w XX wieku – wraz ze zwrotem lingwistycznym w filozofii – na dobre porzucono przyglądanie się Locke’owskiemu *ideom* i rozpoczęto analizę elementów wypowiedzi językowych, które są używane w procesie komunikacji.

Dzieła Locke’a można jednak badać pod kątem teoretycznych wyobrażeń o komunikacji, ponieważ koncepcja *komunikacji* zawarta w tych pismach była nowatorska nie tylko w swoich czasach⁴¹, ale również antycypowała ustalenia teoretyczne współczesnych transmisyjnych modeli komunikacji. *Oxford English Dictionary* z 1933

⁴¹ Zdaniem Petersa nie wolno twierdzić, że takie rozumienie komunikacji może być odnalezione już w klasycznych teoriach retorycznych. Według niego bowiem łacińskie *communicatio* używane było jako termin techniczny na oznaczenie figury stylistycznej, a nie całokształtu ludzkiego dyskursu (Peters, 1989, s. 399).

roku wskazuje, że najwcześniejszym dziełem⁴², w którym pojawia się transmisyjne rozumienie komunikacji, są właśnie *Rozważania...* Locke'a z 1690 roku, w których czytamy m.in.: „Aby słowo mogło służyć komunikowaniu myśli, musi ono wzbudzać w słuchaczu dokładnie tę samą ideę, jaką reprezentuje w umyśle mówiącego”⁴³ (*Rozważania*, III.ix.6). Jak podkreśla John Durham Peters, „[t]rzeba zauważyć i rozpoznać, że użycie słowa *komunikacja* do opisanego dyskursu ludzkiego było czymś na kształt innowacji. W XVII wieku w języku angielskim *komunikacja* powszechnie odnosiła się do fizycznych procesów transmisji i metafizycznych procesów współlistnienia: namacalnych jak szata, majątek, uprawy, towary handlowe oraz nienamacalnych, takich jak światło, ciepło, błogosławieństwo, pochwała, sekrety, nawyki, myśli oraz idee – wszystkie mogły być »komunikowane«. (...) W pismach Locke'a stare znaczenia tego terminu splatają się z jego nowatorskim użyciem. Mówił on nie tylko o ludziach komunikujących idee między sobą, ale też o Bogu komunikującym doskonałość swym aniołom i duchu komunikującym się z ciałem. *Komunikacja* nie jest czymś wymyślonym przez wczesne hominidy: jest wynalazkiem, który kształtuje naszą historię. W skrócie, komunikacja jest dzieckiem nowoczesności, a nie

⁴² Taką wersję podaje Gary P. Radford (2005, s. 17), natomiast w najnowszej wersji słownika dzieło Locke'a wskazane jest jako jedno z pierwszych, lecz nie pierwsze. *Oxford English Dictionary*, wersja online, <http://www.oed.com/view/Entry/37309?redirectedFrom=communication#eid>, dostęp: 29.07.2014.

⁴³ W oryginale: „To make words serviceable to the end of communication, it is necessary, as has been said, that they excite in the hearer exactly the same idea they stand for in the mind of the speaker” (*Essay*, III.ix.6). Przywołując fragmenty *Rozważań dotyczących rozumu ludzkiego*, będę używał powszechnie przyjętego w literaturze przedmiotu sposobu oznaczania odnośników: najpierw pojawia się skrót tytułu *Rozważania*, następnie oznaczenie wielkimi cyframi rzymskimi księgi, później małymi – rozdziału oraz cyframi arabskimi – paragrafu. Posługuję się tłumaczeniem w dwóch tomach Bolesława J. Gaweckiego z 1955 roku (Locke, 1955). Jednocześnie w przypisach będę podawał cytowany fragment oryginału (zamieniając skrót *Rozważania* na *Essay*). W przypadku oryginału korzystałem z wydania elektronicznego przygotowanego przez bibliotekę Uniwersytetu w Adelajdzie (<https://ebooks.adelaide.edu.au/l/locke/john/l81u/>, dostęp: 7.08.2014).

antyku. Dostarcza określonego, lecz nie odwiecznego, sposobu myślenia o życiu społecznym i wytwarzaniu go; życiu społecznym, które wyrasta w klasycznym liberalizmie” (Peters, 1989, s. 391–392). Co więcej, w głównej teoriopoznawczej rozprawie empirysty brytyjskiego, czyli w *Rozważaniach...*, możemy odnaleźć bardzo dużo sądów dotyczących komunikacji, które we współczesnej filozofii są, jak się zdaje, rozumiane opacznie – właśnie poprzez warstwę dwudziestowiecznych wyobrażeń zbiorowych o komunikacji. Dlatego dalej postaram się pokazać, w jaki sposób komunikację ujmował John Locke i co z tego wynika dla dzisiejszych badań w ramach komunikologii historycznej.

Teoretycy z obszaru studiów nad komunikacją i komunikologii często pokazują, że źródłem myślenia o komunikacji jako o procesie, w którym jedna jednostka przekazuje coś drugiej jednostce, należy szukać w koncepcjach dziewiętnastowiecznych. Jednak odwoływanie się do etymologii wyrazu oraz do pochodzącej z tegoż wieku *metafory organicznej* (komunikacja jako krwiobieg społeczeństwa) nie jest – jak starałem się pokazać – uzasadnione. Okazuje się, że myślenie o komunikacji w kategoriach transferowania czegoś ma dużo starszą proveniencję. Oczywiście, współczesne rozumienie tego pojęcia (oparte m.in. na rozumieniu „nadawcy” i „odbiorcy” jako kartezyjskich – czyli autonomicznych, świadomych i racjonalnych – podmiotów) jest inne od tego, jakie było współdzielone w starożytnym Rzymie. Oznacza to jednak, że można prowadzić badania w perspektywie diachronicznej i analizować rozwój rozumienia tego, co współcześnie nazywamy *komunikacją* czy też *praktykami komunikacyjnymi*.

Chociaż literatura przedmiotu na temat filozofii Locke’a jest ogromna, to w interesującym mnie zakresie – badań nad procesem komunikacji – niewielu badaczy podejmuje się takich analiz (Bergman, 2001; Peters, 1989; Radford, 2005; Wiseman, 2003). Wynika to ze skoncentrowania się (przede wszystkim w aspekcie semiotycznym) na badaniu *języka* oraz *znaku*. Naturalnie, rozważania o komunikacji zawarte są w pracach Locke’a – termin *komunikacja*

pojawia się wiele razy w *Rozważaniach...* i chociaż nie pełni pierwszoplanowej roli, to można pokazać, że sposób myślenia angielskiego empirysty o procesie komunikacji jest konsekwencją jego wyborów na gruncie koncepcji teoriopoznawczych i politycznych.

W XVII i XVIII wieku w filozofii brytyjskiej badanie komunikacji było „przysłonięte” badaniem języka i znaków. To wtedy powstają słynne traktaty i rozważania o językach uniwersalnych (m.in. George’a Dalgarna czy Johna Wilkinsa). Locke oraz jemu współcześni komentatorzy wpisują się w tę konwencję i kładą nacisk przede wszystkim na język oraz znak – komunikacja jako proces, dzięki któremu zarówno język, jak i wspólnota funkcjonują, są, jak można sądzić, transparentnym wymiarem owej rzeczywistości (Colie, 1965). Dlatego też rozważania Locke’a na temat możliwości komunikowania wiedzy wpisują się w szerszą siedemnastowieczną debatę dotyczącą możliwości poznania i możliwości uprawiania dyskursu publicznego. W tym czasie odżywa dyskusja związana z „klątwą” wieży Babel i możliwością porozumienia się (Kulczycki, 2009; 2011b). Warto o tym pamiętać, bowiem, jak pokazuje Michael Losonsky, propozycje Locke’a zyskują, gdy czytane są w kontekście owych siedemnastowiecznych debat, które – w aspekcie semiotycznym – były zupełnie oderwane od rozważań scholastycznych: „Wczesnonowożytne myślenie o języku swoje źródła miało w strachu przed nieudaną komunikacją. Powracającym tematem siedemnastowiecznych rozważań o języku było »przekleństwo wieży Babel« [Rdz 11: 1 i 5-7]. *Rozważania...* Locke’a nie są jakimś wyjątkiem (...) teoria języka Locke’a była tylko jedną z wielu odpowiedzi na ten dostrzeżony problem. Dwie inne siedemnastowieczne odpowiedzi na przekleństwo wieży Babel są reprezentowane w tzw. debacie Webstera-Warda. Jedną z odpowiedzi były poszukiwania uniwersalnego, rajskiego języka natury, który został zniszczony przez klątwę wieży Babel. (...) Drugą odpowiedzią było skonstruowanie uniwersalnego języka filozoficznego, który mógł złamać to zakłęcie pomieszania” (Losonsky, 1994, s. 140–141). Locke natomiast nie poszedł żadną z tych dróg, uznając, że pokłosie wieży Babel jest

nieuniknioną cechą istot ludzkich. Nie odpowiadała mu ani rekonstrukcja języka adamowego (pierwsza droga), ani też tworzenie uniwersalnych języków filozoficznych (tą drogą poszedł natomiast Gottfried Wilhelm Leibniz, autor *Nowych rozważań dotyczących rozumu ludzkiego*, gdy starał się stworzyć *characteristica universalis* (Kulczycki, 2009)). Uważał bowiem, że to, co jedynie możemy zrobić, to ograniczyć „niejasności, niepewności i wieloznaczności mowy, to znaczy [uwolnić – przyp. E.K.] od braków, którym słowa podlegają ze swej natury” (*Rozważania*, III.xi.3)⁴⁴. Susanna Andersson podkreśla natomiast: „W czasach Locke’a wiara w oryginalny i uniwersalny język jest forsowana przez reprezentantów tego rozkwitającego programu uniwersalnego języka. Filozofowie ci wzywali do łączenia pojęć mentalnych z zewnętrznym światem i do wyjaśnienia jednolitości tych pojęć odbiciem jednolitości świata zewnętrznego. Nawet ich przeciwnicy wierzący w pewne wrodzone idee zgadzali się z poglądem głoszącym, że idee na temat zewnętrznego świata pochodzą z jednolitego świata, a odbierane są za pomocą uniwersalnego doświadczenia zmysłowego. Arystotelesowska trójelementowa doktryna umysłu – języka – świata jako całości została zatem utrzymana. Locke przyjął tę doktrynę, choć w innym przebraniu” (Andersson, 2014).

Wprowadzając do swoich rozważań zasadniczy „komponent empiryczny”, Locke starał się ustanowić „porządek poznawczy” odmienny od Kartezjańskiego: to doświadczenie zmysłowe ma być fundamentem poznania, a w konsekwencji – najważniejszym źródłem komunikacji. W ten sposób reprezentacjonizm rozwinięty przez Johna Locke’a i Davida Hume’a staje się główną teorią wiedzy opartą na założeniu, że umysły poznają jedynie obrazy mentalne rzeczy (reprezentacje). Te właśnie idee reprezentują rzeczy, a idee mają być reprezentowane przez znaki, czyli przez słowa. Tak to w oświeceniowej filozofii zagościł nie tylko problem języka, ale

⁴⁴ „Obscurity, doubtfulness, or equivocation, to which men’s words are naturally liable” (*Essay*, III.xi.3).

również problem uzgadniania znaczeń znaków. W przeciwnym bowiem razie – przyjmując założenia tak rozumianego reprezentacjonizmu – ludzie nie byłoby się w stanie ze sobą porozumieć.

Trzeba pokreślić, że Locke’owskie pojęcie komunikacji swoje ugruntowanie znajduje na swoistym rozumieniu tego, czym jest umysł i język (Peters, 2001, s. 82). Locke, sprzeciwiając się rozumieniu źródeł poznania przedstawionemu przez Kartezjusza, jednocześnie podmioty ujmuje na sposób iście kartezjański. Jak pokazuje Gregory J. Shepherd, Locke zainspirowany poglądami rozpowszechnionymi w ramach Towarzystwa Królewskiego przyjmował takie rozumienie słów, którego konsekwencją jest postrzeganie języka jako niegodnego zaufania, narzędzia nieistotnego – w przeciwieństwie do idei (Shepherd, 1993). To oczywiście sprawia, że dla Locke’a nie tylko możliwe, ale wręcz konieczne jest postrzeganie myślenia jako „myślenia niezależnego od języka” (Blackburn, 2007, s. 45–46). John Durham Peters podkreśla, że „dla Locke’a te najbardziej podstawowe komponenty ludzkiego rozumu są społeczne i alingwistyczne. Zmysły mają dostęp do »rzeczy, jakimi one są«; język, społeczeństwo i kultura zniekształcają tę czystość i prymat percepcji” (Peters, 1989, s. 389). W związku z tym empirysta brytyjski staje przed takim oto problemem: chcąc stworzyć społeczną teorię liberalizmu, która ma być oparta na prymacie jednostek, musi znaleźć mechanizm połączenia tych jednostek. W ten sposób do głosu dochodzi pojęcie „komunikacji”, która staje się narzędziem transportu idei, a same słowa – jedynie pustymi pojemnikami (kontenerami) na idee (jest to zgodne z maksymą *nullius in verba* – słowa są niczym, nie ma niczego w słowach). Shepherd podkreśla, że takie rozwiązanie uchroniło liberalizm Locke’a przed zarzutami solipsyzmu – jak bowiem inaczej wytłumaczyć „współpracę jednostek”, skoro cała wiedza pochodzi z doznań zmysłowych.

Wyjaśnienie tego, w jaki sposób Locke starał się ukonstytuować ujęcie komunikacji w swojej epistemologicznej propozycji, wymaga zrozumienia podłoża, na którym jego koncepcja wyrosła. Okazuje się bowiem, że chociaż chciał odrzucić m.in. tradycję scholastyczną,

był mocno pod jej wpływem. Andersson pokazuje, że Locke'owskie podejście do języka czerpie w tym punkcie ze scholastyki podstawowe założenia, ostatecznie przybierając formę trzech głównych tez (Andersson, 2014):

1. Słowa są postrzegalnymi znakami idei.
2. Słowa są tworzone konwencjonalnie, podczas gdy idee są uniwersalne i wspólne wszystkim ludziom.
3. Głównym celem języka jest komunikowanie myśli, to znaczy czynienie ich poznawalnymi dla innych.

Oczywiście, znamienity wpływ na Locke'a miały przede wszystkim poglądy Augustyna z Hippony, który przedstawił ogólną definicję znaków. Wprowadzone przez niego rozróżnienie na znaki naturalne i konwencjonalne stało się jednym z podstawowych sposobów charakteryzowania relacji semiotycznej w kulturze Zachodu. Kiedy przyjrzymy się tradycji badań nad znakiem i znaczeniem, możemy dojść do przekonania, że zagadnienie komunikowania idei nie było rozpatrywane jako problematyczne (Andersson, 2014). Augustyn pokazywał bowiem – co było przyjmowane przez jego kontynuatorów – że oznaczanie służy pokazywaniu innym osobom treści swojego umysłu.

