

ANNA SUGIER-SZEREGA

KOMUNIKACJA GLOBALNA – POJĘCIE, ŹRÓDŁA, FUNKCJONOWANIE

Wieloznaczność pojęcia *komunikacja globalna*, używanie go w różnych kontekstach wymaga próby sformułowania własnej definicji. Przez komunikację globalną rozumiemy zatem „system informacji i technologii komunikacyjnych, dzięki któremu wiadomości w postaci tekstu, obrazu i dźwięku są przesyłane natychmiast na dowolną odległość. W systemie tym audiowizualne środki przekazu, niekoniecznie związane z kontrolą i oficjalnymi kanałami komunikowania, umożliwiają podmiotom taki typ kontaktu, w którym zarówno nadawca, jak i odbiorca mają możliwość aktywnego uczestniczenia”. Celem artykułu jest ukazanie źródeł komunikacji globalnej w kontekście rozwoju mediów audiowizualnych, sposobów komunikowania się i funkcjonowania nadawcy i odbiorcy w ramach ogólnoświatowej sieci wymiany informacji oraz naszkicowanie zasięgu komunikacji globalnej.

Umiejscowienie komunikacji globalnej w szerszym kontekście badań nad komunikowaniem wymaga wprowadzenia istotnego podziału w nauce o komunikacji, jakiego dokonał John Fiske. Wyróżnia on dwie główne szkoły¹. Pierwsza koncentruje się na samym procesie komunikacji, poprzez który jedna osoba może wpłynąć na stan świadomości i zachowanie drugiej. W tym aspekcie komunikacja jest przekazem wiadomości i zajmuje się sposobem, w jaki nadawca ją koduje, a odbiorca dekoduje. Istotny jest tutaj rodzaj środka przekazu, a także wydajność i dokładność przekazywanej informacji. Jeśli efekt odbiega od zamierzonego, sytuacja komunikacyjna jest „nieuda-

Dr ANNA SUGIER-SZEREGA – asystent Katedry Socjologii Kultury; adres do korespondencji: ansusz@kul.lublin.pl.

¹ *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*, tłum. A. Tanalska-Dulęba, Wrocław: Astrum 1999, s. 16.

na”. Przedstawiciele tej szkoły dociekają, na którym etapie procesu komunikacyjnego pojawił się błąd. Ten nurt dociekań badawczych Fiske nazywa szkołą procesu komunikacyjnego.

Druga szkoła traktuje komunikację jako tworzenie i wymianę symboli – a więc punkt zainteresowań jest przeniesiony na fakt nadawania znaczeń w procesie komunikacji. W tym nurcie badań owa „nieudana sytuacja komunikacyjna” nie jest błędem komunikacyjnym, a raczej wynikiem różnic kulturowych między podmiotami komunikacji. Szkoła ta nazywana jest przez autora semiotyczną. Semiotyk koncentrujący się na znaczeniach wymienianych w akcie komunikowania związany jest raczej z lingwistyką. Psycholog, kładąc nacisk na rolę komunikacji w kształtowaniu osobowości, ściślej wpisuje się w nurt badań nad procesem komunikacyjnym. Socjolog w swoich badaniach wiąże komunikowanie z kształtowaniem kultury, a więc przekazywaniem wartości, wzorców zachowań, tradycji, wymianą doświadczeń, dialogiem pokoleniowym, jak również istotą kontaktów międzykulturowych.

Badacze szkoły procesu komunikacyjnego wyróżniają kilka jej poziomów. Podstawowym jest komunikacja intrapersonalna, będąca przedmiotem zainteresowania psychologów, dokonująca się w umyśle jednostki. Wyższy poziom komunikowania, nazwany interpersonalnym², zakłada sytuację, w której dwie lub kilka osób pozostaje ze sobą w bezpośredniej styczności, wymieniając werbalne i niewerbalne przekazy. Ma ona zazwyczaj bezpośredni charakter, dokonuje się w tym samym czasie, a podmioty komunikowania mogą stale wymieniać się rolami – uczestnicy raz są nadawcami, raz odbiorcami. Niewielka liczba podmiotów oraz minimalny stopień sformalizowania procesu komunikacji jest cechą odróżniającą poziom komunikowania międzyosobowego od grupowego, w którym zakłócona zostaje swoboda wymiany ról, co więcej, liczebność uczestników nie daje równych szans aktywnego włączenia się do interakcji, zazwyczaj dominują jednostki aktywne, pewne siebie. Cechą publicznego poziomu komunikowania jest brak sprzężenia zwrotnego między uczestnikami oraz jego bardziej sformalizowany charakter. Zazwyczaj jednostka przekazuje komunikaty dużej grupie ludzi przez werbalne i niewerbalne środki, może to być np. przemówienie lub wykład. Kolejny poziom komunikacji odbywa się na szczeblu instytucjonalnym. Organizacje społeczne, partie, urzędy przesyłają sformalizowane przekazy do innych podmiotów życia społecznego, odbiorcami są zaś grupy

² K. Doktorowicz, *Istota komunikowania*, w: *Zarys teorii procesów i środków komunikowania masowego*, red. W. Dudek, Katowice: UŚ 1985, s. 17-20.

społeczne, zawodowe bądź całe społeczeństwo. Komunikacja najszerszego szczebla nadaje treści za pomocą przekazników o charakterze masowym: prasy, radia, telewizji.

Szerszym zakresowo poziomem, wyrastającym z masowego, jest tzw. komunikowanie globalne³, dokonujące się za pomocą narzędzi nazywanych nowymi mediami⁴ lub mediami telematycznymi. Zalicza się do nich m.in.: odtwarzacze laserowe, telefonię komórkową, teletekst, telewizję cyfrową, magnetowidy, telewizję kablową i satelitarną⁵. Ich rozwój oraz możliwość łączenia w różne kombinacje dały podstawę rewolucji komunikacyjnej na przełomie XX i XXI w. Tę konwergencję umożliwiają również wciąż modyfikowane i ulepszane technologie służące do transmisji danych, ich magazynowania, odzyskiwania informacji, obrazowania (grafika), odtwarzania dźwięków oraz regulacji i sterowania (komputer)⁶. Ich cechy charakterystyczne, których nie mają media tradycyjne, przedstawia tabela 1:

Tabela 1. Cechy nowych mediów

Aspekt	Cechy nowych mediów
1	2
1. Technika	<ul style="list-style-type: none"> – ścisły związek z zastosowaniem komputera – cyfryzacja – dająca nieograniczone możliwości przetwarzania zawartości oraz jej zróżnicowanie: dane, tekst, dźwięk, obraz są przesyłane jako całość – miniaturyzacja i możliwość integracji poszczególnych urządzeń – zacieranie granic między technologiami a mediami (konwergencja technologiczna)
2. Przekaz	<ul style="list-style-type: none"> – szybkość wynikająca z odpowiedniej przepustowości (kable światłowodowe, satelity) – dokładność – możliwość magazynowania danych w pamięci komputera i odtwarzania w dowolnym czasie

³ M. Mrozowski, *Media masowe. Władza, rozrywka i biznes*, Warszawa: Oficyna Wydawnicza ASPRA – JR 2001, s. 30.

⁴ Niektórzy badacze kwestionują zasadność używania sformułowania „nowe media”, bowiem w obszarze telekomunikacji urządzenie, które wczoraj było nowością, dziś w obliczu szybko postępującego rozwoju i złożoności mediów staje się przestarzałe.

⁵ T. Goban-Klas, *Społeczeństwo informacyjne: szanse, zagrożenia, wyzwania*, Kraków: Wydawnictwo Fundacji Postępu Telekomunikacji 1999, s. 88.

⁶ Tenże, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa–Kraków: PWN 2001, s. 24.

1	2
3. Nadawca	– liczne punkty nadawcze, decentralizacja centrów nadawczych – zacieranie granic między funkcją nadawcy i odbiorcy, interaktyw-
4. Odbiorca	– zindywidualizowany – ma możliwość inicjowania kontaktu oraz odbierania przekazu w do-
5. Oddziaływanie	– globalny zasięg oddziaływania

Opracowanie własne na podstawie: T. Goban-Klas, P. Sienkiewicz, *Społeczeństwo informacyjne. Szanse, zagrożenia, wyzwania*, Kraków: Wydawnictwo Fundacji Postępu Telekomunikacji 1999; M. Kunczik, A. Zipfel, *Wprowadzenie do nauki o dziennikarstwie i komunikowaniu*, Warszawa: Scholar 2000; K. Jakubowicz, *Czy nadawcy publiczni mają rację bytu w dobie globalizacji i społeczeństwa informacyjnego?*, w: *Globalizacja mediów elektronicznych a rynki narodowe i lokalne*, red. S. Jędrzejewski, Warszawa: Wyd. Sejmowe 2000.

