

## Komunikowanie i media

Człowiek, co stwierdził już Arystoteles, jest istotą społeczną, więc, jak to wyraził Staszic, “bez towarzystwa (społeczeństwa) nawet pomyśleć się nie da”. Wspólne życie wymaga przede wszystkim zdolności wyrażania swych myśli i przekazywania ich pozostałym członkom społeczności. Porozumiewanie się z innymi ludźmi jest podstawowym środkiem przekazywania doświadczenia zbiorowego. W odróżnieniu od zwierząt człowiek nabywa umiejętności życiowych, nie tylko naśladowując swych rodziców, ale przede wszystkim ich słuchając. W uzupełnieniu dziedziczenia genetycznego ludzkie istoty wytworzyły unikatowy mechanizm dziedziczenia społecznego. Dzięki niemu młode pokolenie korzysta z wiedzy wszystkich pokoleń współczesnych i poprzednich. Oprócz rodziców również pozostali żywi i umarli członkowie społeczności przekazują mu ujęte w symbolicznej formie to, co przemyśleli, odczuwali, czynili. W konsekwencji komunikowanie i wychowanie jest nierozłączne – nie tylko dlatego, że bez komunikowania wychowanie jest niemożliwe, lecz także dlatego, że im bardziej złożony i wyspecjalizowany jest przedmiot wychowania, tym bardziej złożone i wyspecjalizowane musi być komunikowanie niezbędne do jego zrozumienia.

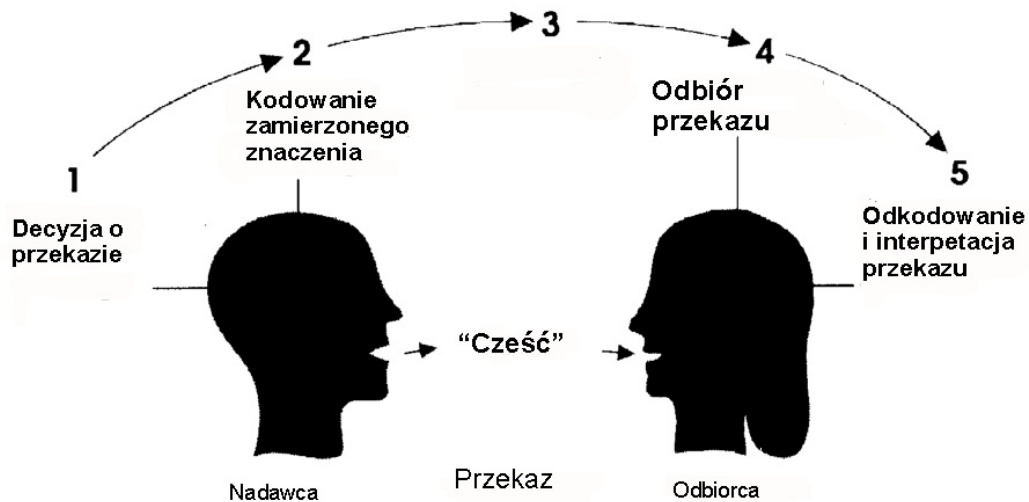
Z kolei komunikowanie wymaga medium - naturalnego (biologicznego), jak gest czy mowa, a niekiedy również sztucznego, jak pismo, druk, telefon, itd. Medium, w najogólniejszym sensie, to instrument przenoszenia informacji w czasie lub przestrzeni. Może być tak prosty jak zapis na kamieniu, albo tak skomplikowany jak system łączy satelitarnych. W każdym przypadku, ich funkcja jest ta sama. Komunikator formułuje przekaz i przekazuje go lub zapisuje z pomocą medium, a odbiorca w innym miejscu lub czasie rekonstruuje znaczenia tak aby interpretować przekaz. Zatem, komunikowanie medialne (zapośredniczone) jest podobne każdemu innemu ludzkiemu komunikowaniu. Jest to proces łączący nadawców z odbiorcami którzy dzielają pewnego rodzaju mówiony lub pisany język. W tym sensie, media (liczba mnoga od medium) były w użyciu tak dawno, jak znana nam historia ludzkości. Jednakże, w nowoczesnych czasach, nowo wynalezione media zmieniły ogół ludzkich zdolności podobno czasu i przestrzeni w tak wielkim stopniu, że dokonuje się nowoczesna “rewolucja komunikacyjna”, równie głęboka i istotna, jak ta która miała miejsce, gdy ludzkie istoty opanowały umiejętność mówienia.

Podstawowy proces który się wydarza gdy ludzie komunikują się z pomocą mediów, także masowych, to ludzkie komunikowanie oparte na języku. Język zatem, i jego użycie, jest punktem startu dla zaczęcia analizy procesu komunikowania się ludzi, a następnie, jego szczególnej formy, komunikowania masowego. Z tego powodu najpierw warto krótko rozważyć jak odbywa się komunikowanie bez mediów. To znaczy, co to są podstawy komunikowania twarzą-w-twarz.

Proces ma sześć faz, które następują w kolejności:

1. Akt komunikowania rozpoczyna nadawca, który decyduje jaki przekazać komunikat (przekaz) o określonym zbiorze znaczeń.
2. Nadawca koduje zamierzone znaczenia poprzez właściwy dobór słów, gestów, itp. oraz ich układu (styl, gramatyka).
3. Komunikat jest następnie wyemitowany - wypowiedziany lub pokazany, tak aby pokonać przestrzeń między nadawcą a odbiorcą.
4. Odbiorca, czyli jednostka do której jest skierowany przekaz, zwraca uwagę i postrzega komunikat jako zbiór o pewnym układzie znaków.
5. Odbiorca następnie odkodowuje komunikat konstruując własne interpretacje znaczeń znaków.
6. W rezultacie interpretacji odbiorca jest pod pewnym wpływem komunikatu. Oznacza to, że komunikowanie ma na niego wpływ.