Gdybyśmy zatem skupili się jedynie na najczęściej głoszonych poglądach o Locke'owskim podejściu do języka, okazałoby się, że według empirysty brytyjskiego komunikacja jest niemożliwa. Wynikać ma to z zaprezentowanej teorii znaczenia opartej na ideach, według której tylko jedna osoba ma dostęp do konkretnego znaczenia, gdyż żadna inna nie jest w stanie spojrzeć w umysł drugiej osoby. Jednakże, jak stara się pokazać Susanna Andersson: „»Locke'owski pogląd« nie jest w istocie poglądem Locke'a: nieustanny problem utożsamiany z Lockiem nie jest głównym problemem jego poglądów. Wręcz przeciwnie, głównym problemem empirysty brytyjskiego były idee złożone różnych modalności. Co więcej, Locke bardzo ostrożnie przepracowywał sprawę prywatnych idei i komunikacji. Martwił się prywatnością idei i wkładał wiele wysiłku w wyjaśnienie, w jaki sposób otrzymujemy dostęp poprzez słowa

do umysłów innych jednostek oraz jak skutecznie komunikować nasze myśli. W rzeczywistości Locke'a lekarstwo na prywatne znaczenia było zasadnicze dla jego epistemologicznego projektu. Ponadto rzeczywisty pogląd Locke'a był w głównej mierze nieoryginalny i wywodził się z tradycji scholastycznej, która miała już prawie dwa tysiące lat w czasach Locke'a" (Andersson, 2014).

W związku z tym przypomnijmy sobie teoriopoznawcze podstawy myśli Locke'a. Centralnym punktem są, oczywiście, idee, które Locke definiuje jako to, „cokolwiek umysł postrzega w sobie, czyli co stanowi bezpośredni przedmiot postrzegania, myślenia lub rozumienia” (*Rozważania*, II.viii.8)⁴⁵. Źródłem idei jest zatem albo wrażenie zmysłowe (ang. *sensation*), albo operacje umysłu czy refleksje (ang. *reflections*). Można wyróżnić dwa rodzaje idei: proste i złożone.

Idee proste są dla Locke'a podstawowym narzędziem poznawania i rozumienia świata. Idee proste dostarczane są przez zmysły – wówczas umysł może je zestawiać, porównywać i łączyć, wytwarzając idee złożone. Zdaniem empirysty brytyjskiego wszystkie jakości zmysłowe postrzeganych obiektów można podzielić na pierwotne (kształt, ruch, liczba, wielkość) oraz wtórne (zapach, smak, barwa). Jakości pierwotne mogą powstawać dzięki kilku zmysłom, natomiast jakości wtórne wyłącznie poprzez jeden konkretny i wyspecjalizowany zmysł. Co istotne, tylko jakości pierwotne mogą być podstawą wiedzy pewnej, gdyż jakości wtórne odnoszą się do niestałych cech obiektu, a zatem – można byłoby powiedzieć – mówią więcej o podmiocie niż o przedmiocie (dla jednych to konkretne jabłko będzie kwaśne, dla drugich słodkie). Idee złożone (idee substancji, stosunków i objawów) tworzone są na podstawie operacji umysłu, dlatego ich kształt może być różny dla różnych osób. Locke podkreślał, że doświadczenie może być źródłem wiedzy o własnościach, czyli atrybutach, ale nie o substancjach. Substancja, a do-

⁴⁵ „Whatsoever the mind perceives in itself, or is the immediate object of perception, thought, or understanding” (*Essay*, II.viii.8).

kładniej – idea substancji, jest wytwarzana przez umysł i stanowi „rdzeń”, dzięki któremu umysł składa różne cechy przedmiotów (idee proste). Natomiast kiedy wzrasta skomplikowanie idei złożonej i coraz więcej atrybutów oraz operacji umysłu jest wymaganych, wówczas zwiększa się dowolność i konwencjonalność idei złożonej. To sprawia, że wartość poznawcza idei złożonej nie może być porównywana z wartością poznawczą idei prostej. Jak podkreśla Andersson: „Niestalość złożonych idei jest głównym problemem prywatności komunikacji” (Andersson, 2014).

Kolejne niezwykle istotne elementy teoriopoznawczego systemu Locke’a to słowa, które są znakami idei. Język natomiast jest systemem znaków tworzonych przez ludzi – są to znaki konwencjonalne, które są znakami nienaturalnymi. Jak pisze Locke: „Słowa są znakami zmysłowymi, niezbędnymi do porozumiewania się” (*Rozważania*, III.ii.1)⁴⁶. Można zatem powiedzieć, że podstawowymi składnikami wiedzy i znaczenia są idee, lecz niejako z konieczności w całym systemie muszą pojawić się słowa. To jednak generuje wiele ważnym problemów metodologicznych – szczególnie dla samego pojęcia komunikacji.

Konsekwencją takich fundamentów jest to, że źródłem całej ludzkiej wiedzy są doznania zmysłowe. Okazuje się zatem, że w centrum poznania stoi jednostka. Zdaniem Petersa Locke w ten sposób niezwykle mocno akcentuje niezależność jednostek od innych – dotychczas nadrzędnych – podmiotów, takich jak Kościół czy władza państwowa. Z drugiej strony ta niezależna jednostka staje się również niezależna od niesubiektywnych, czyli intersubiektywnych aspektów wiedzy: smak owocu jest niespołeczny, a zatem także – jak mogłoby się zdawać – niekomunikowalny.

W związku z tym Locke zaproponował dwa równoległe „systemy”: (1) *idei*, które stają się źródłem wiedzy, ale są niejęzykowe i niespołeczne, oraz (2) *słów*, które są niejako „doklejone” do idei.

⁴⁶ „Words are sensible signs, necessary for communication of ideas” (*Essay*, III.ii.1).

Dlatego też w ujęciu tego myśliciela znaczenie słów pochodzi z ich połączenia z ideami w umysłach jednostek, a nie – jak u Augustyna – z odniesienia do realnych obiektów w świecie czy też – jak postulował Ferdinand de Saussure – z relacji pomiędzy znakami w całym systemie.

Przejdźmy teraz do najistotniejszego zagadnienia, a mianowicie w jaki sposób Locke definiuje proces komunikacji w swoim głównym dziele, czyli w *Rozważaniach dotyczących rozumu ludzkiego*. Klasyczne ujęcie procesu komunikacji z tej pracy zakłada, że komunikacja jest *skuteczna* wtedy, kiedy odbiorca (słuchacz) zrozumie znaczenie słów mówcy (nadawcy). Locke wskazuje, że taka komunikacja zakłada rodzaj *korespondencji* między *ideami*. Dlatego słowa stają się *znakami* używanymi do komunikowania *idei*. W ten sposób proces komunikacji wygląda następująco: rozmówca pierwszy (mówca/nadawca) pragnie przekazać ideę rozmówcy drugiemu (słuchaczowi/odbiorcy). Kiedy piszemy o przekazaniu *idei*, chodzi przede wszystkim o takie jej przekazanie, które będzie *skuteczne* (a zatem i komunikacja będzie skuteczna). Natomiast to, czym dokładnie jest owa kategoria skuteczności, jest dużym problemem w rozważaniach Locke’a.

W tym miejscu pojawia się zasadniczy problem: ponieważ idee są znakami myśli i nie mają zmysłowej natury, dlatego też nie mogą być w sposób niezapśredniczony przekazane do drugiego umysłu. W związku z tym potrzebny jest pewien „wehikuł myśli/idei”, poprzez który idee będą reprezentowane i w ten sposób *obiektywnie* dostępne dla innych rozmówców: „Korzyść, jaką dają słowa, polega więc na tym, że są one zmysłowymi znakami idei; idee zaś, którym odpowiadają, stanowią ich właściwe i bezpośrednie znaczenie” (*Rozważania*, III.ii.1)⁴⁷. W ten sposób słowa wypowiedane przez mówcę muszą zostać odebrane przez słuchacza. Komunikacja rozumiana jest jako skuteczna, jeśli idea nadawcy (reprezentowana

⁴⁷ „The use, then, of words, is to be sensible marks of ideas; and the ideas they stand for are their proper and immediate signification” (*Essay*, III.ii.1).

przez odpowiednie słowa) *koresponduje* z ideą odbiorcy, która została przekazana poprzez słowa, bowiem w ten sposób słuchacz rozumie zamierzone znaczenia (ideę nadawcy). Dla słów Locke wyznacza dwa sposoby użycia: po pierwsze, „używa się ich, by notować własne nasze myśli” (*Rozważania*, III.ix.1)⁴⁸, po drugie, aby „komunikować te myśli innym ludziom” (*Rozważania*, III.ix.1)⁴⁹. Pierwsza rola służy utrwalaniu naszych myśli i – w koncepcji Locke’a – nie sprawia większych problemów. Natomiast druga, komunikowanie owych „utrwalonych myśli”, jest problematyczne. Locke zakłada bowiem, że słowa możemy łączyć (oznaczać) jedynie z ideami, które sami posiadamy w umyśle. W jaki sposób jest zatem możliwa komunikacja z innymi osobami? Oczywiście, w tym miejscu większość badaczy (m.in. Ian Hacking czy Michael Losonsky) zauważa, że brytyjski empirysta popełnił wiele błędów (z perspektywy współczesnych rozważaniach semiotycznych): przede wszystkim zakładał, że znaczenia znajdują się w ludziach, a nie w kulturze, czy też w dyskursie publicznym – a tylko takie ujęcie pozwoliłoby skonstruować użyteczną teorię komunikacji (Losonsky, 1994, s. 132). Ponadto pojawia się tutaj problem, na którym koncentruje się większość badaczy podejmujących zagadnienia korespondencji między ideami, a mianowicie problem konwencjonalności znaków językowych oraz warunków ich obiektywności (Gauker, 1992).

Kluczowy fragment, w którym Locke definiuje komunikację, znajduje się w *Księdze III*, gdzie pisze: „Aby słowo mogło służyć komunikowaniu myśli, musi ono wzbudzać w słuchaczu dokładnie tę samą ideę, jaką reprezentuje w umyśle mówiącego. W przeciwnym razie ludzie wypełniają nawzajem swe uszy szumem i dźwiękiem, ale nie przekazują sobie przez to myśli i nie wymieniają między sobą idei, co jest celem rozmów i mowy w ogóle” (*Rozważania*, III.ix.6)⁵⁰. Radford podkreśla, że użycie przez Locke’a czasownika

⁴⁸ „The recording of our own thoughts” (*Essay*, III.ix.1).

⁴⁹ „The communicating of our thoughts to others” (*Essay*, III.ix.1).

⁵⁰ „To make words serviceable to the end of communication, it is necessary, as has been said, that they excite in the hearer exactly the same idea they stand for in

excite (wzbudzać, pobudzać) w odniesieniu do czynności związanych z ideami i umysłem słuchacza świadczy o mechanicznym charakterze metafory (Radford, 2005, s. 17). Gauker zauważa natomiast, że takie ujęcie koresponduje z mechanistyczną metaforą przewodu: „wskazuje automatyczną reakcję niezapośredniczoną przez jakikolwiek rodzaj wnioskowania. Takie podejście zasugerowane jest przez Locke’owskie metafory hydrauliczne, a mianowicie metafory »przewodu« i »rur« (III.xi.5)” (Gauker, 1992, s. 304). Dlatego – jak zauważa ten badacz myśli Locke’a – „definiując komunikację w terminach teorii Locke’owskiej, można powiedzieć, że komunikacja ma miejsce wtedy, kiedy słuchacz uchwyci jakąś część obiektu mentalnego wyrażanego przez słowa mówcy, lecz odróżnialnego od nich. Teoria ta kontrastuje z ujęciem, w którym język jest medium myśli, a mówienie jest najbardziej podstawowym ich przejawem” (Gauker, 1992, s. 303).

Warto także podkreślić, w jaki sposób może być rozumiany termin „dyskurs” (ang. *discourse*), ponieważ empirysta brytyjski, tak jak inni przedstawiciele siedemnastowiecznej myśli angielskiej, postrzega dwoistość tegoż: dyskurs może być wewnętrznym strumieniem idei oraz publicznym posługiwaniem się językiem, czyli rozmową. W roku 1687 John Wallis – podobnie jak Locke członek Towarzystwa Królewskiego – napisał: „w języku angielskim mówimy *dyskurs* zarówno, aby odnieść się do wewnętrznych obliczeń umysłu, jak i uzewnętrznionych rozmów” (Peters, 1989, s. 390). Warto zwrócić uwagę, jak od tego czasu zmienił się sposób postrzegania dyskursu – szczególnie gdy przyjrzymy się np. analizom dyskursu prowadzonym w ramach szkoły frankfurckiej.

Locke oczywiście rozróżnia fizyczny wymiar słów (dźwięk, znak na papierze) od wymiaru umysłowego, którego zadaniem jest

the mind of the speaker. Without this, men fill one another’s heads with noise and sounds; but convey not thereby their thoughts, and lay not before one another their ideas, which is the end of discourse and language” (*Essay*, III.ix.6). Warto zwrócić uwagę, że w wersji polskiej pojawiają się „rozmowy”, natomiast w oryginale Locke w tym kontekście mówi o „dyskursie”.

„przenoszenie” idei. Takie ujęcie komunikacji jest odbiciem tego, co możemy znaleźć w metaforze przewodu, którą prezentuje Reddy (1993). Współczesny amerykański językoznawca podkreślał, że używanie metafory przewodu prowadzi do wniosku, iż słowa mają stronę „wewnętrzną” i „zewnętrzną”. Dla Reddy’ego takie postrzeganie słów jest konsekwencją używania metafory. Dla Locke’a natomiast takie postrzeganie słów jest konsekwencją jego teoriopoznawczej definicji idei, która musi zostać przetransportowana, a najlepszym narzędziem do tego są właśnie słowa, które z konieczności muszą mieć stronę „wewnętrzną” i „zewnętrzną”, aby idee mogły być w nie wkładane. Dlatego takie ujęcie słów służy realizacji podstawowej funkcji procesów komunikacyjnych: „bez wymiany myśli nie może być mowy o pożytku społecznym i dogodności życia; i wobec tego trzeba było, by człowiek znalazł pewne zewnętrzne znaki zmysłowe, przy których pomocy mógłby komunikować innym owe niedosięgle dla wzroku idee, z których składa się jego myśli” (*Rozważania*, III.ii.1)⁵¹.

Ważne jest również to, że Locke rozróżnia dwa rodzaje komunikacji. Pierwszy to komunikacja społeczna (myśliciel stosuje termin: *civil*) używana w codziennych rozmowach, drugi to komunikacja filozoficzna stosowana do wyrażania prawdy. Pierwszą definiuje w sposób następujący: „Po pierwsze, przez społeczny użytek słów rozumiem takie komunikowanie myśli i idei przy pomocy słów, jakie może służyć potocznej wymianie zdań i obcowaniu społecznemu oraz stosunkom handlowym w społecznościach ludzkich” (*Rozważania*, III.ix.3)⁵². Interesujące jest to, że w tym miejscu Locke

⁵¹ „The Comfort, and advantage of Society, not being to be had without Communication of Thoughts, it was necessary, that Man should find out some external sensible Signs whereby those invisible Ideas, which his thoughts are made up of, might be made known to others” (*Essay*, III.ii.1).