Rozwój mediów telematycznych obserwuje się w ciągu ostatnich dwudziestu lat. Niektóre z nich, np. telewizja kablowa i satelitarna, rewolucjonizujące lata osiemdziesiąte XX w., obecnie uzupełniają tradycyjną, statyczną telewizję nadającą dawniej wyłącznie programy na żywo. Po części można nadal współczesną telewizję zaliczyć do mediów masowych, jednakże magnetowid umożliwiający zapisywanie i odczytywanie wybranych programów w dowolnym czasie przybliża ją raczej do domowego kina. Upowszechnienie telewizji kablowej przyczyniło się do specjalizacji i wielości kanałów, możliwości wybierania różnych pakietów usług z licznymi kanałami tematycznymi (co nie musi oznaczać różnorodności w treściach) oraz spowodowało częściowe odmasowienie publiczności. Telewizja satelitarna pokonuje ograniczenia związane z niewielkim zasięgiem nadajników naziemnych, czego rezultatem jest telewizja międzynarodowa, globalna, docierająca na wszystkie kontynenty nazywana również kosmowizją czy neotelewizją⁷. Formy takie, jak: teletext i videotext obecnie są złożone w doskonalszą odmianę – Internet. Można więc stwierdzić, iż komunikacja globalna wyrosła z masowej i nadal w znacznym stopniu wykorzystuje jej narzędzia, ale znacznie unowocześnione i zmodyfikowane. Zasadniczą jednak różnicą jest fakt, iż komunikowanie masowe wiąże się z zastosowaniem środków przekazu dostarczających identycznych treści w jednym czasie do maksymalnie szerokiego grona odbiorców. Są oni anonimowi, rozproszeni i bierni, niejako

⁷ F. Casseti, Roger Odin. *Od paleo – do neo-telewizji*. W perspektywie semiopragmatyki, w: *Po kinie*, red. A. Gwóźdź, Kraków: Universitas 1994, s. 132.

„skazani” na nie, bez możliwości wpływania na ich dobór. Komunikacja globalna traci charakter masowy przez kierowanie komunikatów do ściśle określonego odbiorcy lub wąskiej, często zorganizowanej grupy odbiorców, wcześniej wyłowionej za pomocą badań marketingowych. Nowoczesne technologie i narzędzia umożliwiają odbiorcom reakcję za pomocą systemów audio-tele, poprzez internetowe spotkania na czatach, usługi *pay per view*, czyli odpłatność za wybrane przez siebie programy telewizyjne, pocztę elektroniczną czy coraz popularniejsze głosowanie za pomocą usługi SMS. Poziom tego rodzaju komunikowania określa się mianem globalnego ze względu na ponadkontynentalny zasięg. Istotną częścią współczesnej sieci komunikacyjnej są wspomniane satelity umieszczone na orbitach eliptycznych, więc globalność wskazuje również na wykorzystanie przestrzeni kosmicznej do poszerzenia zasięgu oddziaływania. Przymiotnika *globalny* nie należy jednak utożsamiać z powszechnym wykorzystaniem nowoczesnych narzędzi komunikacyjnych. Ich dynamiczny rozwój w krajach zaawansowanych gospodarczo dla większości ludności krajów rozwijających pozostaje nieosiągalny, a jest ciekawostką dla społeczeństw spoza kręgu kultury zachodniej. Korzystają z tych zdobyczy zazwyczaj elity, chociaż niektóre jej narzędzia upowszechniają się bardzo szybko, np. w Polsce telefonia komórkowa.

W myśl tradycji badaczy z drugiej szkoły wyróżnionej przez Fiskego, nazywanej semiotyczną, można usytuować komunikację globalną w szerszym kontekście komunikacji międzykulturowej. Pojęcie *komunikacja globalna* jako typ komunikacji zachodzącej między kulturami wprowadza J. Mikułowski-Pomorski⁸. Wyróżnia on cztery typy komunikacji międzykulturowej:

1. Komunikację poprzekulturową polegającą na komunikowaniu się różnych grup wewnątrz jednej kultury narodowej (*cross-cultural communication*). Badania nad tym rodzajem komunikacji dotyczą różnic między ludźmi pochodzącymi z różnych grup społecznych, zbiorowości czy podkultur. Zwykle zachodzi ona na poziomie interpersonalnym.

2. Komunikację pomiędzykulturową, zachodzącą między uczestnikami różnych kultur narodowych (*inter-cultural communication*) kontaktujących się ze sobą przy okazji wspólnego życia czy współdziałania. Dawniej dotyczyła przede wszystkim dyplomatów, misjonarzy, kupców, dzisiaj dołączyli

⁸ *Komunikacja międzykulturowa. Wprowadzenie*, Kraków: Akademia Ekonomiczna 1999, s. 11.

do nich przedsiębiorcy oraz członkowie organizacji międzynarodowych czy turyści. Również zachodzi na poziomie interpersonalnym.

3. Komunikację międzynarodową (*international communication*) obejmującą kontakty pomiędzy instytucjami należącymi do różnych kultur, np. rządów czy agend odpowiedzialnych za politykę komunikacyjną państwa. Jej zadaniem jest oddziaływanie na politykę, gospodarkę i obronność innych państw. Szczególną odmianą tej komunikacji są zagraniczne media, które wraz z niesionymi treściami przenoszą wartości obcej kultury do danego społeczeństwa.

4. Komunikację globalną, będącą szczególnym aspektem międzynarodowej. Dotyczy ona efektów i konsekwencji napływu komunikatów zewnętrznych dla kultury narodowej⁹. Autonomia komunikacyjna, konflikty ideologiczne oraz interesy gospodarcze państw lub ponadnarodowych przedsiębiorstw są głównym przedmiotem badań. W tym rozumieniu komunikacja globalna zawiera się w komunikacji międzynarodowej i wiąże się ze zjawiskiem dyfuzji kulturowej, której narzędziami w tym przypadku są nowoczesne media.

Głównymi cechami tak rozumianej komunikacji globalnej są:

1. jej rodowód związany z komunikacją masową, której narzędziami są tradycyjne środki (prasa, radio, telewizja, film), obecnie pozostaje w ścisłym związku z sektorem telekomunikacji;

2. nowe rozwiązania technologiczne prowadzące do konwergencji mediów;

3. interaktywność, polegająca na zacieraniu podziału ról na nadawcę i odbiorcę – obaj są aktywni, mogą inicjować kontakt;

4. indywidualizacja, która daje możliwość prywatnego (na życzenie) korzystania z nadawanych treści, oraz własnej interpretacji przekazu i jego przekształcenia; ta cecha wpływa na zmianę charakteru publiczności z masowej i biernej w bardziej aktywną, wyspecjalizowaną.

Cechy te wskazują na znaczne różnice między komunikacją masową i globalną. Aby je uwypuklić, należy dokonać analizy źródeł komunikacji globalnej.

⁹ Tamże, s. 13.

1. ŹRÓDŁA KOMUNIKACJI GLOBALNEJ

Praktyka przesyłania informacji nie jest nowa. Najstarszą jej formą jest wiadomość przekazywana drugiej osobie drogą kontaktu bezpośredniego. Powiadamanie w ten sposób większej i rozproszonej społeczności odbywało się sprawnie, jednak w grę wchodziło ryzyko błędu. Kolejna osoba mogła źle zrozumieć komunikat, wypaczyć jego sens, dodać coś od siebie¹⁰. Pierwsze próby przekazywania informacji na odległość odbywały się za pomocą środków, które nie kojarzą się z procesami komunikacji. Około 500 lat p.n.e. w Grecji miało miejsce m.in. przesyłanie sygnałów dźwiękowych, wizualnych (dym) i świetlnych np. za pomocą luster ustawianych na wzgórzach¹¹. W czasach imperium rzymskiego elity polityczne wprowadziły i upowszechniły komunikację pocztową. Piętnastowieczny wynalazek druku dał podstawy do wprowadzania w obieg materiałów drukowanych poza miejscami ich produkcji, przekraczając granice rodzących się państw. Były to początki przesyłania informacji na większą skalę, umożliwiające budowanie sieci komunikacji masowej. Kolejny rewolucyjny w historii mediów wynalazek to maszyna drukarska napędzana parą (1830 r.). Dzięki niej możliwe było drukowanie gazet o wielotysięcznych nakładach oraz szybka produkcja i związana z nią popularyzacja książek. Wiek XIX przyniósł nowe i wzbudzające wiele kontrowersji w tamtych czasach nośniki przekazu: obraz i dźwięk. Fotografia, służąca wizualnej dokumentacji przeszłości, spotkała się z ostrą krytyką ówczesnej publiczności. Zdecydowana większość uznała, że maszyna, jaką był pierwszy aparat fotograficzny (1839), zagraża tradycji, podporządkowuje człowieka swoim regułom, eliminuje go z twórczego procesu¹². Kolejne ważne wynalazki ściśle związane z telekomunikacją to: telegraf (1844), dający podwaliny nowoczesnej telekomunikacji, telefon (1876) oraz telegraf bezprzewodowy (1897). Fonograf (1878-1888), urządzenie rejestrujące i odtwarzające ludzki głos i muzykę, wyparł popularną w Europie

¹⁰ T. G o b a n - K l a s, P. S i e n k i e w i c z, *Spółeczeństwo informacyjne. Szanse, zagrożenia, wyzwania*, Kraków: Wydawnictwo Fundacji Postępu Telekomunikacji 1999, s. 2.