Ten bazowy linearny model komunikowania bezpośredniego oczywiście upraszcza sam proces, który w istocie jest transakcyjny, to czyni każdy z uczestników równocześnie



### Podstawowy linearny model ludzkiego komunikowania

według M. DeFleur i E. Dennis, *Understanding Mass Communication*. Princeton: Houghton Mifflin Company, 1996, str. 9.

kodekuje i dekodekuje znaczenia, słucha i odpowiada, jakkolwiek nie zawsze słownie. Jest także zawsze relacyjny, gdyż opiera się i tworzy specyficzną relację między uczestnikami.

Komunikowanie bezpośrednie było i pozostaje fundamentalną formą komunikowania, której inne media w istocie w różnorodny sposób służą, choć niekiedy i zastępują.

### Komunikowanie – geneza terminu

*Mały słownik języka polskiego* podaje, że „komunikować” oznacza „podać coś do wiadomości; przekazywać jakąś informację, zawiadomić o czymś”, natomiast „komunikować się” to „utrzymywać z kimś kontakt, kontaktować się, porozumiewać się, udzielać się otoczeniu”.

„Komunikowanie” oraz „komunikowanie się” można tłumaczyć po polsku jako łączność. Ponieważ jednak angielski termin *communication* zyskał prawo obywatelstwa w niemal wszystkich krajach i językach, lepiej go fonetycznie zaadaptować do języka polskiego jako „komunikowanie”, a tylko w szczególnych przypadkach tłumaczyć jako „komunikacja społeczna” lub „komunikacja międzyludzka” (odpowiednik zwrotu „komunikowanie się”). Przy słowie „komunikacja” jest konieczna przydawka „społeczna” (lub „międzyludzka”), aby uniknąć odniesienia do transportu publicznego (komunikacja masowa). Zapewne na takie skojarzenie ma wpływ tradycja - dawniej, aby przesłać komunikaty (zakodowane przekazy), trzeba było je transportować - jak na przykład listy - drogą pocztową. Dopiero bowiem od wynalazku telegrafu można mówić o przesyłaniu, a nie o transportowaniu znaków.

Badanie komunikowania masowego — czyli porozumiewania się realizowanego przy pomocy środków masowego przekazu — mieści się w ramach dużo obszerniejszej dziedziny badań: studiów nad komunikowaniem, zwanych za granicą niekiedy komunikologią lub komunikatyką, a najczęściej *communication science*. Spośród wielu definicji komunikowania wybierzemy dwie:

<sup>1</sup> *Mały słownik języka polskiego*, pod redakcją St. Skorupki, H. Auderskiej i Z. Łempickiej. Warszawa: PWN, 1989.

komunikowanie to proces przekazywania informacji, idei, emocji, umiejętności;  
komunikowanie to interakcja, społeczne oddziaływanie przy pomocy symboli.

Komunikowanie może przybierać różne formy, odbywać się na różnych szczeblach, używać różnych środków. Wspólną cechą tych form jest zawsze istnienie przynajmniej dwóch uczestników procesu, pełniących odmienne role (nadawcy i odbiorcy), systemu znaków, który obaj znają i do którego się odwołują (kod) oraz przekazu (czyli konkretnej realizacji jednej z możliwości, jakie daje kod). Zarówno kod (znaki i reguły ich używania), jak i przekaz istnieją obiektywnie, to znaczy są dostępne intersubiektywnemu poznaniu. Uczestnicy mogą się wymieniać rolami, jak na przykład w dialogu, ale w określonym momencie czasowym są oni jednoznacznie wyznaczeni.

### **Media – środki i nośniki komunikowania**

Termin „medium” bywa bardzo różnie rozumiany i interpretowany. Wywodzi się od łacińskiego słowa „medium”, oznaczającego środek, pośrednik. Stąd, w XIX wieku mianem „medium” określano osoby, które dzięki rzekomo ponadnaturalnym zdolnościom komunikowały się z duchami zmarłych. Współcześnie słowo „media” najczęściej wskazuje na prasę, radio i telewizję jako na środki przekazu publicznego szeroko upowszechnianych treści. Jednak może „medium” oznaczać też coś innego, na przykład:

**Język** (w sensie języka naturalnego), jako środek porozumiewania się (medium) społeczności;

**Znaki językowe lub wszelkie systemy znaków** (uogólnione pojęcie języka na wszelkie znaki, w tym słowo mówione, gest, mimikę, obraz);

**Kody**, które są oparte na konwencjach i pozwalają przekształcać i konstruować przekazy językowe i znakowe (np. alfabet, kod Morse'a, sygnalizacja wizualna);

**Nośniki sygnałów** (jak pasma radiowe, wibracje powietrza, fale świetlne, a także materiały, na których znaki zostały utrwalone, jak papier, taśma audiowideo, płyta kompaktowa, dyskietka);

**Sieci transmisyjne** – sieci telekomunikacyjne kablowe, radiowe, satelitarne, systemy połączonych komputerów, np. Internet;

**Instrumenty pozwalające na powielanie, transmisję lub odbiór** przekazu (prasa drukarska, radiostacja, odbiornik radiowy czy telewizyjny, telefon, faks, komputer);

**Instytucje, które tworzą i rozpowszechniają przekazy** (np. prasa, agencje informacyjne, radio, telewizja, dostawcy usług informacyjnych w Internecie).