⁵² „First, by their civil use, I mean such a communication of thoughts and ideas by words, as may serve for the upholding common conversation and commerce, about the ordinary affairs and conveniences of civil life, in the societies of men, one amongst another” (*Essay*, III.ix.3).

opisuje proces komunikacji jako rodzaj codziennego potocznego rytuału, zbliżając się tym sposobem do ujęcia konstytutywnego, rytualnego czy orkiestralnego. Co oczywiste, ze względu na cel prowadzonych w *Rozważaniach*... analiz ten rodzaj komunikacji nie jest interesujący dla Locke'a. Drugi rodzaj jest bowiem tym istotnym, w ramach którego dochodzi do realizacji kluczowego dla Locke'a celu – czyli „transportu” idei. Dlatego „komunikacja filozoficzna” definiowana jest przez brytyjskiego filozofa w sposób następujący: „przez filozoficzny użytek słów rozumiem takie ich użycie, jakie może służyć przekazywaniu ścisłych pojęć o rzeczach i wyrażaniu w ogólnych zdaniach prawd pewnych i niewątpliwych, na których umysł może się oprzeć i zatrzymać w swym poszukiwaniu prawdziwej wiedzy. Te dwa sposoby użycia słów bardzo się różnią między sobą; i jak zobaczymy dalej, w pierwszym przypadku wystarcza o wiele mniejsza dokładność niż w drugim” (*Rozważania*, III.ix.3)⁵³.

Oznacza to, że taki rodzaj komunikacji służy przekazywaniu i uzgadnianiu (ustanawianiu korespondencji) idei. Można oczywiście zadać pytanie, w jaki sposób mówca (nadawca) wie, że jego idea koresponduje z tym, co właśnie – poprzez słowa – słuchacz „posiadł w umyśle”. Innymi słowy, w jaki sposób stwierdzić, czy komunikacja była skuteczna, czy też nie zrealizowała założonego celu. Trzeba bowiem pamiętać, że nawet w ujęciu Locke'owskim proces komunikacji jest prostym przemieszczeniem obiektu A z miejsca X do miejsca Y. Każda idea musi zostać „wyprodukowana”, słowa – w sposób konwencjonalny – muszą zostać przypisane do idei, a same słowa (w formie dźwięków lub napisów) muszą być przetransmitowane do słuchacza. Co więcej, słuchacz musi ową ideę „przyswoić”

⁵³ „By the philosophical use of words, I mean such a use of them as may serve to convey the precise notions of things, and to express in general propositions certain and undoubted truths, which the mind may rest upon and be satisfied with in its search after true knowledge. These two uses are very distinct; and a great deal less exactness will serve in the one than in the other, as we shall see in what follows” (*Essay*, III.ix.3).

(w języku współczesnych modeli transmisyjnych powiedzielibyśmy, że musi ją zdekodować). Michael Losonsky podkreśla, że powinniśmy przede wszystkim rozróżnić dwie kwestie: (1) naszą *wiedzę* na temat identyczności naszych idei oraz (2) kwestię *metafizycznej* identyczności naszych idei (Losonsky, 1994, s. 132–133). Natomiast przywołany powyżej Shepherd – uzasadniając ową „dwoistość” tego problemu – podkreśla, że pojęcie komunikacji dla Locke’a było rodzajem leku na „teoretyczne” problemy związane z liberalizmem. Również Peters podkreśla, że konstrukcja pojęcia komunikacji u Locke’a wynika właśnie z nowatorskiego sposobu rozumienia przez niego tego, czym w ogóle *jednostka* jest. W tekście *John Locke, The Individual, and the Origin of Communication* Peters pisze: „John Locke odegrał kluczową rolę w wynalezieniu i legitymizacji jednostki. Pomógł zaprojektować taki porządek społeczny, którego konstrukcja uwalnia przedsięwzięcia jednostki od zewnętrznych form władzy, czy też społeczeństwa, królów, tradycji i samego języka – zarówno na poziomie formułowania idei, jak i gromadzenia własności. (...) Indywidualizm Locke’a rozciąga się od polityki do lingwistyki, a według Locke’a jednostka (a nie społeczeństwo, język czy tradycja) jest władcą znaczenia. Ta sytuacja sprawia, że wzajemne zrozumienie staje się zarówno rozpaczliwie potrzebne, jak i wysoce problematyczne. (...) W skrócie: Locke pomaga dostarczyć warunków społecznych i intelektualnych, które czynią komunikację zarówno potrzebną, jak i niemożliwą” (Peters, 1989, s. 389–399).

Według amerykańskiego badacza komunikacji Locke’owskie podejście do dwóch kwestii: (1) własności i (2) komunikacji, jest bardzo podobne, wręcz bliźniacze (Peters, 2001, s. 87). Okazuje się bowiem, że w swoich rozważaniach musi wyjaśnić, jak ze wspólnego materialnego dobra przenieść coś do własności prywatnej oraz jak przenieść coś ze sfery prywatnej do sfery publicznej, czyli z umysłu poza jednostkę. Zdaniem Petersa właśnie do tego służy mu komunikacja, tzn. do pokazania, w jaki sposób mogą ze sobą współpracować niezależne jednostki. Tym sposobem jest „dzielenie się myślami”, jednakże nie chodzi o „czystą wymianę myśli” (jak

komunikację aniołów postrzegał np. Swedenborg), lecz o komunikację zapośredniczoną przez słowa.

Analiza rozważań Johna Locke'a w perspektywie komunikologii historycznej rzuca nowe światło na klasycznie ujmowane problemy zawarte w *Rozważaniach...* Najważniejsze jest podkreślenie tego, że rozważania tego myśliciela można traktować jako materiał empiryczny do (re)konstrukcji przedkomunikologicznych wyobrażeń zbiorowych o komunikacji. Są to wyobrażenia teoretyczne, zatem jesteśmy w stanie powiedzieć coś nie o tym, jak siedemnastowieczni mieszkańcy Anglii postrzegali komunikację, lecz jak ten fenomen był postrzegany przez jednego z największych filozofów tego okresu. Locke, co oczywiste, wyrastał w określonym klimacie intelektualnym. Trzeba pamiętać, że są to czasy Jana Amosa Komeńskiego, Roberta Boyle'a, Johna Wilkinsa czy Isaaca Newtona. Wszyscy ci wielcy myśliciele starali się zmierzyć z problemem niedoskonałego języka, którym musiano się posługiwać w badaniach naukowych. Warto przypomnieć, że są to czasy narodzin nowożytnej nauki, która zbudowała podwaliny pod intersubiektywność. John Durham Peters podkreśla, że współczesny badacz komunikacji może w myśli Locke'a widzieć pewną sprzeczność: mamy bowiem tutaj subiektywistyczne postrzeganie idee (to jednostka jest ich źródłem), a jednocześnie zaczyna panować nowożytna nauka, która opiera się na powtarzalnej obserwacji i powtarzalnym eksperymencie. Jednak to właśnie to, zdaniem Petersa, pozwoliło Locke'owi wierzyć w powodzenie tego mechanizmu ucieczki przed solipsyzmem liberalizmu. Jak pisze Peters, „nauki przyrodnicze pozwoliły Locke'owi myśleć o czystej współpracy i komunikacji między ludźmi oraz pozwoliły mu odpędzić obawę, że każda osoba będzie uwięziona w nieprzezroczystym kręgu własnych percepcji. Praktyka naukowa dostarczyła modelu dla intersubiektywnego łączenia percepcji pozornie rozdzielonej od języka i dyskursu. Każdy mógł spojrzeć przez teleskop, wypowiedzieć i mieć tę samą »ideę« (spostrzeżenie). Praktyka naukowa dostarczyła najlepszego wzoru »komunikacji idei«” (Peters, 1989, s. 393). W taki właśnie sposób

Locke postrzegał ów mechanizm połączenia i współbycia jednostek w społeczeństwie.

Rozważania... dla współczesnego czytelnika (zainteresowanego teorią komunikacji) nie są lekturą łatwą. Jednocześnie taki czytelnik może odnieść wrażenie, że „to już gdzieś było”. Owym „tym” jest właśnie transmisyjne rozumienie procesu komunikacji, natomiast owo „gdzieś” to teorie komunikacji powstające od połowy XX wieku. Okazuje się bowiem, że – gdy odłożymy bagaż filozoficzny – w pismach Locke’a wizja komunikacji wygląda następująco: mamy dwie jednostki – jedna pragnie, aby treść mentalna zawarta w jej umyśle została odczytana (zrozumiana, zinterpretowana, zobaczona itd.) przez jednostkę drugą (ma zatem *intencję komunikacyjną*). Musi więc za pomocą odpowiedniego narzędzia (w tym przypadku języka) przetransportować (przetrasferywać) ową ideę. W tym celu „wkłada ideę w słowa” i – niemalże „telepatycznym” kanałem – przesyła ją drugiej jednostce. Taka charakterystyka procesu komunikacji jest jednocześnie klasyczną charakterystyką psychologistycznych modeli transmisyjnych (Jakobson, Newcomb, Shannon-Weaver), które zakładają możliwość przenoszenia treści mentalnych. Co więcej, dla takich modeli punktem wyjścia jest uznanie, że podstawowym typem komunikacji jest komunikacja dwóch jednostek (a nie komunikacja poprzez media masowe). To natomiast – jak celnie zauważa Mats Bergman – leży u podstaw założeń brytyjskiego empirysty: „Podejście Locke’a implikuje, że podstawowym sposobem interakcji komunikacyjnej jest sytuacja rozmowy dwóch jednostek” (Bergman, 2001, s. 71).

W tym miejscu warto zapytać, co jest celem tak zdefiniowanej komunikacji. Dla Locke’a jest to, oczywiście, *komunikowanie idei*, które służy utrwalaniu naszych myśli oraz komunikowaniu tych myśli innym jednostkom. Chodzi o pozorne duplikowanie idei, ich transferowanie i wcześniejsze utrwalanie. Można zadać kolejne pytanie, do czego służy komunikowanie idei innym jednostkom. Czytając Locke’a, można dojść do wniosku, że chodzi przede wszystkim o utrzymanie wspólnot w ryzach. Możemy, naturalnie,

cel ten zdefiniować jako budowanie porozumienia, które pozwala na współpracę i istnienie społeczeństw, jednak trzeba podkreślić, że *porozumienie* jest wynikiem funkcjonującej komunikacji. Innymi słowy, komunikacja nie jest rozumiana jako budowanie porozumienia, lecz jako transfer idei, który może (lecz nie musi) służyć do porozumienia⁵⁴. W *Księdze III* empirysta brytyjski pisze: „język stanowi potężną więź, utrzymującą jedność społeczności, i jest jak gdyby wielkim wspólnym przewodem, przez który zdobyte wiadomości przynoszone są od jednego człowieka i jednego pokolenia na innych ludzi i pokolenia” (*Rozważania*, III.xi.1)⁵⁵. Dodaje również: „Język bowiem jest wielkim przewodem, po którym ludzie przekazują sobie nawzajem swe odkrycia, rozumowania, wiadomości; więc choć ten, kto źle używa języka, nie zakaża źródła poznania, bo jest ono w samych rzeczach, to przecież niewątpliwie w granicach tego, co sam czyni, kruszy on i zamula owe rury, które przewodzą i rozdzielają poznanie ku powszechnemu dobru i pożytkowi ludzkości” (*Rozważania*, III.xi.5)⁵⁶. W tych dwóch cytatach wyraźnie

⁵⁴ W tym miejscu warto poczynić niezwykle istotną uwagę translatorską odnoszącą się do polskiego tłumaczenia. Gawecki, przekładając fragment trzeciej księgi mówiący o tym, do czego służą słowa, zamienił „komunikację” na „porozumiewanie się”. Locke pisał: „Words are sensible signs, necessary for communication of ideas” (*Essay*, III.ii.1), zaś Gawecki przetłumaczył: „Słowa są znakami zmysłowymi, niezbędnymi do porozumiewania się” (*Rozważania*, III.ii.1). Z perspektywy prowadzonych przeze mnie rozważań komunikologicznych nad wyobrażeniami zbiorowymi ta zamiana terminów jest niezwykle interesująca. Okazuje się bowiem, że dwudziestowieczne wyobrażenie o komunikacji jako o procesie służącym do porozumiewania się tak mocno „przesiąknęło” polskiego tłumacza Locke’a, że zamienił termin odnoszący się do „transportowania idei” na termin wskazujący na rolę tego procesu w społeczeństwie. Ten przykład pokazuje, że przesłedzenie polskiego tłumaczenia pism Locke’a pod kątem „przemocy” współczesnych wyobrażeń o komunikacji może przynieść interesujące wyniki.

⁵⁵ „Speech being the great bond that holds society together, and the common conduit, whereby the improvements of knowledge are conveyed from one man and one generation to another” (*Essay*, III.xi.1).

⁵⁶ „For language being the great conduit, whereby men convey their discoveries, reasonings, and knowledge, from one to another, he that makes an ill use of it, though he does not corrupt the fountains of knowledge, which are in things them-

widać transmisyjne rozumienie ufundowane na metaforze przewodu, kontenera i transferu. Podstawowym narzędziem komunikacji jest bowiem język, który składając się ze słów, może zawierać w nich treści przenoszone przez „komunikacyjne rury” lub przewody. Komunikacja jest zatem procesem rozumianym na wskroś mechanicznie. Nie jest to mentalne zespolenie dwóch jednostek, wręcz przeciwnie – jednostki są w stanie ze sobą współpracować wyłącznie dzięki procesom transferowania znaczeń.

Okazuje się więc, że zawarte we współczesnych teoriach rozumienie komunikacji jako procesu transmitowania znaczeń, idei i wiadomości może być odnalezione już w oświeceniowej filozofii. Nie jest zatem tak, że jest to znaczenie wyrosłe po fascynacji teleinformacją czy cybernetyką w pierwszej połowie XX wieku. Tym bardziej też taka konceptualizacja metaforyczna nie jest pokłosiem zachłyśnięcia się ekonomią polityczną w XIX wieku. W tym miejscu należałoby jeszcze dodać, że nie jest to także uniwersalne rozumienie komunikacji wynikające ze struktury języka, jak chcieliby je postrzegać niektórzy językoznawcy kognitywni. Jak więc postrzegać Locke’owskie rozważania w kontekście badań nad przeszłymi zjawiskami komunikacyjnymi? Jakie znaczenie ma to zagadnienie dla komunikologii historycznej?

Ten przykład – czyli pojęcie komunikacji w filozofii Johna Locke’a – jasno pokazuje, że problem historii komunikowania o komunikacji jest jednym z najistotniejszych dla komunikologii historycznej. Chodzi oczywiście o ujęcie kulturalistyczne, w którym kwestia zbiorowych wyobrażeń (a więc i konceptualizacji metaforycznej) leży w centrum zainteresowań. Można bowiem w ten sposób pokazać, że nasze sposoby myślenia o codziennej komunikacji są kształtowane nie tylko przez inne wyobrażenie potoczne naszej wspólnoty, ale również przez (przed)komunikologiczne wyobrażenia zbiorowe o komunikacji odnajdywane w traktatach filozoficznych. To zadanie

selves, yet he does, as much as in him lies, break or stop the pipes whereby it is distributed to the public use and advantage of mankind” (*Essay*, III.xi.5).

czeka jednak jeszcze na realizację zarówno od strony filozoficznej (pełna rekonstrukcja filozoficznego umiejscowienia idei komunikacji w oświeceniowej myśli), jak i empirycznej (przebadania sposobów tworzenia wyobrażeń zbiorowych o komunikacji).