¹¹ Kalendarium ważniejszych wydarzeń związanych z historią mediów opracowane przez Zbigniewa Bauera w: T. G o b a n - K l a s, *Powstanie i rozwój mediów. Od malowideł naskalnych do multimedii*, Kraków: Wyd. Naukowe AP 2001, s. 127.

¹² M. H o p f i n g e r, *Nowe media w komunikacji społecznej XX wieku. Wprowadzenie do antologii*, Warszawa: Oficyna Naukowa 2002, s. 11.

transmisję koncertów przez sieć telefoniczną¹³. Kolejne to: kinematograf (1895), radio (1902), telewizja (lata trzydzieste i czterdzieste XX w.), komputer (1946).

Podwaliny współczesnych sposobów szybkiego komunikowania za pomocą mediów zdaniem Johna Thompsona¹⁴ leżą w realizacji trzech pomysłów. Pierwszym jest położenie systemu kablowego biegnącego między kontynentami pod wodą, a nie – jak do połowy XIX w. – na lądzie. Pierwszy taki kabel (1850) miał zaledwie 36 kanałów telefonicznych, ale już dwadzieścia lat później ich liczba wzrosła 50-krotnie¹⁵. W 1900 r. było już 190 000 mil kabli podwodnych. Kolejny istotny element, wskazany przez Thompsona, to ustanowienie międzynarodowej sieci agencji informacyjnych, które podzieliły świat na wyłączne obszary swoich działań. Ich rozwój miał niebagatelne znaczenie. Agencje zbierały i rozprowadzały informacje na duże obszary, a współpracując z prasą, dostarczały informacji szerokiemu gronu odbiorców. W ten sposób utworzono pierwszą sieć komunikacyjną, wzbogacaną przez kolejne nośniki: radio, telewizję, a obecnie Internet. Trzecim etapem, bez którego nie zaistniałaby dzisiejsza komunikacja globalna, było odkrycie nowego sposobu przesyłania informacji za pomocą fal elektromagnetycznych. Wiązało się ono z regulacją prawną przydziału zakresów częstotliwości nadawania, powierzoną odpowiednim instytucjom.

Jednakże rozwój komunikacji globalnej wiąże się bezpośrednio z przełomem XX i XXI w. Wymienione wcześniej odkrycia i wynalazki w dziedzinie komunikacji przynależą bowiem do epoki mediów masowych. W 1980 r. Alvin Toffler, charakteryzując środowisko, w jakim znalazł się człowiek pod koniec XX w. podkreślał, że stopniowo środki komunikacji masowej przegrywają z „odmasowionymi środkami przekazu”. Wskazywał na różnicowanie się prasy, radia i telewizji posiadającej już odmiany kablową i satelitarą, powstawanie nowych form, takich jak video, gier telewizyjnych i innych usług informacyjnych¹⁶. Rodzący się na nie popyt nie miał charakteru masowego. Powstawały liczne grupy konsumentów wymagających specjalistycznych usług związanych z wykorzystaniem informacji do odmiennych celów:

¹³ M. Hendrykowska, *Technika – ruch - informacja. Wiek XIX: komunikacja społeczna na progu audiowizualności*, w: *Nowe media w komunikacji społecznej XX wieku*, red. M. Hopfinger, Warszawa: Oficyna Naukowa 2002, s. 29.

¹⁴ *The media and modernity. A social theory of the media*, Polity Press 1995, s. 149-178.

¹⁵ M. Laver, *Komputery, łączność, społeczeństwo*, Warszawa: PWN 1978, s. 63.

¹⁶ *Trzecia fala*, Warszawa: PIW 1997, s. 250.

handlowych, politycznych, rozrywkowych. Ich dostarczanie odbywało się za pomocą nowych środków w różnym czasie.

Globalny wymiar komunikacji urzeczywistniała w latach osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych rozwijająca się telewizja satelitarna i kablowa, dostarczająca coraz większej liczby kanałów, w tym tematycznych. Obecna na każdym kontynencie zarówno w wielkich metropoliach wysoko rozwiniętych społeczeństwach informacyjnych (USA, Japonia, Niemcy), afrykańskich wioskach, jak i polskich wsiach staje się narzędziem łączności z całym światem.

Komunikowanie w skali globalnej stało się możliwe pod koniec XX w. dzięki zastosowaniu następujących technologii:

1. użycia satelity do celów długodystansowej komunikacji,
2. wynalezienia światłowodów,
3. wynalezienia technik cyfrowych i zastosowania ich w procesach gromadzenia, transformacji i przesyłania informacji.

Pierwszego sztucznego satelitę wystrzelił w kosmos w 1957 r. ówczesny Związek Radziecki (USA uczyniło to rok później), lecz o możliwościach połączenia świata globalnym systemem komunikacji za pomocą satelity pisał w 1945 r. Arthur Clark¹⁷ w magazynie „Wireless World”¹⁸. Początkowo jego koncepcja nie wzbudziła większego zainteresowania w kręgach związanych z przemysłem telekomunikacyjnym. Pierwsza poważna analiza biznesowa, rozważająca zastosowanie technologii satelitarnej w komunikacji przeprowadzona została dopiero po dziesięciu latach przez Johna Pierce’a, eksperta AT&T Bell Telephone Laboratories. Pierce oszacował, że pojemność komunikacyjna satelity może być ponad 27 razy większa niż przepustowość transatlantyckiego kabla telefonicznego i zastanawiał się, czy technologia ta nie będzie w przyszłości warta miliardów dolarów.

Jednakże dopiero powodzenie misji radzieckiego Sputnika I przekonało sceptyków, że satelitarna komunikacja nie jest fantazją, a może stać się źródłem ogromnych dochodów i prestiżu. Amerykańska agencja NASA i Departament Obrony USA rozpoczęły równoległe prace nad skonstruowaniem satelitów pasywnych, odbijających sygnał nadawany z Ziemi, oraz satelitów aktywnych, przetwarzających i wzmacniających sygnał. W rezultacie pod-

¹⁷ Od jego nazwiska pochodzi nazwa orbity geostacjonarnej znajdującej się w odległości 35 803 km od Ziemi, na której obecnie umieszczone są w większości satelity komunikacyjne.

¹⁸ D. J. Whalen, *Communication Satellites: Making the Global Village Possible*, <http://www.hq.nasa.gov/office/pao/History/satcomhistory.html> z 18 IV 2002 r.

jętych działań i przy zaangażowaniu firm prywatnych (wspomniana AT&T) do roku 1964 w przestrzeni kosmicznej na orbitach o różnych parametrach operowało sześć amerykańskich satelitów. Wykorzystano je m.in. do przeprowadzenia transmisji telewizyjnej z Igrzysk Olimpijskich w Tokio (1964). W 1962 r. powstała pierwsza spółka amerykańska zajmująca się komunikacją satelitarną – COMSAT, której właścicielami byli prywatni przedsiębiorcy i amerykańskie placówki rządowe. Dwa lata później ukonstytuowała się międzynarodowa organizacja ds. telekomunikacji satelitarnej INTELSAT. Wynikiem działalności tych podmiotów było wyniesienie w 1965 r. na orbitę pierwszego komercyjnego satelity EARLY BIRD. Do roku 1969 objęto zasięgiem tego typu satelitów całą powierzchnię Ziemi, co nadało komunikacji wymiar globalny w sensie geograficznym. Kolejny etap to wykorzystanie satelity ANIK przez TELESAT CANADA w 1972 r. do transmisji sygnału telewizyjnego na rozległe terytorium Kanady. Pierwszy amerykański satelita WESTAR 1, obsługujący komunikację krajową, został wystrzelony w 1974 r. W tym okresie satelity transmitowały przede wszystkim głos i dane, ale szybko głównym ich użytkownikiem stała się telewizja. W drugiej połowie lat siedemdziesiątych anteny satelitarne coraz częściej pojawiały się w gospodarstwach domowych, a dzięki nowym, tanim metodom przesyłania obrazu rozwinęła się telewizja kablowa.

Pod koniec lat osiemdziesiątych położono pierwszy transatlantycki kabel światłowodowy TAT-8, który stał się groźnym konkurentem dla łącz satelitarnych, szczególnie w zakresie komunikacji „z punktu do punktu”. Satelity wciąż jednak utrzymują dominującą pozycję w zakresie komunikacji „z jednego do wielu punktów” i są podstawowym narzędziem do rozpowszechniania programów telewizyjnych. Innym obszarem ich wykorzystania jest telefonia. Pomysł wykorzystania sieci satelitarnej do przekazu sygnału telefonicznego miało zrealizować do tego celu utworzone konsorcjum Iridium¹⁹. System nie pozyskał jednak zakładanej liczby użytkowników. W tym przypadku szybsza, skuteczniejsza i przede wszystkim tańsza okazała się telefonia komórkowa. Firma zbankrutowała po ponadrocznej działalności.