Zadanie uporządkowania terminologii odnoszącej się do rodzajów mediów podjął E. Sapir (1931: 163), rozróżniając: „ pewne podstawowe techniki, albo procedury prymarne, które są w swej istocie komunikatywne, oraz pewne techniki wtórne, które ułatwiają proces komunikowania.” Do pierwotnych procedur komunikowania zaliczył mowę oraz gestykulację w najszerszym sensie. Wśród technik wtórnych (czyli mediów w sensie właściwym) wyróżnił trzy kategorie: przekształcenia mowy, symboliki dostosowane do specjalnych sytuacji oraz tworzenie fizycznych warunków ułatwiających procesy komunikowania.

Media komunikacyjne (*communications media*) to ogół środków komunikowania: starsze media, jak prasa, radio, telewizja, są na ogół określane jako media masowe, a media stosunkowo nowe, jak telefon komórkowy czy komputer osobisty, są nazywane mediami telematycznymi. Pod koniec lat 1970-ych dwaj eksperci francuscy, Nora i Minc, wylansowali termin „telematyka” (*télématique*) dla połączenia środków telekomunikacji i komputerów. Zbliżony sens ma zbitka słowna *compunifications*, pochodząca od *computer and communications* (komputer i media). Nowe terminy to także „inteligentne sieci” oraz IT czyli *Information Technology*, technika informacyjna.

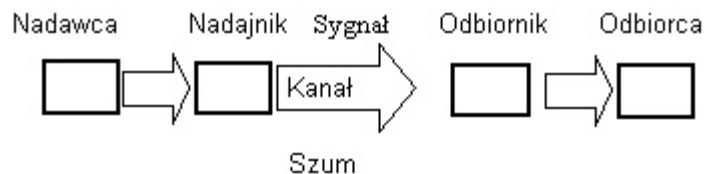
Kolejnym nowym terminem, również amerykańskiego pochodzenia, jest autostrada informacyjna (*information highway*). Ma ona wprowadzić społeczeństwa w wiek informacji, podobnie jak koleje i autostrady doprowadziły do wieku przemysłowego i postprzemysłowego. Jazda na tych infostradach ma być dostępna i równoprawna dla wszystkich użytkowników, jakkolwiek byłby ich cel, czy gospodarczy, czy publiczny, czy czysto rozrywkowy. Z uwagi na dominację tej ostatniej funkcji, coraz częściej mówi się o „telesektorze inforozrywkowym”, coraz ważniejszej sferze gospodarczo-społecznej nowego społeczeństwa.

## Modele procesu komunikowania

Aby zrozumieć naturę telekomunikacji należy pamiętać, iż sama komunikacja międzyludzka jest procesem wymiany informacji. Informacja jest zawartością komunikacji (komunikowania). Może być bardziej „informacyjna” (powiadamiająca) lub rozrywkowa. Pomocne w zrozumieniu komunikowania jest rozważenie elementarnych modeli, wskazujących na zasadnicze elementy procesu.

### Model przekazu informacji (Shannon, 1948)

Model skonstruowany przez matematyka Claude’a Shannona jest, jak dotąd, najbardziej wpływowym i dla wielu autorów pozostaje modelem wzorcowym. Model ten w swym pierwotnym sformułowaniu odnosił się do transmisji sygnałów w układach technicznych (jak telefon czy telegraf), bowiem pochodził z prac autora w ośrodku badawczym Bell Telephone. Shannon przedstawił swój model w następującym schemacie (zob. rysunek 1.1.)



Rysunek 1.1. Model telekomunikacyjny Shannona (1948)

Proces rozpoczyna *źródło informacji* (Nadawca), tworząc przekaz. W następnej fazie przekaz jest przekształcony w *sygnał* przez nadajnik. Ten sygnał jest dostosowany do *kanalu* prowadzącego do *odbiornika*, który z kolei rekonstruuje przekaz z odebranego sygnału. I taki przekaz dociera do *adresata*. Sygnał jest podatny na zakłócenia (*szum*).

Komunikacja w świetle tego modelu może być podzielona na osiem elementów (Schramm, 1980):

1. Źródło jest twórcą aktu komunikacji;
2. Przekaz jest treścią komunikacji, informacją, która jest przekazywana;
3. Koder przetwarza informację w formę, która może być zakomunikowana, także w postaci, która nie jest bezpośrednio rozumiana przez ludzkie zmysły;
4. Kanał jest medium lub systemem transmisyjnym używanym dla przekazu komunikatu z jednego miejsca do innego;
5. Dekoder odwraca proces kodowania;
6. Odbiorca jest adresatem komunikacji;
7. Sprzężenie zwrotne między źródłem a odbiorcą może służyć do regulacji przepływu komunikacji;
8. Szum jest niepożądanym zniekształceniem, które może zakłócać wymianę informacji.