Już samo rozłożenie akcentów tej części książki pokazuje to, co staram się podkreślać od początku: w swoich rozważaniach meta-teoretycznych dowodzę, że dwa aspekty komunikacji są dwiema stronami tego samego zjawiska, aczkolwiek zdecydowany akcent kładę na wyobrażenia zbiorowe, które w studiach nad komunikacją są często traktowane jako nieistotne bądź zbyt trudne do przeanalizowania. I tak w zasadzie jest. Okazuje się bowiem, że aby badać historię sposobów myślenia i komunikowania o komunikacji, trzeba zaprząć narzędzia z różnych dyscyplin i wielu perspektyw: filozofii, historii, kulturoznawstwa, socjologii, medioznawstwa. Naturalnie, celem, który postawiłem w tej pracy, nie jest dostarczenie gotowego rozwiązania i narzędzia badawczego. Jest on zdecydowanie skromniejszy, ale przez to możliwy do zrealizowania. Chodziło mi mianowicie o zaprezentowanie takiego rozumienia procesu komunikacji, które pozwoli na historyczno-komunikologiczne badania nad sposobami myślenia o komunikacji. Wskazane dwa aspekty komunikacji oraz zestawione z nimi dwa obszary przedmiotu komunikologii historycznej (na poziomie rozważań metateoretycznych) są zatem elementem założeń, które należy przyjąć, aby takie badania podejmować.

Oczywiście, wielokrotnie już podkreślałem, że dwa aspekty komunikacji są współkonstituujące się: nie można używać medium bez wyobrażeń i nie ma wyobrażeń bez medium komunikacji. Do tej pory jednak, gdy starałem się przeanalizować konkretne konceptualizacje metaforyczne, pozostawiałem głównie na poziomie rozważań metateoretycznych oraz teoretycznych. Dlatego też w następnym rozdziale postaram się opisać, w jaki sposób takie założenia komunikologii historycznej mogą „pracować”. Innymi słowy, na przykładzie jednej z praktyk komunikacyjnych pokażę, jak możemy interpretować przekształcenia owej praktyki, patrząc przez pryzmat transformacji wyobrażeń zbiorowych owej praktyki.

FILOZOFICZNE WARUNKI BADAŃ NAD DWOMA ASPEKTAMI KOMUNIKACJI

Wychodzę z założenia, że wyniki rozważań filozoficznych (podobnie jak same rozważania) muszą mieć co najmniej dwie istotne cechy. Pierwszą jest osiąganie tych wyników w sposób samoświadomy metodologicznie, tzn. odróżnianie na każdym etapie analiz przedmiotu badawczego od podmiotu, perspektywy badawczej i przyjmowanych założeń. W ten sposób wyniki są uporządkowane i klarownie zaprezentowane. Drugą cechą jest aplikowalność wypracowanych efektów. Zdaję sobie sprawę, że kategoria aplikowalności wyników filozoficznych może przywoływać niepotrzebne konotacje. Ja jednak aplikowanie rozważań rozumiem jako wykorzystanie do dalszych analiz, do następnych rozważań filozoficznych lub badań. Innymi słowy, chodzi mi przede wszystkim o *użyteczność* wypracowanych definicji, teorii, analiz. Zaprezentowane rozważania powinny być możliwe do wykorzystania w trakcie dalszego objaśniania zjawisk społeczno-kulturowych, powinny wskazywać i zakreślać nowe obszary badawcze, stawiać nowe hipotezy; nie jest to, oczywiście, zbiór wszystkich możliwości.

W pierwszym rozdziale napisałem, że prowadzone w tej pracy analizy mają służyć do „prezentacji narzędzia”, zaś owo narzędzie – do ujmowania historycznego wymiaru praktyk komunikacyjnych. Wskazałem również, że kreślony projekt kulturalistycznego ujęcia komunikologii historycznej nie dostarczy konkretnych i gotowych metod do badań medioznawczych, lecz warto postrzegać go jako propozycję pozwalającą na wyznaczenie granic poznania komunikologicznego. Do tej pory zajmowałem się przede wszystkim eksplikacją poszczególnych założeń w ramach tego przedsięwzięcia: założeń samej perspektywy badawczej stojącej u podłoża rozważań, założeń narzucanych przedmiotowi badawczemu.

W tym miejscu, a więc po prezentacji dwóch aspektów komunikacji i uzasadnieniu ważności *aspektu wyobrażeniowego* w perspektywie kulturalistycznej, omówię siedem zasadniczych warunków, które leżą u podstaw wypracowanego w tej pracy stanowiska. Naturalnie, uzasadnienia dla przyjmowania poszczególnych założeń znalazły się już w poprzednich rozdziałach. Jednakże do tej pory nie zestawilem wszystkich filozoficznych warunków w jednym szeregu. Chciałbym w tym miejscu podkreślić, że katalog filozoficznych warunków badań nad dwoma aspektami komunikacji nie jest zamknięty. Zdaję sobie, oczywiście, sprawę, że w trakcie analiz niektóre założenia mogą być modyfikowane bądź odrzucone, a inne – wraz z rozwojem analiz – dodane. Przyjmuję zatem, że w projekcie kulturalistycznych badań w ramach komunikologii historycznej należy przyjąć następujące warunki:

1. założenie o wyobrażeniowym charakterze komunikacji,
2. założenie o zespoleniu środka i formy komunikacji,
3. założenie o społeczno-indywidualnym wymiarze komunikacji,
4. założenie o regulatywnej roli wiedzy kulturowej,
5. założenie o samoodnośności badań,
6. założenie o refleksywnym historyzowaniu komunikacji,
7. założenie o akceptacji słabej wersji prezentyzmu.

Wskazane filozoficzne warunki są *metateoretycznymi założeniami* uprawiania komunikologii historycznej. Oznacza to, że wyznaczają one granice poznania komunikologicznego. W ten sposób jednocześnie dają perspektywie badawczej fundamenty do funkcjonowania, legitymizują pewne stanowiska, a także wskazują na ograniczenia. Katalog tych warunków jest w rzeczywistości najważniejszym wynikiem badawczym zrealizowanym w niniejszej książce. Poniżej w syntetyczny sposób omówię każdy z warunków.

1. Założenie o wyobrażeniowym charakterze komunikacji

Komunikacja może być *postrzegana* jako działanie komunikacyjne oraz jako praktyka komunikacyjna. W ten sposób zakładam, że komunikacja przede wszystkim jest ujmowana, teoretyzowana czy opisywana przez badacza. Dlatego podkreślam, że komunikacja jest „postrzegana”, a nie że komunikacja „jest” tym lub czymś innym. Oczywiście, to założenie wynika w głównej mierze z konstruktywistycznego nastawienia do badań humanistycznych, aczkolwiek wiąże się z jeszcze jedną istotną kwestią. Mianowicie zgodnie z założeniem o wyobrażeniowym charakterze komunikacji możemy zbadać, jak w danej wspólnotie jest rozumiane *pojęcie* komunikacji. Innymi słowy, jak jednostki partycypujące w danej kulturze *wyobrażają* sobie to, czym jest komunikacja, jak wyobrażają sobie skuteczną lub udaną praktykę komunikacyjną. Poprzez to założenie podkreślam więc, że komunikacja ma swój niezwykle istotny wymiar wyobrażeniowy, nazywany przeze mnie wyobrażeniowym aspektem komunikacji. Jest on kształtowany przez wiedzę kulturową, reguły, standardy i wartości kształtujące nasze działania komunikacyjne. Jednocześnie można wskazać na wyobrażenia o wyobrażeniach, czyli takie sposoby konceptualizowania komunikowania o komunikacji, które warunkują tworzenie teorii komunikacji. Na określenie tego metapoziomu używam w kulturalistycznym stanowisku terminu *metakomunikacja*.

2. Założenie o zespoleniu środka i formy komunikacji

Aspekt wyobraźniowy komunikacji jest jednym z dwóch aspektów, aczkolwiek – co wielokrotnie powtarzałem – dla perspektywy kulturalistycznej aspektem kluczowym. Drugi aspekt nazywam *aspektem medialnym* danej komunikacji, przy czym konkretne *medium* jest tutaj rozumiane jako zespolenie *środka przekazu* i *formy komunikacji*. Oznacza to, że środek przekazu jest nośnikiem znaku, czyli narzędziem używanym przez komunikatorów w trakcie działania komunikacyjnego. Klasycznym przykładem środka przekazu jest zatem głos, telefon, kanał radiowy czy też tom czasopisma. Ważne jest to, że dany środek komunikacji służy do realizacji pewnej *formy* komunikacji. Może to być forma oralna, piśmienna, graficzna czy audiowizualna. W ten sposób *formę komunikacji* można rozumieć jako rodzaj symbolizowania. Dlatego też, kiedy piszę o medium jako o zespoleniu środka przekazu z formą, odwołuję się do dwóch wymiarów medium: do jego materialności (środek komunikacji) oraz do rodzaju symbolizowania (forma komunikacji) wynikającego również z samej materialności środka przekazu.

3. Założenie o społeczno-indywidualnym wymiarze komunikacji

Każde działanie komunikacyjne zyskuje swoje obowiązywanie, czyli realizuje się, dzięki wiedzy kulturowej komunikatorów. Jest to bowiem działanie racjonalne, które musi być interpretowane, aby mogło „zaistnieć jako komunikacyjne”. Innymi słowy, każda komunikacja rozgrywa się w konkretnym miejscu i czasie, w określonym kontekście. Jednakże warunki rozgrywania tego działania znajdują się nie na poziomie jednostkowym, lecz społecznym (m.in. zawarte są w zbiorowych wyobrażeniach o komunikacji). Oznacza to, że my jako komunikatorzy potrafimy realizować działania komunikacyjne – czyli rozpoznać, że ktoś chce się z nami komunikować i na tej podstawie decyduje się np. kontynuować swą relację –

dzięki naszej wiedzy kulturowej. Wykorzystujemy ją najczęściej w sposób nawykowy, wyuczony, rytualny. Wiedza ta stanowi część danej praktyki społecznej, dlatego komunikacja jest postrzegana jako *indywidualna realizacja* (poprzez działanie) *społecznej praktyki*. Wszelkie takie praktyki i działania znajdują swoje intersubiektywne obowiązywanie w kulturze, która jest fundamentem wszelkich czynności kulturowych.

4. Założenie o regulatywnej roli wiedzy kulturowej

Rola wiedzy kulturowej wynika m.in. ze społeczno-indywidualnego charakteru zjawisk komunikacyjnych. W ten sposób nasza wiedza kulturowa, na którą składają się wyobrażenia o komunikacji, kształtuje, reguluje i wyznacza praktyki komunikacyjne oraz ich konkretne realizacje. Jednakże wiedza kulturowa jest zawsze tworzona w konkretnych warunkach społeczno-historycznych i dlatego sama podlega owym warunkom. Z tego natomiast należy wyciągnąć wniosek, że sposób rozumienia i rozpoznawania tego, co „jest” komunikacją (a raczej, co jest „postrzegane jako” komunikacją), ulega historycznym transformacjom. Innymi słowy, sposób ujmowania i definiowania komunikacji nie jest uniwersalny. Założenie o regulatywnej roli wiedzy kulturowej wobec działań i praktyk komunikacyjnych ma również inne niezwykle istotne konsekwencje. Najważniejsze jest to, że wiedza kulturowa może być (re)konstruowana z opisów przeszłych zjawisk komunikacyjnych lub wytworów, artefaktów samej komunikacji. W zasadzie badacze zajmujący się przeszłymi zjawiskami komunikacyjnymi mają dostęp właśnie tylko do tego: co oczywiście, nie mamy dostępu do przeszłych działań komunikacyjnych, a najczęściej nie mamy też bezpośrednich nagrań czy opisów owych działań (takich jak nagranie audio lub wideo). Dlatego o przeszłych zjawiskach komunikacyjnych możemy mówić jedynie w kontekście sposobów realizowania działań komunikacyjnych, sposobów używania mediów. Nie mamy dostępu do stanów mentalnych ani przeszłych, ani obecnych komunikatorów.

W środkach przekazu (np. na zapisanej kartce papieru) nie jest zawarta żadna „immanentna wiedza o komunikacji”. To wszystko możemy wyłącznie zrekonstruować lub skonstruować na podstawie utrwalonej wiedzy kulturowej. To, czy będzie to rekonstrukcja czy – mocniej – konstrukcja wiedzy historycznej, zależy od dodatkowych założeń.

5. Założenie o samoodnośności badań

Założenie to może być rozumiane zarówno jako przeznaczone dla badań teoretycznych, jak i dla innych założeń. Jest po prostu metawarunkiem, gdyż wyznacza nie tylko ramy samej praktyki badawczej, ale również granice dla pozostałych założeń i warunków. Zakładam bowiem, że przedstawiona kulturalistyczna definicja komunikacji jest punktem wyjścia, jedynie heurystycznym narzędziem służącym za drogowskaz. Nie jest to więc żadna definicja realna, chociaż niekiedy może się taką wydawać. Oznacza to, że z pełną świadomością przyjmuję, iż w trakcie późniejszych analiz napotkam sytuacje trudne do zinterpretowania, które postawią znak zapytania przed całą konstrukcją teoretyczną i podadzą w wątpliwość wiele założeń. Napotkam takie działania społeczne, które zburzą logikę powyższego wywodu. Nie chcę zakładać, że jedyną poprawną odpowiedzią będzie wówczas: „tym gorzej dla faktów”. Wręcz przeciwnie, zakładam, że nasze (tzn. badaczy) wyobrażenia o komunikacji, tak jak i sama refleksja nad nią, są zrelatywizowane do warunków historyczno-społecznych i w związku z tym nie mają charakteru uniwersalnego czy też powszechnie obowiązującego. Twierdząc zatem, że komunikatorzy i teoretycy komunikacji mają wyobrażenie komunikacji, należy również przyjąć, iż prezentowane propozycje rozwiązań są „tylko” 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 użyteczności danego ujęcia na gruncie rozważań humanistycznych.

6. Założenie o refleksywnym historyzowaniu komunikacji

Założenie o samoodnośności wiąże się bezpośrednio z założeniem o refleksywnym historyzowaniu komunikacji. Wynika to z tego, że taki krok metodologiczny może być rozumiany jako samoodnośne uhistorycznianie przedmiotu badań. W ten sposób badacze przyjmujący to założenie zakładają, że ich komunikacja podlega przemianom historycznym. Z tego natomiast wynika również, że to historia staje się kontekstem umożliwiającym zrozumienie zarówno przeszłych, jak i współczesnych zjawisk komunikacyjnych. Przyjęcie założeń o samoodnośności i refleksywnym historyzowaniu oznacza, że badacz spogląda na swój przedmiot badawczy jako na zanurzony w kontekście historycznym i wyrastający z niego, przy jednoczesnym założeniu, że to samo dotyczy jego metody badawczej.