Wraz z rozwojem łączności satelitarnej powstawały kolejne organizacje międzynarodowe zajmujące się świadczeniem usług telekomunikacyjnych, takich jak łączność telefoniczna, faksowa, radiowa i telewizyjna. W 1977 r.

¹⁹ E. B e n d y k, *Zadzwoń do mnie na Saharę*, „Polityka” 2000, nr 19.

rozpoczęła działalność Europejska Organizacja Łączności Satelitarnej²⁰ EUTELSAT, której system satelitów obejmuje obecnie całą Europę i retransmituje programy telewizyjne: anglo- i niemieckojęzyczne, włoskie, francuskie, szwedzkie, hiszpańskie. W 1984 r. rozpoczął działalność system satelitarny TELECOM, związany z powstałym wcześniej australijskim systemem AUS-SAT, rok później powstało Europejskie Towarzystwo Satelitarne (SES), które obecnie korzysta z sześciu satelitów do retransmisji programów na całą Europę – ten rodzaj retransmisji znany jest jako ASTRA²¹. Przestrzeń kosmiczna stała się więc jednym z ważniejszych ogniw w sieci komunikacji globalnej.

W komunikacji globalnej kluczową rolę w przesyłaniu danych odgrywa przejście z systemów analogowych na cyfrowe. Nicholas Negroponte opisuje „cyfrowe życie”, czyli rewolucję, dokonującą się stopniowo pod wpływem możliwości, jakie daje technologia cyfrowa. Za jej przyczyną fizyczna postać produktów (zbudowanych z atomów) może być przekształcona w niematerialny, wirtualny kształt i przesyłana poprzez Internet w postaci bitów²². Ubrania i żywność są dostarczane w formie zmaterializowanej i jest mało prawdopodobne, by kiedykolwiek przybrały formę cyfrową. Klasycznie drukowane książki zbudowane z cząstek atomowych mają również namacalną, fizyczną postać. Łatwe do przeglądania, poręczne mają jednak podstawową wadę, nim dotrą do odbiorców są transportowane z drukarni i magazynowane, przez co wzrasta ich cena. Nakład wartościowej (bądź popularnej) książki wyczerpuje się szybko. Nie dotyczy to książki w formie cyfrowej, przekształconej z postaci materialnej na bitową. *Bit*²³, będący parametrem do opisanego logiki i języka komputerowego, nie ma cech charakterystycznych dla świata złożonego z cząstek atomowych, a więc koloru, wagi, kształtu, rozmiaru. Jego podstawową i rewolucjonizującą przesyłanie informacji ce-

²⁰ European Telecommunications Satellite Organization (Eutelsat) ma siedzibę w Paryżu. Obecnie w jej skład wchodzi 47 krajów, Polska od 1990.

²¹ J. Ołędzki, *Komunikowanie w świecie. Narzędzia, teorie, unormowania*, Warszawa: Oficyna Wydawnicza ASPRA 1998, s. 40.

²² *Cyfrowe życie. Jak się odnaleźć w świecie komputerów*, Warszawa: Książka i Wiedza 1997, s. 13.

²³ Bit – skrót angielskiego wyrażenia *binary digit* oznaczający cyfrę systemu zero-jedynkowego.

chą jest możliwość poruszania się z prędkością światła²⁴. Jako najmniejsza cząstka składowa informacji przybierać może jedynie dwie wartości, np. tak – nie; czarny – biały; prawda – fałsz. Stany te oznacza się za pomocą cyfr 1 lub 0. Jeszcze do niedawna urządzenia telekomunikacyjne stosowały do przetwarzania sygnałów informacyjnych analogową, ciągłą postać danych²⁵. Dzięki technice cyfrowej kamera telewizyjna, przekształcająca do tej pory obraz i dźwięk w sygnał elektryczny za pomocą kodu analogowego, próbkuje sygnały w częstych interwałach, mierzy je, a wartości pomiarów zamienia i przesyła w formie danych cyfrowych.

Korzyści z wprowadzania technologii cyfrowej są wielorakie. Znacząco wpływa ona na dokładność przesyłania obrazu czy dźwięku. Koryguje błędy, co jest istotne przy przesyłaniu informacji przez kanał wywołujący szum (korekta zakłóceń takich jak trzaski w telefonie czy zakłócenia w obrazie telewizyjnym polega na wprowadzaniu dodatkowych bitów). Cyfrowy zapis obrazu i dźwięku w postaci bitów umożliwia również zwiększenie pojemności kanału poprzez znalezienie sposobu na zmniejszenie liczby bitów potrzebnych do zakodowania informacji. Jeden komunikat można przekazać w wielu kanałach, a transmisja odbywa się z jednoczesnym zapisem informacji²⁶. Negroponte prognozuje, że przejście wszystkich mediów na system cyfrowy przyniesie dwie zasadnicze konsekwencje. Możliwe stanie się mikrowanie i używanie bitów w różnych kombinacjach (taką mieszankę bitów dźwięku, obrazu nazwano już multimediami) oraz pojawi się nowy rodzaj bitów, tzw. nagłówków albo metadanych, niosących informacje o innych bitach. Bity o bitach, niewidoczne i niesłyszalne dostarczać mają komputerowi bądź odtwarzaczowi informacji o sygnale. Te dwa zjawiska wpłyną radykalnie na obraz mediów. Faktem stanie się powszechne przesyłanie do

²⁴ Nie należy go mylić z jednostką miary *byte*, używaną przez wiele współczesnych systemów elektronicznych. Jeden *byte* ma 8 bitów informacji, *kilobyte* 1000, *megabyte* to 1000 *kilobyte*. Jeden dysk kompaktowy może zawierać 600 *megabyte* informacji.

²⁵ Przekazywana w systemie analogowym informacja przybiera formę stale zmiennych sygnałów. Kod cyfrowy nie ma postaci kontinuum, lecz ma wyodrębnione skokowo wskaźniki w postaci cyfr 0-1. Przekształcanie sygnału na postać cyfrową wiąże się z pobieraniem jego próbek (tzw. próbkowanie), które w przypadku odpowiednio gęstego ich rozmieszczenia gwarantują niemal wierne jego odtworzenie. Próbkowanie dźwięku na płyty kompaktowe odbywa się z częstotliwością 44,1 tysiąca razy na sekundę, a sygnał dźwiękowy jest zapisany jako ciąg liczb i przekształcony na bity. Ciągi bitów odtwarzane ze wskazaną wyżej częstotliwością sprawiają, że odbiorca nie słyszy partii poszczególnych tonów, lecz ciągły dźwięk emitowanej muzyki.

²⁶ Goban - Klas, Sienkiewicz, *Spółeczeństwo informacyjne*, s. 24.

domów wideo na żądanie (*on-demand*) za pomocą kabla telewizyjnego, własny opis przekazu telewizyjnego umożliwiający nagrywanie według interesującej odbiorcę zawartości, a nie godziny nadawania i numeru kanału.

System cyfrowy w połączeniu ze spokrewnionymi technologiami daje zdolność magazynowania i przekazywania informacji oraz tworzy podstawy dla stykania się informacyjnych i komunikacyjnych technologii²⁷. Informacja może być łatwo przetworzona z jednego medium do drugiego. W tym kontekście pojawia się pojęcie *konwergencja*, określane jako rozmywanie granic między sektorami tradycyjnej telekomunikacji, telewizji i komputerów, stapienie się ich w jednorodną platformę. Poprzez konwergencję możliwa jest ścisła integracja podmiotów uczestniczących w procesie, który w dokumentach Unii Europejskiej określa się mianem „łańcucha tworzenia wartości”²⁸. Głównymi jego ogniwami, a zarazem podmiotami działania są operator sieci, dostawca usług (*service provider*) oraz „producent treści”. Opublikowana w grudniu 1997 r. przez UE *Zielona Księga na temat Konwergencji Sektorów Telekomunikacji, Mediów i Technologii Informacyjnej i Implikacji dla Regulacji – COM (97) 623 1997*²⁹ poświęcona została zagadnieniu konwergencji mediów przede wszystkim w kontekście problemów prawnych, jakie rodzą się wraz z globalizacją mediów. Celem Komisji Unii Europejskiej było także wskazanie na polityczne, społeczne, gospodarcze i technologiczne problemy związane ze stapieniem się platform sieciowych oraz odniesienie ich do poszczególnych praw, poszanowania prawa autorskiego. Księga obejmuje w szczególności zagadnienia prawa konkurencji, kartelowego, konsumenckiego, prasowego i łączności.