Model Shannona, oprócz całkowicie nowego pojęcia szumu (czyli zakłóceń w procesie komunikowania) operuje także (wprawdzie pominiętymi w rysunku 1.1, ale ważnymi) pojęciami pojemności i przepustowości kanału oraz kodu. Ambicją autora było stworzenie modelu na tyle

ogólnego, aby stanowił podstawę ilościowej teorii informacji, stosującej się do wszelkiej wymiany informacji, tak między maszynami, jak i między ludźmi. Ta ogólność musiała jednak zostać czymś opłacona - Shannon uzyskał ją rezygnując z włączenia do modelu wszelkich zmiennych semantycznych, psychologicznych i społecznych. Odbiorca w jego modelu jest w gruncie rzeczy jedynie pasywnym adresatem przekazywanych do niego sygnałów, a ponadto jest niejako mechanicznie „podłączony” do źródła informacji. Jego reakcje są z góry zaprogramowane, czyli głównym problemem badawczym i praktycznym pozostaje wierność przekazu sygnałów, wierność sprowadzona do poziomu dokładności technicznej.

Ten model został wkrótce zaadaptowany bez większych zmian do analizy komunikowania międzyludzkiego. Po prostu personifikacja nadajnika w nadawcę, a odbiornika w odbiorcę, była głównym zabiegiem, jakiego ta adaptacja wymagała.

### Model aktu perswazyjnego (Lasswell, 1948)

Analiza komunikowania międzyludzkiego wymaga odmiennego ujęcia procesu przekazywania informacji. Najbardziej znanym i ciągle najczęściej cytowanym w podręcznikach teorii komunikowania społecznego pozostaje schemat amerykańskiego politologa i badacza propagandy, Harolda Lasswella, z 1948 roku. Charakterystyczne, że jego model powstał niemal równocześnie, choć niezależnie, z wyżej omawianym modelem matematyka Shannona, jest także z nim w ogólnej strukturze zbieżny.

Lasswell ujmuje proces komunikowania jako akt złożony z pięciu zasadniczych składników, które wylicza w swej słynnej formule: „Kto mówi, Co, Jakim środkiem, Do kogo i Z jakim skutkiem?” (1948). Graficznie ten model można ująć w postaci przedstawionej na rysunku 1.2.



Rys. 1.2. Model analizy aktu komunikowania. Formuła Lasswella (1948)

Model Lasswella najlepiej stosuje się do tych form międzyludzkiego komunikowania, które mają wyraźnie instrumentalny charakter, czyli takich, w których nadawca stawia sobie jasno określony cel: zmian postaw lub zachowań odbiorców. W tym sensie jest on dogodny dla badań ukierunkowanych na poznanie efektów komunikowania, zawiera bowiem ukryte pytanie: „Co środki komunikowania robią z ludźmi?”

Dla modelu Lasswella modelem przedmiotowym może być gra w kręgle: gracz odpowiada pojęciu nadawcy, kula - przekazowi (treściom), tor - kanałowi, odbiorcy - kręglom, a ilość przewróconych lub zachwianych kręgli - efektowi komunikowania. Istota procesu komunikowania, tak jak gra w kręgle, polega na maksymalnej realizacji zamierzonych przez nadawcę celów.

Podstawową zaletą modelu Lasswella jest zwięzłość. Krótko ujmuje zasadnicze składniki każdego procesu komunikowania, w tym też sensie jest on nadal pożyteczny i trudno sobie wyobrazić, aby wiedza o komunikowaniu mogła się kiedykolwiek bez niego obyć. Ale zwięzłość jest zarazem jego wadą, gdyż formuła jest w oczywisty sposób niekompletna. Stąd tak wielu badaczy próbowało ją w różnoraki sposób uzupełnić. Np. Forsdale (1955) wprowadził pytanie „w jakiej sytuacji?”, Kafel (1966) dodał „dlaczego?”

Główną cechą modelu Lasswella, a zarazem podstawową jego wadą, jest linearność analizy, odpowiadająca założonej jednokierunkowości oddziaływania. W tym też sensie zawsze był on uznawany raczej za model procesu komunikowania masowego, czyli za pomocą prasy, radia czy telewizji, a nie wszelkich pozostałych procesów komunikowania, jak rozmowa, telefonowanie,

czy korzystanie z Internetu, a tym bardziej takich jak ceremonie, obrządki, rytuały.

### **Podstawowy model linerarny komunikowania masowego**

Gdy komunikowanie odbywa się za pomocą mediów masowych proces choć zawiera wszystkie sześć faz komunikowania bezpośredniego z transakcyjnego i interakcyjnego staje się jednokierunkowym. Oznacza to, że przekazy są rozpowszechniane z centrum (nadawca) przy czym odbiorcy w swej masie nie mają możliwości wykorzystania mediów dla wyrażania swych interpretacji przesyłanych znaczeń.

Ponadto nadawcą w komunikowaniu masowym są profesjonalni komunikatorzy (decydenci), redaktorzy, producenci) a same przekazy są tworzone przez specjalistów (dziennikarze, reżyserzy, operatorzy), a następnie transmitowane przez techniczny aparat transmisji, dystrybucji i odbioru. Proces ma ograniczone sprzężenie zwrotne, odbiorcy mogą wyrażać przede wszystkim swoją aprobatę lub dezaprobatę przez fakt odbioru.

