
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 dostrzegło), 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 przeoko-

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 zapęłnić 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. Równoległe 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 wyobraźniowy 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 wyobraźniowego 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 wyobraźniowym 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 „adwokata 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.