²⁷ Zakodowana cyfrowo informacja wędruje przez kanały (np. światłowodami, kablami miedzianymi, falami radiowymi) tworzące sieci. Liczbę bitów przesyłanych w ciągu sekundy takim kanałem określa się mianem pasma lub przepustowości kanału. Przepustowość musi być dostosowana do liczby bitów niezbędnych do właściwego odtworzenia danych. Do poprawnego odtworzenia głosu wymagane są 64 tys. bitów na sekundę, wysoką jakość odtworzenia utworu muzycznego zapewnia 1 mln 200 tys. bitów na sekundę, dobry obraz wideo osiągalny jest za pomocą 45 mln bitów na sekundę. Zob. Negroponte, *Cyfrowe życie*, s. 17.

²⁸ J. Barta, R. Markiewicz, *Konwergencja czyli wiele w jednym*, „Rzeczpospolita” dodatek *Prawo* z 22 IV 1999 r.

²⁹ Ang. Green Paper on the Convergence of The Telecommunications, Media and Information Technology Sectors, and the Implications for Regulation.

W sektorach komunikacyjnych, wskazuje Serge Robillard³⁰, konwergencja zachodzi na trzech płaszczyznach: technologicznej (dzięki możliwościom cyfrowej transmisji wszystkich ofert elektronicznych), ekonomicznej (fuzje instytucji należących do sektora audiowizualnego i telekomunikacyjnego działających na rynkach narodowych i międzynarodowych) oraz na poziomie regulacji prawnych i instytucji nimi się zajmujących. Ostatni poziom realizuje się w Europie m.in. poprzez politykę Unii Europejskiej w dziedzinie komunikowania i budowania tzw. społeczeństwa informacyjnego. Problemy, jakie wynikają w związku z rozwojem komunikacji globalnej, w znacznej mierze wiążą się z ekspansywną polityką ponadnarodowych (w szczególności amerykańskich) korporacji medialno-rozrywkowych, które stymulują postęp w dziedzinie mediów i telekomunikacji, ale jednocześnie własnymi produktami zalewają rynek europejski. Jego słabsza pozycja wynika z odmiennego sposobu funkcjonowania mediów w Europie, który zakłada istnienie dualnego modelu mediów: publicznych i komercyjnych. Głównymi celami, jakie stawia Unia Europejska w tym obszarze, są: wypracowanie regulacji, które będą sprzyjały maksymalizacji potencjału tego sektora (ze szczególnym akcentem na tworzenie miejsc pracy w Europie) oraz zwiększenie konkurencyjności europejskiego rynku audiowizualnego. Szczególnym dokumentem określającym zasady polityki audiowizualnej jest *Europejska Konwencja o Telewizji Ponadgranicznej*, sporządzona w Strasburgu w maju 1989 r., znowelizowana przez Radę Europy we wrześniu 1998 r.³¹, określająca zasady funkcjonowania telewizji na obszarze UE. Poruszone w niej kwestie dotyczą przede wszystkim zasad wypracowania ponadnarodowej struktury dla przekazywania programów telewizyjnych, ale podejmują również problemy dotyczące zawartości tych programów (np. pornografii, przemocy, ochrony nieletnich), kwestię odpowiedzialności nadawcy i jego statusu prawnego. Ze wskazaną konwencją wiąże się Dyrektywa Unii Europejskiej z października 1989 r. nazywana Dyrektywą *O telewizji bez granic* (Dyrektywa UE nr 89/552/EEC), znowelizowana osiem lat później³². Dokumenty powstałe w tym samym czasie są do siebie zbliżone treścią ze względu na cel, jaki przyświecał ich twórcom: wypracowanie w Europie wspólnego obszaru

³⁰ Podaję za: K. Doktorowicz, *Konwergencja sektorów komunikacyjnych*, w: *Globalizacja mediów elektronicznych a rynki narodowe i lokalne*, red. S. Jędrzejewski, Warszawa: Wyd. Sejmowe 2000, s. 44.

³¹ Tekst dostępny na stronie internetowej KRRiT: <http://www.krrit.gov.pl/>

³² J. Ołędzki, *Komunikowanie w świecie. Narzędzia, teorie, unormowania*, Warszawa: OW ASPRA 1998, s. 151.

medialnego i objęcie jego funkcjonowania wspólną regulacją. Konwencja skupia się jednak na treści przekazów, a Dyrektywa wytycza uregulowania prawne i ekonomiczne.

Zarówno *Konwencja o Telewizji bez granic*, jak i *Zielona Księga na temat Konwergencji Sektorów Telekomunikacji, Mediów i Technologii Informacyjnej i Implikacji dla Regulacji – COM (97) 623 1997* są odpowiedzią europejskich podmiotów na dynamiczne zmiany zachodzące w obszarze własności i funkcjonowania mediów oraz ich powiązań z branżą teleinformatyczną. Stanowią zarazem próbę określenia zasad, na jakich powinny działać podmioty na rynku audiowizualnym. Istotnym elementem debat podejmowanych w tym kontekście jest również rola i sposób istnienia mediów publicznych, stanowiących jedną z najważniejszych instytucji w społeczeństwach demokratycznych Europy. Jak wskazuje Maciej Mrozowski, media publiczne zostały bowiem na równi z komercyjnymi wciągnięte w zasady gry rynkowej. Po części państwa starały się kontrolować rozdawanie licencji nadawczych przez wyznaczone do tego organy, dbając, by liczba kanałów nadawców prywatnych nie przewyższała liczby kanałów publicznych. Jednak możliwości przekazu ponadgranicznego i rozwój sieci kablowych załamały zakładaną równowagę modelu dualnego³³. Rozwój komunikacji globalnej wymusza więc niejako zmianę postaw i strategii poszczególnych nadawców. Prywatni, by w ogóle funkcjonować na rynku, łączą się i wzmacniają tym samym sieci komercyjne, publiczni, stanowiąc dla nich przeciwwagę, również muszą być obecni na wszystkich platformach (tv naziemna, satelitarna, cyfrowa, Internet).

2. MODELE KOMUNIKACJI GLOBALNEJ

Wielofunkcyjność mediów telematycznych diametralnie zmienia sytuację komunikacyjną odbiorcy. Dzięki nim ma on rozbudowaną ofertę programową, dostarczaną przez sieci satelitarne, kablowe i internetowe. Tradycyjne już urządzenie pilot telewizora, nieoceniony przy wyborze programów, stał się pierwszym szczeblem wolności wyboru dla odbiorcy. Urządzenie znacząco wpłynęło na sposób oglądania telewizji i wzbudziło panikę w przemyśle reklamowym. Pojawiły się takie formy, jak *zapping* – porzucanie oglądanej stacji w celu omijania reklam, by po ich emisji wrócić za pomocą pilota do oglądanego programu. *Ziping* związany jest także z wykorzystaniem

³³ *Media publiczne: dziedzictwo przeszłości*, „Studia Medioznawcze” 2000, nr 1, s. 43.

magnetowidu. Polega na przesuwaniu lub zwalnianiu taśmy w trakcie odtwarzania programu w celu uniknięcia danego fragmentu, np. reklamy (oznacza również funkcję magnetowidu dokonującą selekcji w sposób automatyczny). Znane są również *flipping* lub *switching*, będące przeskakiwaniem i wędrówką widza po kanałach w poszukiwaniu czegoś interesującego. Te ostatnie działania określane są jako twórcze podejście widza zarówno do oferty, jak i samej instytucji telewizji – ona konstytuuje mu możliwości oraz niejako więzi go w proponowanej ofercie. Innym działaniem jest tzw. *grazing* – wędrówka po kanałach umożliwiająca oglądanie kilku kanałów jednocześnie emitowanych przez różne stacje. Rola odbiorcy ogranicza się do wyłapania punktu kulminacyjnego akcji, dzięki czemu orientuje się on, co dzieje się w każdej narracji. Wszystkie te sposoby wykorzystywania pilota są odmianami tzw. *channel switching*, a więc działania w zakresie zmiany oglądanego kanału³⁴.

Dzięki komunikacji globalnej odbiorca staje się stopniowo użytkownikiem aktywnym, poszukującym konkretnych treści i przekazów, np. gier komputerowych, plików muzycznych. Odbiór mediów w postaci utrwalania ich treści na taśmach, płytach, magazynowanie dźwięku i obrazu na nośnikach elektromagnetycznych przyczynia się do indywidualizacji wyboru wedle preferencji. Interakcyjność współczesnych mediów umożliwia dwukierunkowy przepływ informacji. Odbiorca ma instrumenty, by stać się równocześnie nadawcą. Zwolennicy nowych mediów podkreślają, że odzyskuje on władzę nad procesem komunikowania, ma swobodę jego inicjowania i jest w stanie go kontrolować. Takie możliwości daje przede wszystkim sieć internetowa, w której jak podkreśla N. Negroponte, każdy może stać się „nie licencjonowaną stacją telewizyjną”³⁵, stosując amatorskie kamery video. Sceptycy wskazują na złudność tego przekonania: według nich odbiorca nadal pozostaje „uwięziony” w polu wyznaczanych przez nadawcę możliwości manewru. Zasadniczą jednak cechą komunikacji globalnej jest fakt, że odbiorca ma możliwość wyboru, kreowania i sterowania sytuacją komunikacyjną. W celu uchwycenia odmienności sytuacji, w jakiej znajduje się obecnie odbiorca przekazów medialnych, należy przyjrzeć się klasycznym modelom komunikacji i skonfrontować je z nowymi wzorcami.