Media masowe są definiowane na ogół enumeracyjnie, wymieniając prasę, radio, telewizję, dołączając czasami plakat, film i płyty gramofonowe. Media, bo tak najkrócej bywają nazywane środki masowe, pełnią olbrzymią rolę społeczną, którą można scharakteryzować następująco:

są ważnym i nieustannie rozwijającym się sektorem życia zbiorowego, rodzajem działalności gospodarczej (niekiedy mówi się wręcz o „przemysle informacji”, „przemysle rozrywkowym” lub *show businessie*). Dostarczają pracy różnym kategoriom specjalistów, wytwarzają poszukiwane produkty kulturalne, są wielkimi instytucjami, które wykształciły swe wewnętrzne zasady działania, a zarazem są powiązane z wieloma innymi instytucjami;

media to jeden z instrumentów władzy społecznej, narzędzie kontroli, zarządzania społecznego, mobilizacji i pobudzania innowacyjności, które może być substytutem siły fizycznej lub zachęt materialnych;

środki masowe stanowią forum, na którym sprawy powszechne — zarówno narodowe, jak i międzynarodowe — mogą być publicznie prezentowane i roztrząsane;

stymulują rozwój kultury, zarówno w jej aspekcie symbolicznym, artystycznym, jak obyczajowym i normatywnym, promują nowe tendencje, np. w sztuce, modzie i obyczajach;

środki masowe stały się dominującym źródłem kształtowania indywidualnej wyobraźni szerokich rzesz odbiorców, a to znaczy praktycznie całego społeczeństwa.

Środki masowe są nie tylko liczne (np. liczbę czasopism podaje się zwykle w dziesiątkach tysięcy), systematycznie działające (np. radio nadaje swe programy niemal całą dobę), masowo odbierane (w godzinach wieczornego szczytu przy telewizorach zasiada więcej niż połowa mieszkańców każdego kraju), ale przez swój zasięg, regularność i powtarzalność są konstytutywnym elementem współczesnego społeczeństwa.

W całej dotychczasowej historii ludzkości, agendy komunikowania były wpływowymi czynnikami wywierania społecznego wpływu: sztuka dramatyczna i aktorska, literatura i poezja, a nawet komedia i wodewil nie tylko utrzymywały i przekazywały społeczne wyobrażenia o ludzkiej kulturze, historii, podziale ról czy uprawnieniach, ale także je definiowały i konkretyzowały. Nowoczesne dziennikarstwo nadal służy tym właśnie dawnym funkcjom.

Rewolucyjne zmiany w systemie komunikowania, jakie wywołało powstanie mediów audiowizualnych, głównie telewizji, jeszcze dodatkowo wzmocniło siłę komunikowania medialnego. Gdy gawędziarz mógł dotrzeć ze swymi opowieściami do kilkudziesięciu, kilkuset, a co najwyżej kilku tysięcy słuchaczy, ten sam gawędziarz przed mikrofonem lub kamerą może dotrzeć do milionów. I to nie tylko w swoim kraju.

Jednak nie jest on sam dysponentem środka przekazu - media są zawsze używana przez

tych którzy je posiadają dla wzmocnienia własnej pozycji oraz aktualnego status quo (jeśli jest on w ich interesie). Stąd, nowoczesne media nie muszą wcale oznaczać wprowadzania nowoczesnych wartości i treści.

Przeciwnie nawet, wiele badań i analiz z całego świata wskazuje, że centralizacja władzy w sferze komunikowania i mediów (tak wyraźna w powstawaniu wielkich międzynarodowych konglomeratów medialnych) i ich dominacja przez komercyjną lub polityczną orientację oznacza koserwację politycznego, gospodarczego i społecznego status quo.

## **Komunikator i jego intencje**

Jedną z najistotniejszych cech różniących komunikowanie masowe od innych form komunikowania jest profesjonalny i zbiorowy charakter nadawcy, czyli komunikatora. W zwykłej rozmowie wiadomo, kto jest mówcą, a kto słuchaczem (choć role te się zmieniają); również w komunikowaniu publicznym (np. w oracji, przemowie do wielu zebranych ludzi) nie ma wątpliwości, kogo nazwać komunikatorem.

Prasa, radio, telewizja są instytucjami regularnie produkującymi pakiety przekazów. Każdy z nich musi być odpowiednio dostosowany do całości (nazywanej czasami ramówką, czasami profilem, formatem), a tym samym już jest częściowo określony i stworzony przez kontekst. Po wtóre — każdy przekaz jest dziełem zbiorowym; oczywiście jest to w przypadku serialu telewizyjnego, ale okazuje się również prawdziwe w przypadku audycji radiowej czy artykułu prasowego. Z reguły wielu jest pomocników przy jego powstawaniu — redaktorów, korektorów stylistycznych, ilustratorów, *researcherów*. Jeśli więc istnieje tu autor indywidualny, jest on jedynie głównym, lecz nie wyłącznym twórcą.

Nie jest łatwo przeto określić intencje komunikatora. Intencje autora mogą być różne od intencji osób wspierających go w twórczym działaniu, a niekiedy nawet są z nimi sprzeczne. Inne też bywają z reguły intencje osób odpowiedzialnych za politykę redakcyjną (informacyjną), decydujących, czy dany przekaz znajdzie się w gazecie, tygodniku czy na antenie.

Odróżnić przeto należy intencje (a właściwie cele i zadania) instytucji komunikowania masowego (które są kształtowane pod przemożnym wpływem otoczenia politycznego, dotychczasowych praktyk komunikacyjnych, jak i pod naciskiem społecznym) od intencji poszczególnych pracowników tych instytucji, w których personel twórczy stanowi jedynie niewielką, choć najistotniejszą część. A jakie są to intencje, mogą ustalić tylko badania i sondaże empiryczne.

## **Przekaz i jego treść**

Istotą komunikowania masowego jest to, że nie tylko jego odbiorcy są liczebnie wielką, zróżnicowaną społecznie i mało powiązaną wewnątrznie zbiorowością, czyli masą; nie tylko instytucje środków komunikowania są zbiorowymi producentami standaryzowanych produktów, ale przede wszystkim produkty te, czyli przekazy, są produkowane w skali masowej i rozprowadzane w wielkiej liczbie kopii.