7. Założenie o akceptacji słabej wersji prezentyzmu

Ostatnim warunkiem jest założenie o akceptacji słabej wersji prezentyzmu. Oznacza to, że przyjmuję konieczność „pogodzenia” się z tym, iż czysta interpretacja historyczna jest niemożliwa. Innymi słowy, prowadzenie badań historycznych z konieczności pociąga za sobą aplikowanie procedur z zakresu interpretacji adaptacyjnej. Rozumienie komunikacji prezentowane w tej pracy nie jest esencjalistyczne. Tym samym nie można wskazać „bytu”, który „zawsze był” komunikacją, tylko (ewentualnie) był inaczej nazywany. Przyjmuję więc, że nie jest możliwa całkowita ucieczka od prezentyzmu rozumianego jako opisywanie przeszłości przez terminy współczesne – trzeba to robić jednak niezwykle rozważnie, aby nasze badania całkowicie nie dryfowały i nie były oderwane od przyjmowanych założeń.

Katalog filozoficznych warunków komunikologii historycznej został przeze mnie opracowany po to, by przygotować fundament

do dalszych analiz filozoficzno-komunikologicznych. Wychodzę z założenia, że w pierwszej kolejności trzeba bardzo jasno i wyraźnie przedstawić swoje założenia, przyjmowaną perspektywę oraz sposób rozumienia podstawowych pojęć. Mogę zatem powiedzieć, że w zasadzie całość rozważań zawartych w tej książce jest moim *credo metodologicznym*. W taki właśnie sposób postrzegam działania i praktyki komunikacyjne oraz uważam, że na tak określonym gruncie teoretycznym można je dalej analizować. Tak jak napisałem na początku tego rozdziału, moim zdaniem rozważania filozoficzne powinny być nie tylko klarowne i jasne, ale również aplikowalne. Dlatego też w Zakończeniu skupię się na przedstawieniu, do czego ów katalog filozoficznych warunków chcę wykorzystać w kolejnych badaniach.

ZAKOŃCZENIE, CZYLI JAK WYKORZYSTAĆ KATALOG FILOZOFICZNYCH WARUNKÓW

Komunikacja mieni się różnymi odcieniami. To sformułowanie jest pewną figurą stylistyczną, a nie kognitywną, jednak spełnia swoją rolę: pozwala dostrzec złożoność komunikacji jako przedmiotu badawczego. Jak pokazały prowadzone w tej książce rozważania, komunikacja może być badana na sposób synchroniczny lub diachroniczny, można zatem uznać, że historyczność komunikacji jest w pewnym sensie uniwersalna (immanentna) albo że jest konstruowana przez badacza. Można również postrzegać komunikację jako praktykę kulturową, która jest realizowana w konkretnych działaniach na poziomie indywidualnej partycypacji jednostek w kulturze. I tak właśnie w tej pracy jest ona ujmowana.

Praktyki komunikacyjne stanowią ogromną część wszelkiej działalności człowieka w świecie społeczno-kulturowym. Nie sposób w jednej publikacji nawet wskazać wszystkie obszary takich praktyk. Nie taki też był cel niniejszego przedsięwzięcia. Chodziło raczej o wyznaczenie granic poznania komunikologicznego, które ujmuje swój przedmiot na sposób historyczny. I to też nie na „każdy możliwy” sposób historyczny, lecz taki, który uznaje samoodność wyznaczanych przez badacza założeń o refleksywności samego procesu historyzowania.

Kreśląc granice przedmiotu badawczego komunikologii historycznej oraz rekonstruując podstawowe perspektywy badawcze

i dominujące dyskursy, starałem się wskazać najważniejsze ujęcia, które mogą służyć jako narzędzia metodologiczne badań komunikologiczno-historycznych. Naturalnie, praca nie miała na celu dostarczenia gotowego rozwiązania: nie jest to nawet możliwe, gdyż – jak wielokrotnie starałem się uzasadnić – wraz z wyborem przedmiotu badawczego zmienia się perspektywa oraz strategia prowadzenia badań. Oznacza to, że za każdym razem narzędzia muszą być ponownie (w procesie samoświadomych metodologicznie rozważań) ukonstytuowane i legitymizowane przyjętymi założeniami.

Przeszłe zjawiska komunikacyjne zyskują nowy kontekst, kiedy spojrzymy na nie przez pryzmat zbiorowych wyobrażeń. Oczywiście, takie badania są już prowadzone (wspominałem chociażby prace Roberta Darntona, Elizabeth Eisenstein czy Petera Burke'a). Jednakże komunikologia historyczna ufundowana na filozoficznych założeniach ma przed sobą jeszcze wiele dyskusji, problemów do rozwiązania i trudności do przezwyciężenia. Te wszakże najlepiej rozwiązywać w trakcie samych analiz. Dlatego, jak już wcześniej zaznaczyłem, wypracowany katalog filozoficznych warunków staje się dla mnie punktem wyjścia. W dalszych badaniach będę chciał wykorzystać przedstawione tu rozważania do analiz konkretnych praktyk komunikacyjnych oraz teoretycznych wyobrażeń zbiorowych o komunikacji zawartych w traktatach filozoficznych. Zdaję sobie sprawę, że jest to praca zakrojona na wiele lat, lecz przecież od czegoś trzeba zacząć⁵⁷.

Uważam, że wypracowany aparat filozoficzny będzie użyteczny do analizy konkretnej praktyki komunikacyjnej z zakresu komunikacji badawczej. Komunikacja badawcza to praktyki naukowców i akademików polegające na publikowaniu i rozpowszechnianiu wyników badawczych, krytyk i polemik poprzez publikacje naukowe (czasopisma, artykuły, książki, ale również blogi naukowe,

⁵⁷ Pierwszy krok w tym kierunku już uczyniłem i pokazałem, jak komunikację badawczą można zdefiniować w ramach komunikologii historycznej. Swoje rozważania zawarłem w tekście *On the Development of Scholarly Communication: A Philosophical Approach to the Communication History* (Kulczycki, 2014b).

mikroblogi). Głównym aspektem tych publikacji jest ich recenzowanie przed opublikowaniem, chociaż sam model recenzji również ulega przekształceniom (od *double blind review* po *open peer review*). Cel ten staje się możliwy do zrealizowania, bowiem nakreśliłem już strategię badawczą przyjmowaną w perspektywie kulturalistycznej oraz doprecyzowałem, w jaki sposób można definiować samą komunikację. W związku z tym w dalszych badaniach chciałbym skupić się na analizie jednej z praktyk komunikacyjnych z obszaru komunikacji naukowej. Mówiąc precyzyjniej, będzie mnie interesowało publikowanie artykułów naukowych w czasopismach. W tym celu będę musiał wyjaśnić, w jaki sposób można definiować komunikację naukową (a w jej ramach komunikację badawczą). Ponadto – aby uwypuklić kontekst historyczno-kulturowy – przedstawić *kronikę komunikacji naukowej*, dzięki czemu zostaną wskazane kluczowe dla prowadzonych tutaj rozważań punkty w rozwoju przeszłych zjawisk z zakresu komunikacji naukowej. Następnie scharakteryzuję współczesny model komunikacji naukowej, który będę określał mianem *Otwartej Nauki*. Podstawową bazą analiz będzie charakterystyka i kronika wydawania czasopism naukowych: od początków XVII wieku aż do wieku XXI, kiedy to wyłaniają się nanopublikacje. W ten sposób podejmę również zagadnienie zmian funkcji i roli komunikacji badawczej realizowanej przy użyciu czasopism naukowych.

Tak nakreślona *baza empiryczna* może być zinterpretowana przy użyciu perspektywy kulturalistycznej, w związku z czym będę koncentrował się na *aspekcie medialnym* przemian sposobów realizacji tej praktyki oraz na przemianach *aspektu wyobrażeniowego*. W literaturze przedmiotu badacze, analizując transformacje komunikacji naukowej, koncentrują się przede wszystkim na przemianach wynikających z rozwoju technologii komunikacyjnych. W związku z tym zadają pytanie: „Jak zmieniła się komunikacja naukowa od czasu wynalezienia Internetu?”. Natomiast bardzo rzadko pojawia się w pytaniach badawczych drugi aspekt: „Jak wyobrażenia o tym, czym jest nauka i komunikacja naukowa oraz jak powinny być

uprawiane, zmieniają i rozwijają technologie komunikacyjne oraz same media?”. Takie ujęcie problemu pozwoli mi podjąć próbę odpowiedzi na pytanie: „Czy komunikacja naukowa przekształca samą naukę?”. Innymi słowy, na podstawie charakterystyki komunikacji naukowej od czasów nowożytnej nauki do czasów nauki w dobie Internetu będę przyglądał się temu, jak wydawano czasopisma naukowe i jaką rolę pełniła i pełni ta praktyka w systemie komunikacji naukowej. Będą mnie interesowały przemiany samej praktyki publikacyjnej, na którą wpływają zmiany w wymiarze technologii medialnych oraz sposób myślenia o roli i funkcji samej komunikacji. Dzięki temu zinterpretuję przeobrażenia komunikacji naukowej przez pryzmat przemian samych praktyk, mediów i wyobrażeń. Na końcu zaś postawię pytanie, czy można mówić o wpływie przemian praktyk komunikacji naukowej na przemiany innego typu praktyki, jaką jest nauka, czyli praktyki naukowe.

Dotychczas historię komunikacji badawczej pisano przede wszystkim z perspektywy informatologicznej, bibliometrycznej czy retorycznej. Autorzy najczęściej skupiali się na stylu pisarskim autorów naukowych lub na ekonomicznym aspekcie przemian wynikających z pojawiania się cyfrowej informacji. Prowadzone w niniejszej książce rozważania pokazały, że analiza przeszłych zjawisk komunikacyjnych zyskuje dodatkowych wymiar interpretacyjny, jeśli skupimy się w badaniach na aspekcie medialnym i wyobrażeniowym przeszłych praktyk.

Od chwili wyłonienia się nowożytnej nauki w XVII wieku celem komunikacji badawczej było przede wszystkim publikowanie. Można powiedzieć, że wtedy rodzi się naukowa sfera publiczna w rozumieniu Jürgena Habermasa, której przestrzeń nie tylko pozwala na ogłaszanie efektów eksperymentów i rozważań, popularyzowanie nowych rozwiązań, ale również umożliwia weryfikacje i dyskusje. Aby naukowcy mogli efektywnie realizować ten cel, konieczna jest możliwość swobodnej wymiany myśli, idei, koncepcji właśnie poprzez publikacji naukowe. Dlatego też *komunikacja badawcza* analizowana przez filozofów i komunikologów może

uzyskać „wyobrażeniowy wymiar” zrozumienia. Uważam, że filozoficzna perspektywa w badaniach nad praktykami komunikacyjnymi powinna skupić się przede wszystkim na kulturowym charakterze owych działań – nie na ilościowym aspekcie (np. nakład czasopisma, struktura artykułu), lecz na jakościowym elemencie tych przedmiotów badawczych – w nakładzie czasopisma należy widzieć nie tylko popyt i moce przerobowe drukarni, ale również zainteresowanie daną dziedziną nauki. Bo właśnie to – a nie rozwój mediów – powoduje, że czasopisma naukowe po dwóch wiekach upadają. W strukturze artykułu warto widzieć nie tylko wymogi redakcyjne oraz sposób na ograniczenie kosztów (np. poprzez objętość tekstu), ale przede wszystkim wyobrażenia o sposobach uprawiania komunikacji badawczej – pojawienie się abstraktów nie jest wynikiem przemiany aspektu medialnego, lecz wyobrażeniowego: po prostu redaktorzy doszli do wniosku, że to zaoszczędzi czas zarówno czytelnikom, jak i badaczom (Gross, Harmon i Reidy, 2002, s. 13). Przemiany dokonujące się w komunikacji badawczej na początku XXI wieku można lepiej zrozumieć, kiedy umieścimy je w kontekście historycznych przemian praktyk komunikacyjnych.

Ujęcie działań i praktyk komunikacyjnych w ich wymiarze historycznym przy jednoczesnym filozoficznym ugruntowaniu narzędzi jest możliwe wtedy, kiedy dostrzegamy, że największym problemem w badaniu komunikacji jest ona sama. Chcemy badać coś, co służy nam do badania – ta samoświadomość samoodnośności powinna towarzyszyć nam na każdym poziomie rozważań. Tylko wtedy będziemy w stanie wyjść poza najprostsze schematy interpretacyjne i spróbować odpowiedzieć na pytanie: „Jak i dlaczego nasze myślenie o komunikacji się zmienia?”.

BIBLIOGRAFIA

- Alić, S. (2010). Philosophy of Media – Is the Message. *Synthesis Philosophica*, 50(2), 201–210.
- Alighieri, D. (2002). *O języku pospolitym*. (tłum. W. Olszaniec). Kęty: Wydawnictwo Antyk.
- Anderson, J.A. (1996). *Communication Theory: Epistemological Foundations*. London – New York: Guilford Press.
- Andersson, S. (2014.). Chapter 2: A Brief History. Introduction: The “Lockian view”. *Department of Philosophy, Linguistics and Theory of Science*. Wersja elektroniczna: http://www.flov.gu.se/digitalAssets/1380/1380827_susan-na-andersson-bakgrundsla--sning.docx, dostęp: 1.10.2014.
- Andrzejewski, B. (2012). Komunikacyjne aspekty filozofii romantycznej w Szwecji i Niemczech. *Symbolae Europaeae*, 5, 7–19.
- Arnold, K. (2011). Methodological Approaches to European Communication and Media History: About Comparisons, Transfers, and a European Public Sphere. *Medien & Zeit*, 26(4), 36–48.
- Arystoteles. (1983). *Metafizyka*. (tłum. K. Leśniak). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Ashcraft, K.L., & Prasad, P. (2013). Organizing. W: S. Simonson, J. Peck, R.T. Craig, J.P. Jackson Jr, *The Handbook of Communication History* (s. 377–394). New York: Routledge.
- Austin, J.L. (1993). *Mówienie i poznawanie: rozprawy i wykłady filozoficzne*. (tłum. B. Chwedeńczuk). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Barański, J., i in. (2011). Antropolgia historii / Antropologia historyczna w Polsce. Pojęcia – dziedzictwo – perspektywy. *Rocznik Antropologii Historii*, 1(1–2), 233–269.
- Barnes, H.E. (1984). *Historical Sociology: Its Origins and Developments*. New York – London: Garland Publishing.
- Bateson, G. (1951). Information and Codification: A Philosophical Approach. W: J. Ruesch, G. Bateson, *Communication: The Social Matrix of Psychiatry* (s. 168–211). New York: W. W. Norton & Company, Inc.