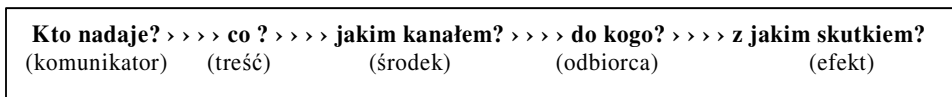
³⁴ K. Banaszkiewicz, *Nikt nie rodzi się telewizzem. Człowiek – kultura – audiowizualność*, Kraków: Nomos 2000, s. 32.

³⁵ Negroponte, *Cyfrowe życie*, s. 145.

Do niezbędnych elementów w procesie komunikowania należą: nadawca, komunikat, język lub kod, narzędzie transmisji oraz odbiorca posiadający umiejętność odkodowania wiadomości. Nadawca i odbiorca muszą pozostawać we wspólnocie semiotycznej, a więc porozumiewać się za pomocą symboli, których znaczenie i treść są przez nich rozpoznawane³⁶.

W klasycznym modelu komunikowania opracowanym przez Harolda Lasswella³⁷, wyróżnia się pięć elementów przybierających formę pytań nakreślających obszary, w jakich prowadzi się nadal badania nad komunikowaniem masowym.

Rysunek 1. Model komunikowania Harolda Lasswella



Nadawcą jest zazwyczaj dziennikarz lub zespół dziennikarzy. Przygotowana przez nich treść, czyli zawartość komunikatu, może przybierać formę ustną, pisemną lub obrazową i być przesyłana za pomocą różnych środków: prasy, radia, telewizji. Kanał przez swoje niedoskonałości techniczne może wpływać na czytelność przekazywanych komunikatów. Odbiorcą jest publiczność lub audytorium, które wyraża zainteresowanie danym komunikatem, poświęca mu uwagę. Mogą to być słuchacze, widzowie, czytelnicy. Obydwu pojęć *audytorium* i *publiczność* używa się zamiennie, lecz w zależności od nawiązywania do konkretnych teorii przypisuje się im odmienne znaczenia³⁸. Efektem komunikowania są skutki, jakie wywołał ten akt, a więc np. ilość czasu i intensywność uwagi, jaką poświęcił komunikatowi odbiorca, zrozumienie i zapamiętanie treści, akceptacja lub odrzucenie sądów wygłoszonych przez nadawcę. W znacznej mierze zainteresowania Lasswella koncentrują się wokół wkraczającej do świata mediów reklamy dotyczą skuteczno-

³⁶ D. McQuail, *Communication*, London–New York 1975: Longman, s. 14.

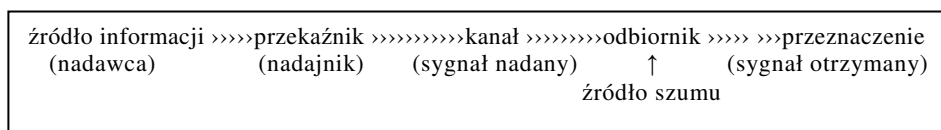
³⁷ Podaję za: Fiske, *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem...*, s. 48.

³⁸ W teorii krytycznej audytorium traktuje się jako konsumentów (zarówno danego przekazu, jak i reklamowanych produktów), publiczności przypisuje się świadomość swoich praw i obowiązków obywatelskich, chęć nie tylko obserwacji, ale i czynnego uczestniczenia w życiu społecznym i politycznym. W teorii socjologicznej audytorium stanowią odbiorcy konkretnego przekazu, np. jednego odcinka danego serialu telewizyjnego zaś publiczność to odbiorcy pewnej liczby przekazów określonego typu, np. repertuaru kinowego w danym kwartale. Podaję za: Mrozowski, *Media masowe*, s. 70-71.

ści dotarcia do adresata danego komunikatu. Akcent w badaniach pada więc na przekaz i efekt, jaki wywołuje komunikat u odbiorcy.

Nieco zmodyfikowanym modelem komunikacji posługiwali się Claude Shannon i Warren Weaver³⁹. Ich model zakłada, że każde źródło informacji wymaga nadajnika służącego do zakodowania wiadomości w sposób adekwatny do rodzaju kanału przesyłowego. Głównym elementem jest tu inicjator, nadawca, który chce coś przekazać. Wybiera jedną z wielu informacji, następnie jej treść zostaje przekształcona za pomocą przekaźnika w sygnał, który przechodzi przez odpowiedni kanał (fizyczny środek komunikacji, przez który przekazywany jest sygnał, np. fale dźwiękowe, radiowe, kable telefoniczne) i dociera do odbiorcy. Wcześniej jednak odbiornik musi z powrotem przekształcić (odkodować) wiadomość, by stała się czytelna dla odbiorcy. Przykładem może być tu rozmowa telefoniczna, w której źródłem informacji jest osoba mówiąca. Telefon jest nadajnikiem, który przekształca informację w sygnał (impulsy elektryczne) przenoszony przez kanał do odbiornika (drugi aparat telefoniczny). Odbiornik przekształca ponownie sygnał i dostarcza informacji odbiorcy w zrozumiały dla niego sposób. Kod jest tu zestawem zasad, jakie regulują przekształceniem informacji z jednej formy w drugą. W procesie komunikowania zachodzą również zjawiska zakłócające, utrudniające przekaz informacji, które nazwane są przez badaczy „szumami”. Ich wystąpienie w kanale przekaźnikowym może negatywnie wpływać na odbiór sygnałów. W modelu tym akcent pada więc na aspekt techniczny, od którego w znacznym stopniu zależy powodzenie w procesie komunikowania, czyli odczytanie przez odbiorcę treści komunikatu.

Rysunek 2. Model komunikowania Claude Shannona i Warrena Weavera



Model Shannona i Weavera nie uwzględnia społecznej sytuacji nadawcy i odbiorcy, koncentruje się jedynie na elementach istotnych dla komunikacji jako procesu jednokierunkowego, linearnego, w którym nadawca wywiera wpływ na odbiorcę.

³⁹ *Matematyczna teoria komunikacji*, Lublin: Biblioteka Główna Akademii Rolniczej 1978, s. 172.

Obydwa modele można zaliczyć do tzw. transmisji, w której dominują elementy monologu prowadzonego przez nadawcę i nie istnieją możliwości podjęcia przez odbiorcę dialogu. Stając się źródłem inspiracji dla wielu badaczy, schematy te są nadal kanonem w teorii komunikacji. Na drugim jednak biegunie umiejscowić można modele ineraktywne, dające odbiorcy przynajmniej teoretycznie sposobność wymiany myśli, poglądów, negocjacji z nadawcą⁴⁰. Ten ostatni niejako wycofuje się pod naporem twórczych i aktywnych, inicjujących komunikację działań odbiorcy, stawiającego warunki w procesie komunikowania.

W znacznej mierze nowe wzory przepływu informacji związane są z rozwojem nowych technologii i narzędzi komunikacji. Media interaktywne, umożliwiające kontakt między osobami za pomocą odpowiedniego nośnika, kreują zupełnie nowe sytuacje komunikacyjne, takie jak: uczestnictwo w telekonferencjach, zadawanie politykom pytań na czatach czy głosowanie za pomocą SMS na preferowany w danym dniu film. Tym samym badacze szkicują nowe modele procesu komunikowania. Cztery wzory przepływu informacji w dobie komunikacji globalnej i obecności narzędzia, jakim jest Internet, pojawiają się w analizach holenderskich badaczy Jana L. Bordewijka i Bena van Kaama⁴¹ zajmujących się telekomunikacją. Wskazując dwa podmioty komunikacji: centrum – nadawcę oraz pojedynczego użytkownika informacji – odbiorcę szkicują schematy przepływu informacji w zależności od roli, jaką pełni nadawca i odbiorca, przy czym istotne jest również, kto jest autorem informacji i czy ma prawa do jej dystrybucji. Wyróżniają więc alokację⁴², konwersację, konsultację i rejestrację (przedstawione na rysunkach zamieszczonych poniżej). Symbol C oznacza centrum nadawcze, natomiast i_1 , i_2 , i_3 , i_4 indywidualnych odbiorców. Lewa część rysunku przedstawia ogólny schemat sytuacji komunikacyjnej, prawa – sytuację przesyłania informacji w sieci Internet. Jeśli informacja należy do centrum i jest przez

⁴⁰ T. M i c z k a, *O zmianie zachowań komunikacyjnych. Konsumenci w nowych sytuacjach audiowizualnych*, Katowice: Księgarnia św. Jacka 2002, s. 10.