A zatem komunikowanie masowe jest podstawą kultury masowej. Ta zaś, choć wpływa na kształtowanie wartości społecznych, w jeszcze większym stopniu je wyraża. Przekazy masowe są bardziej odzwierciedleniem, projekcją panującej ideologii społecznej i politycznej niż formą jej tworzenia. Reprodukują zatem dla każdego pokolenia podstawowe wartości społeczne, przejmując wiele z tych funkcji, które dawniej wyłącznie pełniły religia i szkoła, a także rodzina.

Analiza przekazów kultury masowej, właśnie ze względu na ich masowość, używa innych metod badawczych niż tradycyjna analiza treści utworów artystycznych. Podstawą jest tu tzw. analiza zawartości, czyli metoda ilościowego opisu treści wielkiej liczby przekazów symbolicznych.

## Publiczność i jej skład

Każde komunikowanie wymaga odbiorców; mowa bez słuchaczy jest wprawką retoryczną, nie zaś formą komunikowania społecznego. Komunikowanie masowe jest szczególnie zorientowane na odbiorców, musi ich nie tylko mieć, ale mieć we właściwej — to znaczy wielkiej (masowej) — liczbie. Powiada się czasami, iż zdobywanie odbiorców, przyciąganie ich uwagi jest główną funkcją i zadaniem środków masowych: prasy, radia i telewizji. Jest w tym wiele racji — kontakt między nadawcą, środkiem komunikowania a odbiorcą(ami) musi być tutaj maksymalnie regularny, a ponadto oparty na stale odnawianym wyborze (kupić — nie kupić?; włączyć — nie włączyć?).

Komunikowanie masowe stwarza swoich odbiorców (publiczność) i z nich żyje (z opłat, z reklam lub z ich bezpośredniego poparcia). Toteż sam rozmiar audytorium danego środka przekazu czy też szczególnego przekazu jest podstawowym kryterium jego oceny. Wiele mówiąca jest też struktura tego audytorium, zarówno w sensie częstości korzystania z danego typu przekazów (odbiorcy regularni, sporadyczni, przypadkowi), jak i składu społeczno-demograficznego (dzieci, młodzież dorośli, starsi). Jeszcze ważniejsza jest analiza upodobań, korzyści, satysfakcji z odbieranych przekazów, jak też użytku, jaki się z nich robi. To także jest kwestią ważnych badań empirycznych.

## Oddziaływanie komunikowania masowego

Dla pełnego opisu procesu komunikowania niezbędne jest uwzględnienie konsekwencji uczestnictwa w odbiorze przekazów. A są one rozmaite. Począwszy od zajęcia pewnej ilości czasu, przez co mniej lub bardziej mile się go spędza (media jako środek uprzyjemniania życia, „zabijania” czasu), a także traci (mógłby on zostać poświęcony na inne zajęcia: media zastępują bezpośrednie uczestnictwo w kulturze, na przykład chodzenie do teatru, spotkania towarzyskie itp.), aż do różnorodnych skutków przyswajania treści kultury masowej. Mamy tu przykłady paniki wywoływanej przez niezrozumienie konwencji przekazu (po audycji radiowej *science-fiction* o najeździe Marsjan na Ziemię), kultu gwiazd filmowych prowadzącego do samobójstw (po rozczarowaniu lub śmierci gwiazdy), mody obyczajowej lub odzieżowej szerzącej się po popularnych serialach, gwałtów seksualnych i przemocy po odpowiedniej dawce filmów szczególnego rodzaju.

Ale długotrwałe badania nad efektami komunikowania masowego nie potwierdzają tezy o nadzwyczajnej skuteczności przekazów masowych. Raczej podkreśla się, że konsekwencje odbioru zależą bardziej od warunków społecznych oraz osobowości odbiorcy aniżeli od samego przekazu. To znaczy, że ten sam przekaz może mieć całkiem odmienny wpływ na różnych odbiorców, np. jednych, z rodzin rozbitych, sfrustrowanych niepowodzeniami, może pobudzić do działań gwałtownych, za to innych, dobrze w życiu zakorzenionych, po prostu zabawić, zmniejszyć stres życia codziennego.

Komunikowanie masowe jest nie tylko nadzwyczaj złożonym, ale i zróżnicowanym procesem społecznym, który przybiera inne treści w różnych miejscach i okresach. Nawet w jednym kraju jest ono pluralistyczne, choćby w sensie swej struktury, jeśli nawet nie w aspekcie charakteru nadawców czy ideologicznych orientacji treści. Dlatego tak trudno jest wydawać sądy ogólne, a sądy szczegółowe wymagają dobrej znajomości praktyki uzupełnionej specjalnie prowadzonymi empirycznymi badaniami.

Dziennikarstwo, które jest szczególną formą komunikowania masowego (ono z kolei jest odmianą i szczególnym przypadkiem komunikowania w ogóle), pozwala nam lepiej zrozumieć jego właściwości i nieco lepiej je uprawiać.