- Bergman, M. (2001). Misunderstanding and Successful Communication. *Acta Philosophica Fennica*, 69, 67–89.
- Bevir, M. (2004). *The Logic of the History of Ideas*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bieńkowska, B. (1989). Metody bibliologiczne w badaniach dziejów nauk. *Kwartalnik Historii Nauki i Techniki*, 34(2), 331–342.
- Blackburn, P.L. (2007). *The Code Model of Communication. A Powerful Metaphor in Linguistic Metatheory* (s. 1–263). Dallas: SIL International.
- Bod, R. (2014). *Historia humanistyki. Zapomniane historie*. (tłum. R. Pucek). Warszawa: Wydawnictwo Aletheia.
- Bogen, C. (2011). Structures of European Communication History. The Case of Health Communication. *Medien & Zeit*, 26(3), 29–43.
- Braudel, F. (2004). *Morze Śródziemne i świat śródziemnomorski w epoce Filipa II*. (tłum. T. Mrówczyński, M. Ochab) (t. 1 i 2). Warszawa: Książka i Wiedza.
- Braudel, F. (2006). *Gramatyka cywilizacji*. (tłum. H. Igalson-Tygielska). Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Briggs, A., Burke, P. (2010). *Spółeczna historia mediów. Od Gutenberga do Internetu*. (tłum. J. Jedliński). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Broersma, M. (2011). From Press History to the History of Journalism. National and Transnational Features of Dutch Scholarship. *Medien & Zeit*, 26(3), 17–28.
- Thomas, B. (1991). *The New Historicism and Other Old-fashioned Topics*. Princeton: Princeton University Press.
- Bryant, J., Miron, D. (2007). Historical Contexts and Trends in Development of Communication Theory. W: B.B. Whaley, W. Samter, *Explaining Communication. Contemporary Theories and Exemplars* (s. 403–431). London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Burger, R. (1980). *Plato's Phaedrus*. Alabama: The University of Alabama Press.
- Burke, P. (1990). *The French Historical Revolution. The Annales School, 1929–89*. Cambridge: Polity Press.
- 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.
- Burke, P. (2013). Conversation. W: S. Simonson, J. Peck, R.T. Craig, J.P. Jackson Jr, *The Handbook of Communication History* (s. 122–132). New York: Routledge.
- Carey, J.W. (2009). *Communication as Culture*. New York: Taylor & Francis.
- Castells, M. (2013). *Władza komunikacji*. (tłum. J. Jedliński, P. Tomanek). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Cavallo, G., Chartier, R. (eds). (1999). *A History of Reading in the West*. (tłum. L.G. Cochrane). Cambridge: Polity Press.

- Cáceres, J.G. (2007). Sociología funcionalista y comunicología. El diálogo imposible en América Latina. *Historical Communicology*, 6(11), 161–182.
- Chaney, D. (2002). *Cultural Change and Everyday Life*. New York: Palgrave.
- Chartier, R. (1978). The Two Frances: The History of a Geographical Idea. *Social Science Information*, 17(4–5), 527–554. doi:10.1177/053901847801700403.
- Cicero, M.T. (1873). *Rozmowa o mówcy: odbitka z pism krasomówczych i politycznych Marka Tulliusza Cyncerona*. (tłum. E. Rykaczewski). Biblioteka Kórnicka.
- Cichocka, H. (2012). Bizantyńskie komentarze do definicji retoryki przekazanych w Platońskim *Gorgiaszu*. *Forum Artis Rhetoricae*, 1, 13–25.
- Clevenger, T., Jr (1991). Can One Not Communicate? A Conflict of Models. *Communication Studies*, 42(4), 340–353.
- Colie, R.L. (1965). The Social Language of John Locke: A Study in the History of Ideas. *The Journal of British Studies*, 4(2), 29–51.
- Cooley, C.H. (1894). The Theory of Transportation. *Publications of the American Economic Association*, 9(3), 13–148.
- Craig, R.T. (1989). Communication as a Practical Discipline. W: B. Dervin, L. Grossberg, B.J. O'Keefe, E.A. Wartella, *Rethinking Communication: Volume 1: Paradigm Issues* (s. 97–122). London: SAGE Publications.
- Craig, R.T. (1993). Why Are There So Many Communication Theories? *Journal of Communication*, 43(3), 26–33.
- Craig, R.T. (1999). Communication Theory as a Field. *Journal of Communication*, 9(2), 119–161. doi:10.1111/j.1468-2885.1999.tb00355.x.
- Craig, R.T. (2007). *Communication as a Field and Discipline*. Wersja elektroniczna: http://spot.colorado.edu/~craigr/communicationasafieldanddiscipline_finalapproved_text.doc, dostęp: 1.10.2011.
- Craig, R.T., Muller, H.L. (eds). (2007). *Theorizing Communication*. Thousand Oaks: SAGE.
- Craig, R.T., Simonson, S., Peck, J., Jackson, J.P. Jr, *The Handbook of Communication History*. New York: Routledge.
- Craig, R.T., Simonson, P., Peck, J., Jackson, J.P., Jr (2013). Introduction. W: S. Simonson, J. Peck, R.T. Craig, J.P. Jackson Jr, *The Handbook of Communication History* (s. 1–9). New York: Routledge.
- Croissant, J.L. (2003). Theory, Narrative, and Discipline at the Intersections of Science and Technology Studies and History. *Bulletin of Science, Technology and Society*, 23(6), 465–472. doi:10.1177/0270467603259870.
- Cryle, D. (1999). Researching Media History: National and Global Perspectives. *Media History*, 5(1), 65–70. doi:10.1080/13688809909357950.

- Curran, J. (2008). Communication and History. W: B. Zelizer, *Explorations in Communication and History (Shaping Inquiry in Culture, Communication and Media Studies)* (s. 46–59). New York: Routledge.
- Dance, F.E.X. (1970). The „concept” of Communication. *Journal of Communication*, 20(2), 201–210.
- Darnton, R. (1989). Toward a History of Reading. *The Wilson Quarterly*, 13(4), 86–102.
- Darnton, R. (1990). *The Kiss of Lamourette*. New York: W. W. Norton & Company.
- Darnton, R. (2000). An Early Information Society. News and the Media in Eighteenth-Century Paris, *The American Historical Review*, 105(1), 1–35.
- Darnton, R. (2012). *Wielka masakra kotów i inne epizody francuskiej historii kulturowej*. (tłum. D. Guzowska). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Dewey, J. (2004). *Democracy and Education. An Introduction to the Philosophy of Education*. Delhi: Aakar Books.
- Domańska, E. (2005). *Mikrohistorie. Spotkania w międzyświatach*. Poznań: Wydawnictwo Poznańskie.
- Domańska, E. (2013). Wiedza o przeszłości – perspektywy na przyszłość. *Kwartalnik Historyczny*, CXX(2), 221–274.
- Domaradzki, M. (2012). Miejsce metafor w badaniach nad komunikacją. *Folia Philosophica*, 25, 1–10.
- Domaradzki, M. (2013). *Filozofia antyczna wobec problemu interpretacji. Rozwój alegorezy od przedsokratyków do Arystotelesa*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe Instytutu Filozofii UAM.
- Dues, M., Brown, M. (2001). *Boxing Plato's Shadow. An Introduction to the Study of Human Communication*. New York: Learning Solutions.
- Eisenstein, E.L. (2005). *The Printing Press as an Agent of Change. Communications and Cultural Transformations in Early-modern Europe* (wyd. 11, t. 1 i 2). Cambridge: Cambridge University Press.
- Ellefson, M. (2011). Re-mapping Journalism History: Development of the Press in the Swedish Empire and Its Former Colonies Finland, Estonia and Livonia Until the Early 20th Century. *Medien & Zeit*, 26(4), 25–35.
- Everett, D.L. (2012). *Language*. London: Pantheon.
- Fickers, A. (2011). Seeing the Familiar Strange: Some Reflections About Actants, Actors and Arenas of Transnational Media History. *Medien & Zeit*, 26(4), 16–24.
- Fischer, S.R. (2003). *A History of Reading*. London: Reaktion Books.
- Fiske, J. (1990). *Introduction to Communication Studies*. New York – London: Routledge.
- Fiske, J. (2008). *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*. (tłum. A. Gierczak). Wrocław: Astrum.

- Fleischer, M. (2007). *Ogólna teoria komunikacji*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Gauker, C. (1992). The Lockean Theory of Communication. *Noûs*, 26(3), 303–324.
- Giles, H., Franklin-Stokes, A. (1989). Communicator Characteristics. W: W.B. Gudykunst, M.K. Asante, *Handbook of International and Intercultural Communication*. Newbury Park – London – New Delhi: SAGE Publications.
- Gillespie, A. (2008). Social Representations, Alternative Representations and Semantic Barriers. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 38(4), 375–391.
- Godlewski, G. (2008). *Słowo – pismo – sztuka słowa. Perspektywy antropologiczne*. Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.
- Goffman, E. (2008). *Człowiek w teatrze życia codziennego*. (tłum. H. Datner-Śpiewak, J. Szacki). Warszawa: Wydawnictwo Aletheia.
- Goodenough, W.H. (1970). *Description and Comparison in Cultural Anthropology*. Chicago: Aldine Publishing Company.
- Goodenough, W.H. (2003). W: Pursuit of Culture. *Annual Review of Anthropology*, 32(1), 1–12. doi:10.1146/annurev.anthro.32.061002.093257.
- Goody, J. (2006). *Logika pisma a organizacja społeczeństwa*. (tłum. G. Godlewski). Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.
- Gorgiasz. (1984). Pochwała Heleny. *Przegląd Humanistyczny*, XXVIII(3).
- Grady, J. (1998). The „Conduit Metaphor” Revisited: A Reassessment of Metaphors for Communication. W: J.-P. Koenig, *The „Conduit Metaphor” Revisited: A Reassessment of Metaphors for Communication* (s. 205–218). Stanford: CSLI Publications.
- Griffin, E. (2003). *Podstawy komunikacji społecznej*. (tłum. O. Kubińska, W. Kubiński, M. Kacmajor). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Gross, A.G., Harmon, J.E., Reidy, M. (2002). *Communicating Science: The Scientific Article from the 17th Century to the Present*. Oxford: Oxford University Press.
- Guriewicz, A. (2002). *Jednostka w dziejach Europy (średniowiecze)* (s. 1–252). Warszawa: Wydawnictwo MARABUT.
- Habermas, J. (1985). Interesy konstytuujące poznanie. W: L. Witkowski, *Colloquia Communia* (t. 2, s. 157–169).
- Habermas, J. (1999). *Teoria działania komunikacyjnego*. (tłum. M. Kaniowski). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Hardt, H., Brennen, B. (1993). Introduction: Communication and the Question of History. *Communication Theory*, 3(2), 130–136.
- Hastrup, K. (2008). *Droga do antropologii. Między doświadczeniem a teorią*. (tłum. E. Klekot). Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Havelock, E.A. (2006). *Muza uczy się pisać. Rozważania o oralności i piśmienności w kulturze Zachodu*. (tłum. P. Majewski). Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.

- Havelock, E.A. (2007). *Przedmowa do Platona*. (tłum. P. Majewski). Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.
- Hiraga, M.K. (2009). Food for Thought: Conduit versus Food Metaphors for Communication. W: B. Fraser, K. Turner, *Language in Life, and a Life in Language: Jacob Mey – A Festschrift* (s. 175–181). Bingley: Emerald Group Publishing Limited.
- Höijer, B. (2011). Social Representations Theory. A New Theory for Media Research. *Nordicom Review*, 32(2), 3–16.
- Hudson, N. (2002). Challenging Eisenstein: Recent Studies in Print Culture. *Eighteenth-Century Life*, 26(2), 83–95.
- Iggers, G.G. (1983). *The German Conception of History. The National Tradition of Historical Thought from Herder to the Present*. Middletown: Wesleyan University Press.
- Innis, H.A. (2007). *Empire and Communications*. Toronto: Dundurn Press.
- Innis, H.A. (2008). *The Bias of Communication* (wyd. 2). Toronto: University of Toronto Press.
- Jakobson, R. (1989). *W poszukiwaniu istoty języka. Wybór pism*. (tłum. M.R. Maye-nowa) (t. 2). Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Jaroszyński, S. (2007). Retoryka. W: *Powszechna Encyklopedia Filozofii* (t. 8). www.ptta.pl/pef/pdf/r/retoryka.pdf, dostęp: 15.06.2014.
- Jensen, K.B. (2002). From Media History to Communication History: Three Comparative Perspectives on the Study of Culture. *Nordicom Review*, 23(1–2), 95–99.
- Jones, P., Holmes, D. (2011). *Key Concepts in Media and Communications*. London: SAGE.
- Joshi, P.C. (1988). *Culture, Communication and Social Change*. New Delhi: Vikas Publishing House PVT LTD.
- Katz, E. (2007). The Toronto School and Communication Research. W: R. Watson, M. Blondheim, *The Toronto School of Communication Theory. Interpretations, Extensions, Applications* (s. 1–5). Jerusalem: University of Toronto Press, The Hebrew University Magnes Press.
- Kerckhove de, D., Lumsden, C. (eds). (1988). *The Alphabet and the Brain*. Berlin: Springer.
- Keesing, R.M. (1974). Theories of Culture. *Annual Review of Anthropology*, (3), 73–97.
- Kirby, E. (2007). Reworking Gender: A Feminist Communicology of Organization, by Karen L. Ashcraft and Dennis K. Mumby. *Management Communication Quarterly*, 21(2), 284–294. doi:10.1177/0893318907306040.
- Kittler, F.A. (1999). *Gramophone, Film, Typewriter*. Stanford: Stanford University Press.

- Kittler, J. (2011). Learning from Braudel: A Quest for a Comprehensive History of the Public Sphere. *Medien & Zeit*, 26(4), 6–15.
- Kmita, J. (1982). *O kulturze symbolicznej*. Warszawa: Centralny Ośrodek Metodyki Upowszechniania Kultury.
- Kotowa, B. (2002). Kultura i światopogląd. W: K. Łastowski, P. Zeidler, *Wykłady z filozofii dla młodzieży* (s. 47–59). Poznań: Wydawnictwo Humaniora.
- Kotowa, B. (1996). Epistemologiczna waloryzacja poznania. W: J. Such, J. Szymański, M. Szczęśniak, *Rozważania o poznaniu naukowym*. Poznań: Wydawnictwo Fundacji Humaniora.
- Kozłowski, J. (1990). „Historia książki w XVIII w. Początki bibliologii”, Anna Żbikowska-Migoń, Warszawa 1989: Recenzja. *Kwartalnik Historii Nauki i Techniki*, 35(4), 636–641.
- Kozłowski, K. (2011). Co to jest medium? *Images*, VIII(15–16), 203–209.
- Krippendorff, K. (2009). *On Communicating. Otherness, Meaning, and Information*. (tłum. F. Bermejo) (s. 48–71). New York: Routledge.
- Krzeszowski, T.P. (1997). Language History and Linguistic Modelling. W: R. Hickey, S. Puppel, *A Festschrift for Jacek Fisiak on his 60th Birthday*. Volume II (s. 1613–1620). Berlin – New York: Mouton de Gruyter.
- Kulczycki, E. (2008). Status komunikologii – przyczynek do dyskusji. *Homo Communicativus*, 3, 27–37.
- Kulczycki, E. (2009). The Development of Leibniz's Considerations in John Yench's Project. *Studies in Logic, Grammar and Rhetoric*, 28(15), 211–220.
- Kulczycki, E. (2011a). Kulturowo-obiektywne istnienie procesu komunikacji jako warunek projektowania autonomicznej dyscypliny komunikacji. *Kultura i Historia*, 21.
- Kulczycki, E. (2011b). Założenia filozoficznych języków apriorycznych. W: M. Cieszkowski, J. Szczepaniak, *My w wieży Babel. Między przekleństwem a błogosławieństwem* (s. 39–49). Bydgoszcz: Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego.
- Kulczycki, E. (2011c). „Dziedzictwo Schramma” jako źródło specyfiki polskiej nauki o komunikacji. *Lingua ac Communitas*, 21, 79–88.
- Kulczycki, E. (2012a). Sytuacja komunikacyjna w kulturze archaicznej a symboliczność komunikacji. *Filo-Sofija*, 12(16), 39–52.
- Kulczycki, E. (2012b). *Teoretyzowanie komunikacji*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe Instytutu Filozofii UAM.
- Kulczycki, E. (2012c). Źródła transmisyjnego ujęcia procesu komunikacji. *Studia Humanistyczne AGH*, 11(1), 21–36.
- Kulczycki, E. (2014a). Communication History and Its Research Subject. *Analele Universitatii Din Craiova, Seria Filosofie*, 33(1), 132–155.