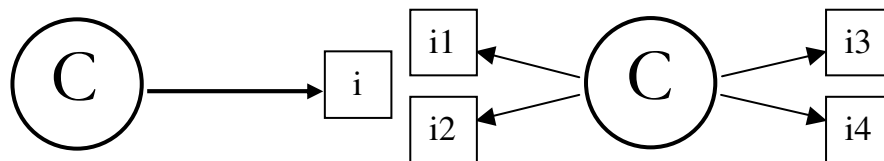
⁴¹ *Towards a new Classification of Tele – Information Services*, „Intermedia” 1986, nr 14, s. 16-21. Podaję za: J. F. J e n s e n, *Mapping the Web: A media typology for information traffic patterns on the Internet Highway*, <http://ad.informatik.uni-freiburg.de/bibliothek/proceedings/webnet96/Html/224.htm> z 16 X 2002.

⁴² Alokacja przez niektórych badaczy nazywana jest transmisją. Por. J e n s e n, *Mapping the Web*.

nie kontrolowana, wzorami są alokucja i rejestracja, jeśli przez indywidualnego odbiorcę (konsumenta), wzorami są konsultacja i konwersacja.

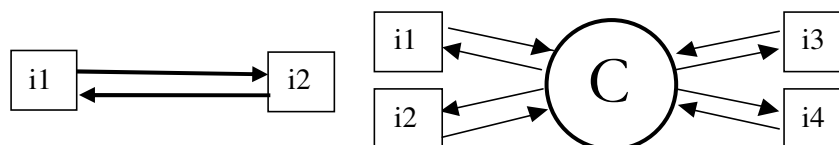
W alokucji główną rolę odgrywa centrum – nadawca. Określa czas i miejsce komunikacji, tak więc odbiorca jest uzależniony także od jego decyzji odnośnie do zawartości przekazu. Alokucja jest komunikacją przebiegającą jednokierunkowo, w której duża ilość informacji jest w jednym czasie dostarczana wielu odbiorcom. Przykładem alokucji są sytuacje komunikacyjne kreowane przez tradycyjne media masowe: telewizję i radio, np. transmitowane koncerty. Jeśli pomija się aspekt synchroniczności przekazu, włączyć można również film, książki i gazety. Nową formą alokucji jest tzw. *narrowcasting*, czyli komunikowanie skierowane do ściśle wydzielonej, wąskiej grupy. Ten właśnie element decyduje o różnicy między komunikowaniem masowym, skierowanym do anonimowej i bezosobowej publiczności, a nowym wzorem komunikowania skierowanego do określonego odbiorcy.

Rysunek 3. Alokucja



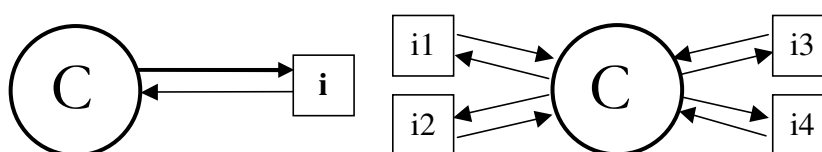
Konwersacja jest wzorcem, w którym indywidualne podmioty komunikacji oddziałują na siebie bez udziału centrum nadawczego, same decydują o miejscu, czasie i zawartości dostarczanej informacji. Są jej twórcami, właścicielami i samodzielnie kontrolują jej przepływ. Centrala istnieje, ale jedynie jako pośrednik w sensie technicznym, nie interweniuje i nie ma prawa ingerować w treść czy czas dystrybucji informacji. Przykładem jest tu m.in. sytuacja rozmowy telefonicznej, wymiany listów także drogą poczty elektronicznej (serwer – pośrednik jest wymagany, ale nie odgrywa bezpośredniej, aktywnej roli w konwersacji). Cechą charakterystyczną w tym schemacie są równe szanse wymiany komunikatów także w przypadku kilku indywidualnych odbiorców informacji, np. w czasie telekonferencji. W tym modelu zaciera się wyraźna granica między nadawcą i odbiorcą – obydwaj mają możliwości zamiany ról. Pomijając wymóg jedności czasu konwersacji przykładem może być użycie faksu.

Rysunek 4. Konwersacja



W dotychczasowych badaniach nad procesami komunikacji dominują wskazane wyżej modele: alokacja charakterystyczna dla komunikacji masowej, konwersacja dla interpersonalnej. Media interaktywne dają pole manewru indywidualnemu odbiorcy, co widoczne jest w dwóch pozostałych wzorach: konsultacji i rejestracji. W pierwszym centralny nadawca jest producentem i właścicielem informacji, ale indywidualny odbiorca ma narzędzia do selektywnego wybierania informacji oferowanych przez centrum. Wymagana jest tu aktywność i zaangażowanie indywidualnego odbiorcy, z jego inicjatywy i w czasie dla niego dogodnym powstaje sytuacja komunikacyjna. Ma on wolność i elastyczność w wyborze informacji oraz samodzielność w ich selekcjonowaniu. Przykładami konsultacji są samodzielnie przeszukiwane bazy danych, katalogi biblioteczne, archiwa, serwisy *on-line*. Do konsultacji zaliczyć można porady ekspertów czy dyskusje prowadzone w wyznaczonych do tego przestrzeniach Internetowych. Poszukujący informacji wyznacza czas, miejsce i temat, przy czym dostępność do tych źródeł jest gwarantowana w każdym czasie. Katalogi biblioteczne można przeszukiwać o dowolnej porze i elektronicznie składać zamówienia.

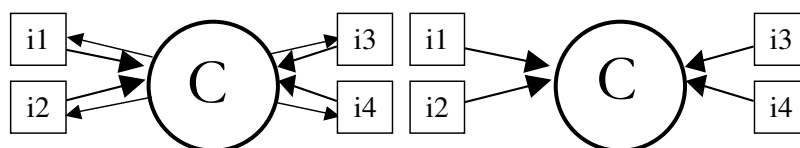
Rysunek 5. Konsultacja



Rejestracja jest odwróceniem sytuacji poprzedniej. Indywidualny odbiorca jest posiadaczem informacji, natomiast stroną inicjującą, poszukującą danych jest centrala. Może ona pozyskiwać, zbierać, wykorzystywać informacje indywidualnego odbiorcy bez jego wiedzy. Nie może ich jednak modyfikować. Żądane informacje najczęściej dotyczą danych osobowych, numerów identyfikacyjnych gromadzonych w celu tworzenia baz danych.

W ten sposób odbywa się np. rejestracja rozmów telefonicznych czy pomiar audytoriów telewizyjnych. Przykładami są głoszący również telefonicznie lub listownie telewidzowie lub konsumenci korzystający z telezakupów, podający swoje dane centrali. Model ten łączy się ściśle z nadzorem, kontrolą społeczną lub ochroną danych personalnych.

Rysunek 6. Rejestracja



Wspólną cechą wskazanych przez Bordewijka i van Kaama wzorów przepływu informacji jest ich komplementarność. W tej samej infrastrukturze telekomunikacyjnej mogą się one przenikać. Nowe media dają więc możliwość kontroli informacji i tematów zarówno centrali, jak i odbiorcom. Znacznie zwiększa się rola zwykłego i dotychczas biernego odbiorcy, chociaż jest ona równoważona przez możliwość sprawowania kontroli nad odbiorcą przez centralę. Zmianie podlega przede wszystkim sytuacja nadawcy, bowiem traci on wyłączne prawo inicjowania kontaktu, kontrolę nad sytuacją komunikacyjną zyskuje również odbiorca.

W dobie komunikacji globalnej media interaktywne dają odbiorcom także narzędzia służące wykreowaniu sytuacji, w której partnerem komunikacji jest zaprogramowana maszyna, należący do świata wirtualnego bohater gry komputerowej, pozostawiający bieg interaktywnego procesu komunikowania w rękach odbiorcy. Istotne wówczas wydaje się klasyczne pytanie zadane przez Laswella „kto mówi?”⁴³. Sitarski wyróżnia dwa obszary, w których pojawia się „instancja nadawcza” – wewnętrzny wobec tekstu nadawca, czyli np. bohater pojawiający się w powieści, lub zewnętrzny wobec tekstu, np. autor powieści. W tradycyjnych mediach za tekst literacki odpowiada nadawca, który w większości utożsamiany jest z autorem. Autorów tekstu telewizyjnego jest wielu i należy ich odróżnić od nadawcy, który zleca grupie ludzi nie tylko opracowanie danej informacji w sensie technicznym, ale decyduje o sposobie jej przedstawienia. Świadomość, że obraz przyswajany

⁴³ P. Sitarski, *Rozmowa z cyfrowym cieniem. Model komunikacyjny rzeczywistości wirtualnej*, Kraków: Rabid 2002, s. 75-77.

przez odbiorcę powstaje na polecenie konkretnego człowieka, mającego wyobrażenie o przedstawianej rzeczywistości, należy raczej do rzadkości. Wypowiedź telewizyjną można więc nazwać produkcją przemysłową, w której autor nie jest ważny, a odbiorca nie orientuje się, *kto mówi*. Może jednak domyślać się preferencji nadawcy, kryjących się pod charakterystycznym stylem prowadzenia dyskusji, nagromadzenia tendencyjnych komentarzy czy nadreprezentacją opinii sprzyjających danej opcji politycznej.