## Ewolucja mediów

Środki masowe nie pojawiły się nagle. Ich stan obecny jest wynikiem długotrwałej



ewolucji, zapoczątkowanej w połowie XV wieku przez wynalazek prasy drukarskiej Gutenberga. Ale dopiero w dwa stulecia potem pojawiły się druki periodyczne: czasopisma i gazety, których wspólną cechą było kompilowanie przez drukarza–wydawcę–redaktora tekstów pochodzących z różnych źródeł. W ten sposób stworzono nową literacką, społeczną i kulturalną formę, odrębną od drukowanej książki, która była w istocie jedynie masowym powieleniem tekstu. Prasa — bo tak ta nowa forma została nazwana potocznie — różni się od drukowanej książki nie technicznym sposobem powielania, ale charakterem, będąc w warstwie autorskiej tworem zbiorowym, w budowie — dziełem o powtarzalnej strukturze, w produkcji — dziełem masowo wytwarzanym i regularnie dostarczanym. W sumie tworzy to nową jakość w dziedzinie komunikowania społecznego: masowego w sensie produkcji, dystrybucji i odbioru.

Jeśli akt czytania książki był jednorazową (choć zazwyczaj rozkładaną w czasie) czynnością, mającą swój porządek, początek i koniec, to prasa oferowała recepcję ciągłą, regularną, ale równocześnie selektywną i nieuporządkowaną.

Kolejny środek komunikowania masowego — film — pojawił się na przełomie XIX i XX wieku, początkowo raczej jako nowinka techniczna niż środek artystycznego wyrazu, a to, co oferował, nie było nowe w swej treści i funkcji. Prezentował ludową rozrywkę, sztuczki, triki techniczne, oferując je warstwom społecznym dawniej upośledzonym w dostępie do sztuki i kultury. Stał się początkowo rozrywką warstw uboższych, choć później awansował do rangi „X Muzy”.

Radio i telewizja, które mają, odpowiednio osiemdziesięcioletnią i pięćdziesięcioletnią historię, wyrosły z technologii: telefonu, telegrafu, nagrań dźwiękowych, fotografii i filmu. Bardziej niż jakiegokolwiek inne środki komunikowania były one początkowo raczej technicznymi środkami transmisji sygnałów określonego rodzaju niż środkami służącymi komunikowaniu. Toteż swoją karierę rozpoczynały głównie jako ciekawostki techniczne, później służyły celom militarnym, nie będąc jeszcze poważnymi instrumentami porozumiewania się społecznego. Ich największą zaletą była jednak od początku możliwość komunikacji natychmiastowej, „na żywo”, zachowującej podstawową cechę zwykłej rozmowy i dialogu.

W ostatnich kilkunastu latach do instrumentarium środków masowych doszły jeszcze tzw. nowe technologie, „nowe media”, czyli zbiór różnorodnych technik elektronicznej transmisji sygnałów, których rdzeniem jest wizualna reprezentacja znaków na ekranie telewizyjnym podłączonym do sieci komputerowej.

## Nowe środki komunikowania czyli cyfrowa rewolucja kulturalna

Współcześnie w kulturze jako sposobie komunikowania obserwujemy rewolucyjne zmiany. Ich najgłębszą podstawą staje się przejście od kodowania analogowego do cyfrowego, tak jak kiedyś podstawą różnicy między małpą a człowiekiem było przejście od jedzenia surowego do gotowanego.

Wydobywanie sensu z przyrody i komunikowanie tego sensu innym wymaga kategoryzowania i kodyfikowania. Kulturowy sposób wydobywania sensu z natury to jej kategoryzacja. Podstawą relacji międzyludzkich jest komunikowanie: bez niego mówienie o istocie ludzkiej i o społeczeństwie nie ma sensu. Z kolei podstawą komunikowania jest kod. A



Historyczne wynalazki w dziejach form komunikowania

kod, wedle jednej z definicji *International Encyclopaedia of Communications*<sup>2</sup>, to system generowania i komunikowania znaczeń w społeczeństwie, czyli wyrażania każdego aspektu naszego życia — wszystkiego, co słyszymy, widzimy, robimy. Otóż, kody komunikowania w coraz większym stopniu opierają się na składnikach kodu cyfrowego.

Podstawowy dostępny nam kod to kod językowy, który oczywiście nie ma charakteru analogowego, jest bowiem kodem dyskrecjonalnym, nieciągłym. Kod analogowy jest ustrukturalizowany wedle *continuum*; kod cyfrowy składa się z dyskretnych (oddzielnych) jednostek lub znaków. Natura (lub rzeczywistość) zawiera ciągłość.

Innym przykładem reprezentacji analogowej jest klepsydra, zegar wodny, a nawet tradycyjny zegarek, którego wskazówki przesuwają się płynnie wokół tarczy. Zegarek cyfrowy natomiast dzieli ciągłość czasu i koduje ją w godziny, minuty, sekundy. Cyfry na tarczy zegarka digitalizują ruch wskazówek — i tak samo robimy, gdy podajemy czas (np. 2:24).

### **Era Samuela Morse’a**

Początki dzisiejszej rewolucji medialnej można datować na rok 1835, gdy Samuel Finley Morse wynalazł kod telegraficzny i udoskonalił telegraf. Ale nie była to jeszcze rewolucja cyfrowa, choć stanowiła jej zwiastun. Powstanie sieci łączności telegraficznej, a potem, pod koniec XIX wieku, sieci telefonicznej, to kolejny przełom w sferze komunikowania. Wynalazek radia, a potem telewizji, wraz z wprowadzeniem łączności satelitarnej, to kolejne kamienie milowe rewolucji telekomunikacyjnej. Należy jednak zauważyć, że ta rewolucja (bowiem po raz pierwszy w historii ludzkości człowiek stał się zdolny do natychmiastowego przenoszenia dźwięków i obrazów na odległość) była oparta na zasadach przenoszenia i utrwalania sygnału metodą analogową. Przełom przyniósł dopiero komputer, operujący sygnałami cyfrowymi.