- Kulczycki, E. (2014b). On the Development of Scholarly Communication: A Philosophical Approach to the Communication History. *Studia Philosophica Wratislaviensia*, English Edition, 51–63.
- Kulczycki, E. (2014c). On the Philosophical Status of the Transmission Metaphor. *Central European Journal of Communication*, 7, 175–188.
- Kulczycki, E., Wendland, M. (2014). O kulturalistycznej teorii komunikacji. *Kultura – Media – Teologia*, 16, 9–25.
- Lakoff, G., Johnson, M. (1980). *Metaphors we Live by*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Lanigan, R.L. (1994). Capta Versus Data: Method and Evidence in Communicology. *Human Studies*, 17(1), 109–130.
- Lara de, R.A.F. (2010). Comunicología general: Cosmología, epistemología y ontología comunicológicas. *Razón Y Palabra*, 72, 1–18.
- Lauer, J. (2008). Introduction. Communication and History. W: B. Zelizer, *Explorations in Communication and History (Shaping Inquiry in Culture, Communication and Media Studies)* (s. 15–18). New York: Routledge.
- Locke, J. (1955). *Rozważania dotyczące rozumu ludzkiego*. (tłum. B.J. Gawęcki) (t. 1 i 2). Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Losonsky, M. (1994). Locke on Meaning and Signification. W: G.A.J. Rogers, *Locke's Philosophy. Content and Context* (s. 123–141). Oxford: Clarendon Press.
- Löblich, M., Scheu, A.M. (2011). Writing the History of Communication Studies: A Sociology of Science Approach. *Communication Theory*, 21(1), 1–22. doi:10.1111/j.1468-2885.2010.01373.x.
- Luhmann, N. (1995). *Social Systems*. (tłum. J. Bednarz Jr, D. Baecker). Stanford: Stanford University Press.
- McLuhan, M. (1994). *Understanding Media. The Extensions of Man*. Cambridge, MA – London: The MIT Press.
- McQuail, D. (2010). *Mcquail's Mass Communication Theory*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Mersch, D. (2010). *Teorie mediów*. (tłum. E. Krauss). Warszawa: Sic!
- Meyer, M., Carrilho, M.M., Timmermans, B. (2010). *Historia retoryki od Greków do dziś*. (tłum. Z. Baran). Warszawa: Wydawnictwo Aletheia.
- Miedzińska, M., Tanaś, S. (2007). Biblioteki jako przedmiot zainteresowań turystyki. *Turystyka i Hotelarstwo*, 12, 57–71.
- Migoń, K. (2005). Bibliologia – nauka o kulturze książki. *Nauka*, 2, 49–57.
- Mill, J.S. (2009). *Principles of Political Economy* (s. 1–792). The Project Gutenberg, e-book.
- Moraczewski, K. (2011). Refleksje o teoretycznych podstawach historii kultury. *Filo-Sofija*, 12(1), 239–262.
- Moscovici, S. (2000). *Social Representations: Studies in Social Psychology*. Cambridge: Polity Press.

- Nerone, J. (1993). Theory and History. *Communication Theory*, 3(2), 148–157.
- Nerone, J. (2006). The Future of Communication History. *Critical Studies in Media Communication*, 23(3), 254–262. doi:10.1080/07393180600801856.
- Nicholas, S. (2012). Media History or Media Histories. *Media History*, 18(3–4), 379–394. doi:10.1080/13688804.2012.727289.
- Nordenstreng, K. (2007). Discipline or Field? Soul-searching in Communication Research. *Nordicom Review*, 28, 211–222.
- Nowaszczyk, J. (2007). Kompozycja wypowiedzi w ujęciu greckiej szkoły retorycznej. *Roczniki Humanistyczne*, LIV–LV(3), 241–262.
- O'Shaughnessy, M., Stadler, J. (2008). *Media & Society*. Oxford: Oxford University Press.
- Ollivier, B. (2010). *Nauki o komunikacji: teoria i praktyka*. (tłum. I. Piechnik). Warszawa: Oficyna Naukowa.
- 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.
- Patterson, G. (1990). *History and Communications. Harold Innis, Marshall McLuhan, the Interpretation of History*. Toronto: University of Toronto Press.
- Pałubicka, A. (2006). *Myślenie w perspektywie poręczności a pojęciowa konstrukcja świata*. Bydgoszcz: Oficyna Wydawnicza EPIGRAM.
- Pałubicka, A. (2007). Narzędzie i rzecz w interpretacji kulturoznawczej w kontekście idei filozoficznych Martina Heideggera. W: N. Leśniewski (red.), *Heidegger w kontekstach* (s. 119–134). Bydgoszcz: Oficyna Wydawnicza EPIGRAM.
- Pałubicka, A. (2013). *Gramatyka kultury europejskiej*. Bydgoszcz: Oficyna Wydawnicza EPIGRAM.
- Pearce, B.W. (2007). *Making Social Worlds. A Communication Perspective* (s. 1–134). Oxford: Blackwell Publishing.
- Pearce, B.W., Cronen, V.E. (1980). *Communication, Action, and Meaning. The Creation of Social Realities*. New York: Praeger Publishers.
- Peck, J., Simonson, P., Craig, R.T., Jackson, J.P., Jr (2013). The History of Communication History. W: S. Simonson, J. Peck, R.T. Craig, J.P. Jackson Jr, *The Handbook of Communication History* (s. 13–57). New York: Routledge.
- Peters, J.D. (1989). John Locke, The Individual, and the Origin of Communication. *Quarterly Journal of Speech*, 75(4), 387–399.
- 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)* (s. 19–34). New York: Routledge.
- Petrucci, A. (1995). *Writers and Readers in Medieval Italy*. (tłum. C.M. Radding). New Haven – London: Yale University Press.
- Pickering, W.S.F. (2002). *Durkheim and Representations*. London, New York: Routledge.
- Pisarek, W. (2008). *Wstęp do nauki o komunikowaniu*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Platon. (1991). *Gorgias; Menon*. (tłum. P. Siwek). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Pleszczyński, J. (2013). *Epistemologia komunikacji medialnej. Perspektywa ewolucyjna*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Popper, K.R. (1999). *Nędza historycyzmu*. (tłum. S. Amsterdamski). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Radford, G.P. (2005). *On The Philosophy of Communication*. Belmont, CA: Thomson Wadsworth.
- Radomski, A. (2001). Badanie narracji historycznej. Próba konceptualizacji kulturoznawczej. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska Lublin – Polonia. Sectio F, LVI*, 211–233.
- Reale, G. (2000). *Historia filozofii starożytnej. Od początków do Sokratesa*. (tłum. E.I. Zieliński) (t. 1). Lublin: Redakcja Wydawnictw Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego.
- Reddy, M.J. (1993). The Conduit Metaphor. A Case of Frame Conflict in Our Language About Language. W: A. Ortony (ed.), *Metaphor and Thought* (s. 284–324). Cambridge: Cambridge University Press.
- Ribeiro, N. (2011). The Rise of a New Field: Researching Communication History in the Iberian Countries. *Medien & Zeit*, 26(3), 7–16.
- Rich, M.H., Craig, R.T. (2012). Habermas and Bateson in a World Gone M.A.D.: Metacommunication, Paradox, and the Inverted Speech Situation. *Communication Theory*, 22(4), 383–402. doi:10.1111/j.1468-2885.2012.01412.x.
- Richardson, B. (1999). *Printing, Writers and Readers in Renaissance Italy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Rickert, H. (1984). Kultura i wartości. W: B. Borowicz-Sierocka, C. Karkowski, *Neokantyzm*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Rodak, P. (2009). *Pismo, książka, lektura. Rozmowy: Le Goff, Chartier, Hébrard, Fabre, Lejeune*. Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.
- Rogers, E.M. (1997). *A History of Communication Study: A Biographical Approach*. New York: Free Press.

- Rogers, E.M., Chaffee, S.H. (1993). The Past and the Future of Communication Study: Convergence or Divergence? *Journal of Communication*, 43(4), 125–131.
- Rorty, R. (1980). *Philosophy and the Mirror of Nature*. Princeton: Princeton University Press.
- Ross, K. (2013). Gender and Media. W: S. Simonson, J. Peck, R.T. Craig, J.P. Jackson Jr, *The Handbook of Communication History* (s. 347–360). New York: Routledge.
- Rothenbuhler, E.W. (1993). Argument for a Durkheimian Theory of the Communicative. *Journal of Communication*, 43(3), 158–163.
- Scannell, P. (2011). History, Media and Communication. W: K.B. Jensen, *A Handbook of Media and Communication Research. Qualitative and Quantitative Methodologies* (s. 191–205). London – New York: Routledge.
- Schiffer, M.B. (1999). *The Material Life of Human Beings. Artifacts, Behavior, and Communication*. London – New York: Routledge.
- Schooten van, M., Vanclay, F., Slootweg, R. (2003). Conceptualizing Social Change Processes and Social Impacts. W: H.A. Becker, F. Vanclay (eds), *The International Handbook of Social Impact Assessment. Conceptual and Methodological Advances* (s. 74–91). Northampton: Edward Elgar Publishing Ltd.
- Schudson, M. (1991). Historical Approaches to Communication Studies. W: K.B. Jensen, N.W. Jankowski, *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research* (s. 175–189). London – New York: Routledge.
- Shannon, C.E. (1948). A Mathematical Theory of Communication. *The Bell System Technical Journal*, 27(3), 379–423.
- Shepherd, G.J. (1993). Building a Discipline of Communication. *Journal of Communication*, 43(3), 83–91.
- Short, W.M. (2012). A Roman Folk Model of the Mind. *Arethusa*, 45, 109–147.
- Short, W.M. (2013). „Transmission“ Accomplished?: Latin’s Alimentary Metaphors of Communication. *American Journal of Philology*, 134(2), 247–275. doi:10.1353/ajp.2013.0025.
- Simonson, P., Peck, J., Craig, R.T., Jackson, J.P., Jr (eds). (2013). *The Handbook of Communication History*. New York: Routledge.
- Smith, P. (2001). *Cultural Theory. An Introduction*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Spencer, H. (1882). *The Principles of Sociology*, vol. 1, New York: D. Appleton and Company.
- Stacks, D.W., Hocking, J.E. (1999). *Communication Research* (wyd. 2). New York: Longman.
- Stevens, J.D., Dicken-Garcia, H. (1980). *Communication History*. London: SAGE.
- Sweetser, E. (1991). *From Etymology to Pragmatics: Metaphorical and Cultural Aspects of Semantic Structure*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Szokolczai, A. (2005). *Reflexive Historical Sociology*. London – New York: Routledge.
- Tomasello, M. (2002). *Kulturowe źródła ludzkiego poznawania*. (tłum. J. Rączaszek). Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Vanderstraeten, R. (2000). Autopoiesis and Socialization: On Luhmann's Reconceptualization of Communication and Socialization. *British Journal of Sociology*, 51(3), 581–598.
- Vanparys, J. (1995). A Survey of Metalinguistic Metaphors. W: L. Goossens, S. Pauwels, B. Rudzka-Ostyn, A.-M. Simon-Vandenbergen, J. Vanparys (eds), *By Word of Mouth. Metaphor, Metonymy and Linguistic Action in a Cognitive Perspective* (s. 1–34). Amsterdam – Philadelphia: John Benjamins Publishing.
- Watson, R., Blondheim, M. (eds). (2007). *The Toronto School of Communication Theory. Interpretations, Extensions, Applications*. Jerusalem: University of Toronto Press, The Hebrew University Magnes Press.
- Wendland, M. (2008). Komunikowanie a wymiana informacji – pytanie o zakres pojęcia komunikacji. *Homo Communicativus*, 3, 17–26.
- Wendland, M. (2013a). Controversy over the Status of the Communication Transmission Models. *Dialogue and Universalism*, 1, 51–63.
- Wendland, M. (2013b). Historia idei komunikacji: przesłanki do badań nad przekształceniami zbiorowych wyobrażeń o komunikacji. *Lingua ac Communitas*, 23, 41–68.
- Wendland, M. (2014a). Historia historii komunikacji w zarysie. *Media – Kultura – Komunikacja Społeczna*, 10(1), 11–27.
- Wendland, M. (2014b). *Filozoficzne i metodologiczne podstawy historii komunikacji*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Wiener, N. (1961). *Cybernetyka a społeczeństwo*. (tłum. O. Wojtasiewicz). Warszawa: Książka i Wiedza.
- Williams, R. (1976). *Keywords*. New York: Oxford University Press.
- Wilmot, W.W. (1980). Metacommunication: A Re-examination and Extension. W: D. Nimmo, *Communication Yearbook 4* (s. 61–69). New Brunswick: Transaction Books, Rutgers.
- Winkin, Y. (2007). *Antropologia komunikacji*. (tłum. A. Karpowicz). Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.
- Wiseman, R. (2003). *The Development of Ideas About Communication in European Thought. From Ancient Greece to the Early Modern Age*. Canberra: Australian National University.
- Wiseman, R. (2007a). Ancient Roman Metaphors for Communication. *Metaphor and Symbol*, 22(1), 41–78. doi:10.1080/10926480709336753.

- Wiseman, R. (2007b). Metaphors Concerning Speech in Homer. W: H.L. Muller, R.T. Craig, *Theorizing Communication* (s. 7–18). Thousand Oaks: SAGE.
- Wittgenstein, L. (2004). *Dociekania filozoficzne*. (tłum. B. Wolniewicz). Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Wrzosek, W. (1995). *Historia – kultura – metafora. Powstanie nieklasycznej historiografii* (s. 1–158). Wrocław: Fundacja na Rzecz Nauki Polskiej.
- Zelizer, B. (ed.). (2008). *Explorations in Communication and History (Shaping Inquiry in Culture, Communication and Media Studies)*. New York: Routledge.
- Znaniecki, F. (1919). *Cultural Reality*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Zuber, M. (2012). Wizja komunikacji jako dyscypliny autonomicznej w koncepcji W. Barnetta Pearce’a. *Via Communicandi. Prace z Antropologii Komunikacji i Epistemologii Społecznej*, 1, 209–221.