W przypadku środowiska wirtualnego w postaci gry komputerowej podmiot inicjujący komunikację (rozpoczynający grę) spotyka przedmioty, postaci, krajobraz wymyślone przez programistę. Nie spotyka jego osoby (a jeśli, to rzadko), ale może wpływać na kształt i zachowanie bohaterów wykreowanych przez autora, będących partnerami komunikacji. Rozmawia z nimi, walczy, pod wpływem ich decyzji i zachowań zmienia swoje położenie, prowokuje do różnych działań. Sitarski zwraca uwagę, że napotykanne przedmioty w świecie wirtualnym można sklasyfikować pod względem ich aktywności, „inteligencji” w znaczeniu naśladowania zachowań realnych ludzi oraz ich nieprzewidywalnych działań, wynikających z wcześniejszego zaprogramowania. Przedmioty czy postaci mogą domagać się kontaktu, wymuszać sytuację komunikacji, zaczepiać użytkownika⁴⁴, wpływać na jego reakcje, ale użytkownik nie pozostaje bierny, odpowiada i ma do tego zestaw przygotowanych przez nadawcę – programistę narzędzi.

Sytuacja, w której fikcyjny bohater, „żyjący” jedynie w świecie cybernetycznym, jest partnerem człowieka wywołuje zastrzeżenia, czy można tego rodzaju kontakty klasyfikować jako poziom komunikacji społecznej. Mimo faktu zaprogramowania maszyny przez konkretną osobę użytkownik obcuje z fikcyjną postacią, a kształt wysyłanych komunikatów nosi cechy poziomu komunikacji intrapersonalnej, w którym podmiot przeżywa, doświadcza uczuć, emocji wewnątrz siebie. Wygenerowana przez programistę postać jest w tym wypadku jedynie odpowiednikiem partnera komunikacji interpersonalnej.

Powyższy przykład obrazuje, jak zmieniają się role nadawcy i odbiorcy, jak złożone stają się procesy i modele komunikowania w świecie „nowych mediów”. Związane przede wszystkim z kategorią interaktywności nowe sytuacje komunikacyjne zaistniałe w przestrzeniach gier komputerowych, mogą zdaniem T. Miczki prowadzić do „nadwartościowania zachowań auto-

⁴⁴ Tamże s. 87.

komunikacyjnych”⁴⁵, w których posiadający władzę wyborcu odbiorca wybiera świat fikcyjny i w nim funkcjonuje sprawniej niż w realnym. Wydaje się, iż działa w sposób wolny, kontroluje sytuację komunikacyjną, faktycznie jednak jego czynności zamykają się w ramach wyznaczonych przez autora schematów.

3. ZASIĘG KOMUNIKACJI GLOBALNEJ

Z dotychczasowych rozważań wynika, że komunikacja globalna jako system informacji i technologii komunikacyjnych funkcjonujących za pomocą audiowizualnych środków przekazu oplata sieciami większość ziemskiego globu. Najpowszechniejszym jej narzędziem jest telewizja satelitarna. Przekaz przesyłany nadal z jednego centrum nadawczego otrzymują zarówno zamieszkujący wielkie aglomeracje miejskie, jak i społeczności małomiasteczkowe czy wiejskie. Co więcej, kolorowa telewizja pojawia się jako podstawowe wyposażenie gospodarstw domowych w strefach ubóstwa Trzeciego Świata, gdzie podstawowe potrzeby, takie jak ubranie, pożywienie nie są zaspokajane w stopniu wystarczającym. Zjawisko obecne jest również na kontynencie azjatyckim czy w rozwijających się krajach Europy Środkowo-Wschodniej. Obrazy pochodzące z bogatego świata zachodniego dostarczane są najbiedniejszym niczym pożywienie. Jak podkreśla Stanisław Tokarski, nawet w indyjskich slumsach Bombaju, gdzie panuje nędza i głód, nie ma miejsca i jedzenia, na ekranach telewizorów pojawiają się budzące zainteresowanie pokazy mody światowych mistrzów, a satelitarne anteny mocowane są niemal w rynsztokach⁴⁶. Telewizja wkracza w życie niepiśmiennych ludzi podobnie jak dawniej radio w życie grup plemiennych, o którym pisał Marshall McLuhan w eseju *Radio bęben plemienny*. Mówiąc o rozwoju mediów elektronicznych, świadomie pomija się niemal cały kontynent afrykański, na którym komunikacja globalna i jej narzędzia znane są niemal wyłącznie przez posługujących się nimi dziennikarzy, korespondentów globalnych stacji telewizyjnych.

⁴⁵ *O zmianie zachowań komunikacyjnych*, s. 79.

⁴⁶ *Westernizacja, esternizacja, globalizacja – trudności reorientacji w nowej czasoprzestrzeni kulturowej*, w: *Kultury pozaeuropejskie i globalizacja*, red. J. Zdanowski, Warszawa: Elipsa 2000, s. 36.

Sieć komunikacji globalnej to jednak nie tylko telewizja. O ile powszechność korzystania z tego medium na wszystkich kontynentach faktycznie nadaje mu wymiar globalny, o tyle Internet, którego zasadniczą funkcją jest możliwość szybkiego porozumiewania się ponad granicami państw, nie jest i długo nie będzie medium powszechnym. W krajach biednych do głównych barier w rozpowszechnianiu Internetu należą: brak odpowiedniej infrastruktury telekomunikacyjnej, środków oraz przygotowania do korzystania z narzędzi elektronicznego komunikowania. Internet pozostaje narzędziem swobodnie wykorzystywanym przez nieliczne w tych państwach elity, a niemal niedostępnym dla przeciętnych mieszkańców.

Korzystanie z narzędzi komunikacji globalnej staje się powszechne jedynie w rejonach państw bogatych, takich jak USA, Japonia, czy krajach Europy Zachodniej. Ich rządy konsekwentnie wspierają rozwój i upowszechnienie nowych mediów poprzez realizowanie polityki budowania tzw. społeczeństwa informacyjnego, traktującego informację i wiedzę jako podstawowe elementy rozwoju gospodarczego. W praktyce społeczeństwo informacyjne definiuje się, wskazując na dwie podstawowe cechy:

- informacja jest najważniejszym i najbardziej pożądanym na rynku dobrem ekonomicznym, które jak każdy towar można kupić, sprzedać lub przetworzyć dla osiągnięcia korzyści;
- większość siły roboczej stanowią pracownicy zatrudnieni w szeroko pojmowanym sektorze informacyjnym, jeśli ponad 50% dochodu narodowego brutto danego państwa pochodzi z tego sektora, mówi się wówczas o gospodarce informacyjnej.

Istotnymi elementami są również rozbudowana technika informacyjna, charakteryzująca się wielością przekazów i kanałów, które dzięki nowym technologiom można łączyć w różne konfiguracje, oraz rozwój wiedzy i badań naukowych, będących jednocześnie przyczyną i skutkiem dynamicznego rozwoju technologii informacyjnych⁴⁷.

Komunikacja globalna jest więc dostępna przede wszystkim w krajach bogatych, gdzie codzienne życie, praca, podróże, sposób spędzania wolnego czasu i korzystania z dóbr kultury są ściśle związane z wykorzystaniem jej narzędzi. Z jednej strony ułatwiają one szereg powszechnie wykonywanych

⁴⁷ A. Pałowska, *Gospodarka oparta na informacji – uwagi o teorii i praktyce*, w: *Problemy społeczeństwa informacyjnego. Elementy analizy, ewaluacji i prognozy*, red. L. Zacher, Warszawa: Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego 1997, s. 170.

czynności, dają poczucie swobody komunikowania w dowolnym czasie i na dowolną odległość. Z drugiej strony, otaczające zewsząd człowieka narzędzia komunikacji globalnej stawiają go w sytuacji ciągłej konfrontacji jego realnego życia z przekazami medialnymi.

GLOBAL COMMUNICATION – THE CONCEPT, SOURCES AND FUNCTIONING

Summary

The article undertakes the issue of the way of communication through audiovisual media that is typical of the 21st century; its characteristics include digitalization, interactivity and a global range of effect. They make it possible for a super-continental network of information exchange to function. In global communication new models of communicating appear: allocution, conversation, consultation and registration, significantly influencing the situation of the sender and the recipient. Global communication that for many countries is the driving force of economic development, still is present only in affluent societies; poor or developing countries have a limited access to it, because of high cost of its implementation.

Słowa kluczowe: Komunikacja globalna, nowe media, modele komunikowania (alokucja, konwersacja, konsultacja, rejestracja), społeczeństwo informacyjne.

Key words: global communication, new media, models of communication (allocution, conversation, consultation, registration), information society.