### **Analogowe na cyfrowe**

Rewolucja, jaka się więc dokonuje, to upowszechnienie cyfrowego kodowania zarówno obrazów jak i dźwięków, czyli mowy i pisma, a także obrazów graficznych. Stało się to możliwe dzięki przetwornikom analogowo–cyfrowym, których przykładami są skaner, karta dźwiękowa w komputerze, moduł TV/video itp.

Sygnał akustyczny i wibroakustyczny ma przebieg ciągły, czyli naturę analogową. Jako taki może być zapisywany w sposób klasyczny, tzn. analogowy, na płycie gramofonowej. Pod wpływem fali dźwiękowej na wyjściu mikrofonu pojawia się sygnał elektryczny odwzorowujący zmiany ciśnienia akustycznego. Z kolei w urządzeniu zapisującym ten sygnał jest odwzorowywany w głębokości rowków żłobionych w obracającej się płycie. Może też zostać zapisany na taśmie magnetofonowej.

Sygnał też może być przetworzony w formę cyfrową, przybrać postać kodu komputerowego. Przetworzenie to składa się na ogół z trzech etapów:

- próbkowania czyli dyskretyzacji czasowej sygnału;
- dyskretyzacji amplitudowej, czyli kwantyzacji;
- kodowania sygnału do postaci akceptowanej przez komputer.

### **Kluczowe słowo nowych mediów: sieć**

Mając zapisane dane w formie kodu komputerowego możemy je różnymi sposobami przesyłać, zarówno w formie kablowej jak i radiowej. Kanały, którymi się je przesyła, tworzą sieci. I stąd kluczowe słowo: **sieć**, które łączy elementy infrastruktury informatycznej.

Jak podkreślają promotorzy idei infrastruktury informacyjnej, nie jest ona nowością.

---

<sup>2</sup> *International Encyclopaedia of Communications*, Oxford University Press 1989, t. I.

Zaczęła się od powstania usług pocztowych i semaforów telegraficznych. One bowiem stanowiły załączek sieci. To, co jest nowe, to niezmiernie zagęszczenie owej sieci, łączenie w niej wszystkich nowych wynalazków w dziedzinie komunikowania i przetwarzania informacji. Stąd pojęcie „sieć” obejmuje coś więcej niż fizyczne urządzenia do transmisji, gromadzenia, przetwarzania oraz odtwarzania głosu, danych oraz obrazów. Obejmuje także:

„szeroką skalę oraz stale wzrastający zasób instrumentów, włączając aparaty fotograficzne i wideo, skanery, klawiatury, telefony, faksy, komputery, przełączniki, płyty kompaktowe, taśmy audio i video, kable i światłowody, satelity, połączenia mikrofalowe, telewizory, monitory, drukarki i wiele, wiele innych”<sup>3</sup>.

Substrat techniczny infrastruktury informacyjnej stanowią — jako jej podstawowe elementy składowe:

- kabel optyczny oraz laser i przetwornik analogowo/cyfrowy;
- mikroprocesor (komputer)
- satelita (transponder)
- nośniki pamięci, stacje dysków (dyskietki, dyski twarde, CD) oraz inne elementy komputerów.

Dla określenie tych nowych kanałów komunikowania brak jeszcze ustalonych określeń. Jeśli dawniej dla komunikowania się ludzi potrzebne były bezpośrednie spotkania (np. na zgromadzeniach publicznych), ścieżki i drogi przesyłania („społeczeństwa transportowe”), to teraz mówi się o autostradach informacyjnych (w formie kablowej) i *sky-ways* czyli, mówiąc niezbyt precyzyjnie: kanałach powietrznych. Określenie *I-ways* wyraża ideę swoistej sieci dróg informacyjnych, infostrad. Najłatwiej je sobie wyobrazić, nakładając je na obraz istniejącej sieci drogowej, w tym bezkolizyjnych autostrad, dróg o szerokiej przepustowości. Ale także stosuje się drogę bezprzewodową, jak w telefonii komórkowej i telefonii satelitarnej. Infostrady łączą obie formy, tworząc swoistą *noosferę* (pojęcie T. de Chardin) — oplatającą Ziemię sieć informacyjną.

## Bibliografia

*Aktualizacje encyklopedyczne* (suplement do Wielkiej Ilustrowanej Encyklopedii Powszechnej Wydawnictwa Gutenberga) tom II *Media*, pod red. J. Skrzyżczaka. Wydawnictwo Kurpisz: Poznań 1998.

DeFleur, M. i E. Dennis. *Understanding Mass Communication*. wyd. 6. Princeton: Houghton Mifflin Company 1996.

Dobek-Ostrowska, B. (red.) *Współczesne systemy komunikowania*. Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego: Wrocław 1997.

Goban-Klas T., *Media i komunikowanie masowe. Teorie prasy, radia, telewizji i Internetu*. Wydawnictwo Naukowe PWN: Warszawa 1999.

Goban-Klas T. i Sienkiewicz, P. *Społeczeństwo informacyjne. Szanse, zagrożenia, wyzwania*. Wydawnictwo Postępu Telekomunikacji: Kraków 1999.

*International Encyclopaedia of Communications*, Oxford University Press 1989.

Kłoskowska A., *Kultura masowa. Krytyka i obrona*, Warszawa 1983.

*Komunikowanie masowe. Wybór tekstów*. oprac. J. Rulka i Z. Korsak, Bydgoszcz 1986.

Mrozowski M., *Między manipulacją a poznaniem. Człowiek w świecie mediów*, Warszawa 1991.