TWO ASPECTS OF COMMUNICATION

FOUNDATIONS OF COMMUNICATION HISTORY

Summary

In this book, I demonstrate the conditions under which we can examine the past communication phenomena. Therefore, it consists of considerations within the scope of the methodology of humanities and philosophy of communication. This means that the subject of my research is both communication itself as well as how it is analysed. I wrote about two aspects of “the same” communication, i.e., about the media and about our collective representations. So, I describe how it is possible to write the history of ways of thinking about communication. My analysis results in a catalogue of assumptions, i.e. philosophical conditions for communication history.

Every author must answer the question who the recipient of his works is, and who the potential Reader is. In my opinion, this book will be of interest not only to philosophers but also to all communication and culture theorists and historians who acknowledge that the philosopher might have something interesting to say about how to study past social phenomena.

I would also like to emphasize that although this work is on the history of communication, it is not on the history of the media. Therefore, I do not discuss how we can examine the communication technologies, from smoke signals, through radio, television, to the Internet. I am interested in something else. Namely, how we can examine our ways of “communicating about communication” and what the reason for the changes in these ways of thinking is.

The premise underlying my considerations is the historicity of communication itself. When writing this book, I have been referring to the current ongoing debate on the *reflexive historicising of communication*. So, in this work I demonstrate which assumptions must be accepted in order to claim that the communicative activities and practices have a historical dimension.

The communication and the media give rise to a multitude of scientific papers, guides, essays and press releases. Many universities conduct programmes in communication, journalism, media studies. It would seem, therefore, that reflection on the phenomena of communication has already reached full bloom. However, when we analyse these publications and curricula, it may be concluded that many authors have forgotten (or even fail to see) that the main means of communication is a conversation between two people, not the activities of big media industries (basically not even present before the twentieth century). It is we who, by communicating, create the foundation of our cultural communicative society. Of course, we use a variety of tools for this purpose (which we do call the media), but our communication is not restricted to them. In everyday conversation, we usually do not think about what we actually do when we utter the successive words, answering questions. Our conversations in this regard are simply carried out in a habitual manner. However, these habits, rituals (e.g. extending the right hand when greeting), we have learned and we apply them in our activities. Furthermore, each of us has an idea of what communication is, what we are allowed to do in a conversation with a colleague, a supervisor, or a friend. We also know whether our negotiations have been successful or have failed. How do we know that? It appears that we do not always share a common definition of "effective communication". It might even be said that not everyone believes that communication must be effective in order to be regarded as communication at all. Such differences in the beliefs and values we associate with communication shape our ways of communicating.

We think of communication only when something starts to go wrong. If our daily conversations with colleagues at work fulfil their function (e.g. fill a coffee break time), then we do not speculate why something as "natural" to us as conversation can fill this free moments. However, if one day we cannot convince our friends to our arguments, we begin to ask ourselves: "Maybe I said something wrong? Maybe my tone was inappropriate? Maybe she did not hear me?".

The object of the considerations undertaken in the book is *communication* understood as a cultural activity. I attempt a twofold task. I want to demonstrate how communication can be reflected upon in the philosophical perspective. Simultaneously, I will indicate what assumptions can be used as the basis of a methodological tool for research on the history of communication. It pertains to the philosophical perspective, within which the *history of communication* and its subject matter may be analysed. The structure of the tool derives its inspiration from the philosophy of communication, philosophy of culture and

communicology, whereas the historical communicology itself can be understood here as the philosophically perceived *communication history* – a communicology or communication science sub-discipline.

The first objective of my analysis is to present the culturalist understanding of the concept of communication which recognizes communication as activity and practice in the sphere of culture. It is crucial for me to emphasize the historical nature of these social processes. The *culturalist definition of communication* that is presented in this work is a consequence of my creating the philosophical research perspective. In this regard, I wish to emphasize that the way how contemporary communication practices are performed and what communication *is*, does not imply that these practices have always been performed the same way and that communication *has always been* such. I assume that the way we communicate today is the result of many transformations affecting social practices. I am primarily interested in communication practices transformations which take place under the influence of the changes in the means and forms of communication and in the collective representations on communication.

Therefore, the main objective of this work is to present a tool for such a description of communication practices which allows the description of the historical dimension of the practices. That is, to emphasize that the contemporary rules and norms shaping the practices are a result of historical transformations. Thus, this book is an attempt to show the philosophical validity of the assumptions adopted here, and is intended as a justification for the possibility of constructing a culturalist research tool. The tool is used to analyse the research object of historical communicology. The project of the culturalist approach to historical communicology is not so much meant to deliver specific research methods for media or communication studies as to rely on the delimitation of communicological knowledge.

The research perspective I accept emphasizes that communication practices in the historical approach (past communication phenomena) are a research object of the *history of communication*. It is a young subdiscipline, which is not just a mutation of the press or media studies, because it emerges from the primacy of communication over its means and forms (for media studies the starting point – and often its finish – is the medium itself). As a philosopher I am interested in the research object which the subdiscipline constructs with its research.

The book is divided into three parts, which are focused on considerations sequentially related to: (1) work assumptions and the culturalist definition of communication, (2) the presentation of research in the field of historical communicology and (3) the conceptual analysis of two communication aspects – in particular the metaphorical conceptualization within the aspect of the collective representations.

In the first part, entitled the *Culturalist approach to communication*, I demonstrate what initial assumptions are required for communication analyses on the grounds of communication philosophy. Therefore, I characterize the ideational understanding of culture, which I accepted, and the utilitarian description of the media. I also demonstrate how the collective representations on communication may be understood. Moreover, I accept the assumption about the reflexive historicising of communication, which allows me to go beyond the transmission metaphor in communication studies. In subsequent chapters of the first part, I present the definition of communication action and communication practices I believe that communication is an action, therefore, it is rational and thus requires and is subject to interpretation. At least two entities which use characters participate in it (or more accurately: two communicators' functions are carried out). The main (but not the only one) function of communication is to allow and maintain the functioning of these entities in culture. The remaining chapters are used to present an outline of the historicised approach to communication, i.e., to demonstrate that communication does have a historical dimension.

The analyses presented in the first part concern mainly the subject matter, that is, "what" is examined in the context of historical communicology. Therefore, in the second part entitled *Historical Communicology*, I describe the emergence of research in the field of history of communication in the modern study of communication. The key issue in this part is the separation of the two periods of historical communicology: the implicit and the explicit one. Thus, I demonstrate that in the study of the past communication phenomena, we must face the problem of presentism, i.e., evaluating the past with the tools of contemporary theories. In the last chapter, I define two spheres of the historical communicology subject matter: (1) the media aspect, and (2) the collective representations aspect of the communication phenomena.

The last part, *Collective representations and the Media*, is devoted to characterising the two aspects of communication. In this section, I present the comprehensive understanding of the concept of meta-communication and analyse the basic historical metaphorical conceptualizations: the transmission metaphor and the food metaphor. Subsequently, I demonstrate that the historical philosophical treatises may be used in the analysis of the collective representations aspect of communication phenomena. By referring to John Locke's works, I demonstrate how his "legacy" can be found in modern communication theories. The last chapter of the book consists of a collection of philosophical conditions for research within the framework of communication history. At this point – on the basis of the justification previously developed – I present the seven assumptions:

1. The assumption about the representational nature of communication.
2. The assumption about the integration of the means and the form of communication.
3. The assumption about the socio-individual dimension of communication.
4. The assumption about the regulatory role of cultural knowledge.
5. The assumption about the self-reference of research.
6. The assumption about the reflexive historicising of communication.
7. The assumption about accepting the weak version of presentism.

The indicated conditions are *meta-theoretical assumptions* of practising communication history. It means that these philosophical conditions designate the boundaries of communication knowledge. This way they present the research perspective with foundations for functioning, legitimize certain positions, but also indicate the limitations. The catalogue of these conditions is in fact the key research result achieved in this book. Below, a synthetic presentation of each of the conditions is provided.

1. The assumption about the representational nature of communication

Communication can be *perceived* as a communication action and as a communication practice. Thus, I assume that communication is primarily theorized or described by the researcher. Therefore, I emphasize that communication is “perceived to be” not that communication “is” this or that. Of course, this assumption results mainly from the constructivist attitude to humanities research, although it is connected with another key issue; namely, the assumption about the representational nature of communication deals with how the *concept* of communication is understood in a given community. In other words, what do the individuals participating in a given culture *imagine* communication to be, and what do they imagine an effective or successful practice of communication is like. In other words, with this assumption I emphasize that communication has a very important representational dimension which I call the collective representations aspect of communication. It is shaped by cultural knowledge, rules, standards and values shaping our communication actions. At the same time, the collective representations aspect, i.e., such ways of conceptualizing communication about communication, which determine the formation of communication theory, can be indicated. To specify this meta-level, in the culturalist position I use the term *meta-communication*.

2. The assumption about the integration of the means and the form of communication

The collective representations aspect of communication is one of two aspects; although – as I have stated numerous times – for the culturalist perspective it is the key aspect. The second aspect I call the *media aspect* of a given communication, although the *medium* is understood here as an integration of the *means* and the *form of communication*. This means that the medium is the carrier of the sign, i.e., it is a tool used by communicators during the operation of the communication. A typical example of the medium is, therefore, a voice, a telephone, a radio channel or a volume of a journal. What is important is that the means of communication is used to implement some *form of communication*. The form may be oral, literate, video or audiovisual. This way the *form of communication* can be understood as a kind of symbolization. Therefore, when I write about the medium as an integration of the means and the form I refer to the two dimensions of the medium: its materiality (means of communication) and the type of symbolization (form of communication) which also results from the materiality of the medium itself.

3. The assumption about the socio-individual dimension of communication

Each communication action gains validity, i.e., it is realized through communicators' cultural knowledge, for it is a rational action that needs to be interpreted so that it could “occur as communication”. In other words, any communication takes place in a specific place and time, in a specific context. However, the conditions of how this action is performed are not at the individual level, but on the social one (e.g., included in the collective representations on communication). This means that we, as communicators, can perform communication actions – i.e., to recognize that someone wants to communicate with us and on this basis, for example, decide to continue this relation – due to our cultural knowledge. We use it mostly in a habitual, learned, ritual manner. This knowledge is a part of a given social practice, therefore communication is seen as an *individual realization (through action) of social practice*. Any such practices and actions find their intersubjective applicability in culture – which is the foundation of all cultural actions.

4. The assumption about the regulatory role of cultural knowledge

The role of cultural knowledge stems from, e.g. the socio-individual nature of communication phenomena. This way, our cultural knowledge – which consists of views (representations) on communication – shapes, regulates and determines the communication practices and their particular realizations. However, the cultural knowledge is always created in specific socio-historical circumstances and, therefore, the knowledge itself is subject to the them. Thus, it follows that the way of understanding and recognizing what communication “is” (or rather how it is “perceived”) undergoes historical transformations. In other words, a way of describing and defining communication is not universal. The assumption about the regulatory role of cultural knowledge with respect to communication actions and practices has also other essential consequences. It is essential that the cultural knowledge can be (re)constructed from descriptions of past communication events or formations, artefacts of communication itself. In fact, researchers analysing past communication phenomena have only enough access to do just that: naturally, we can not access past communication actions, and most often do not have any recording or descriptions of these actions (such as audio or video). Therefore, we can talk about past communication phenomena only from the perspective of the ways to perform communication actions, the ways to use the media. We can access the mental states of neither the past nor the present communicators. In the media (such as a written piece of paper) no “immanent knowledge of communication” is contained. We can only reconstruct it or construct on the basis of the established cultural knowledge. Whether it will be a reconstruction, or – stronger – a construction of historical knowledge, obviously depends on additional assumptions.

5. The assumption about the self-reference of research

This assumption can be understood both as the foundation for a theoretical study as well as the establishment of other assumptions. It is simply a meta-condition, as it determines not only the research framework of practice itself, but also sets the boundaries for the remaining assumptions and conditions. For I assume that the culturalist definition of communication is only a starting point, merely a heuristic tool serving as a guidepost. It is therefore not a real definition, although sometimes it can claim to be so. This means that I accept that during the subsequent analyses I may encounter situations which are diffi-

cult to interpret, which may put the entire theoretical construct and many of the assumptions into question. I may encounter such social actions which will destroy the logic of the above arguments. I do not want to assume that the only correct answer is: "so much the worse for the facts". On the contrary, I assume that our (i.e., the researchers') views on communication, as well as the reflection on communication are relative to the socio-historical conditions and, therefore, are not universal or universally applicable. Thus, when claiming that the communicators and communication theorists have a view on communication it should also be assumed that the proposed solutions are presented "only" one of many (historically variable) concepts. Therefore, the measures of "truth and falsehood", a better suitability or adequacy, cannot be applied to such theoretical ideas. However, one can talk about the usefulness of a given approach on the basis of the humanities discourse.

6. The assumption about the reflexive historicising of communication

The assumption about the self-reference is directly related to the assumption about the reflexive historicising of communication. It stems from the fact that such a methodological step can be understood as a self-referring historicising of the object of study. The researchers accepting this assumption assume that their communication is subject to historical changes. This in turn implies that history becomes a context for the understanding of both past and contemporary phenomena of communication. The assumptions that the self-reference and the reflexive historicising of communication imply that the researcher scrutinizes the matter as a research object submerged and growing out of a historical context, while assuming that the same applies to his research method.

7. The assumption about accepting the weak version of presentism

The last condition is the assumption about accepting the weak version of presentism. It means that I accept the need to acquiesce to the fact that a pure historical interpretation is impossible. In other words, historical research necessarily involves applying the procedures from the scope of adaptive interpretation. The understanding of communication presented in this work is not essentialist.

It means that it is impossible to indicate an “entity” which “has always been” communication but (possibly) was called otherwise. I assume, therefore, that it is not possible to escape from presentism understood as describing the past in today's terms – it needs to be done, although it must be done carefully in order not to allow our research to drift away and become separated from the key assumptions.

I developed the catalogue of philosophical conditions for the history of communication in order to develop a foundation for further philosophical and communication studies. I assume that first, the assumptions, the accepted perspective, and the understanding of the basic concepts must be clearly presented. I can, therefore, claim that virtually all of the arguments in this book are my *methodological credo*. This is how I see the actions and practices of communication and I believe that they can be analysed on theoretical grounds defined this way.

WYDAWNICTWO NAUKOWE UNIWERSYTETU IM. ADAMA MICKIEWICZA W POZNANIU
UL. FREDRY 10, 61-701 POZNAN

www.press.amu.edu.pl

Sekretariat: tel. 61 829 46 46, faks 61 829 46 47, e-mail: wyd nauk@amu.edu.pl

Dział sprzedaży: tel. 61 829 46 40, e-mail: press@amu.edu.pl

Wydanie I. Ark. wyd. 14,00. Ark. druk. 17,75.

DRUK I OPRAWA: UNI-DRUK, LUBOŃ, UL. PRZEMYSŁOWA 13