

SPOTKANIE 1

O KOMUNIKOWANIU BEZPOŚREDNIM I MASOWYM

CEL:

- zapoznanie z podstawowymi modelami komunikowania bezpośredniego i masowego;

KOMUNIKOWANIE

Wspólne życie wymaga przede wszystkim zdolności wyrażania swych myśli i przekazywania ich pozostałym członkom społeczności.

Komunikowanie to:

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

Komunikowanie może przybierać różne formy i używać różnych środków, ale wspólną cechą tych form jest zawsze występowanie 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. Uczestnicy mogą się zamieniać rolami, jak na przykład w dialogu, ale w danym momencie czasowym są oni jednoznacznie określani.

W jakim celu się komunikujemy?

- żeby dowiedzieć się więcej o nas samych;
- żeby dowiedzieć się czegoś o otaczającym świecie;
- żeby dzielić świat doznań z innymi;
- żeby wpływać i przekonywać innych;
- w celach rozrywki;

Komunikowanie wymaga **medium** (czyli instrumentu przenoszenia informacji w czasie lub przestrzeni): naturalnego (gest, mowa), a niekiedy również sztucznego (pismo¹, druk², telefon, internet).

¹ **Pismo** – system umownych znaków, za pomocą których przedstawiany jest język mówiony. Jako jeden z ludzkich wynalazków intelektualnych jest środkiem porozumiewania się oraz odzwierciedleniem mowy i myśli. Zanim powstało pismo, do przekazywania mowy służyły obrazki, różne środki mnemotechniczne oraz zrozumiałe dla danej społeczności, przedtem uzgodnione i odpowiednio spreparowane, symbole.

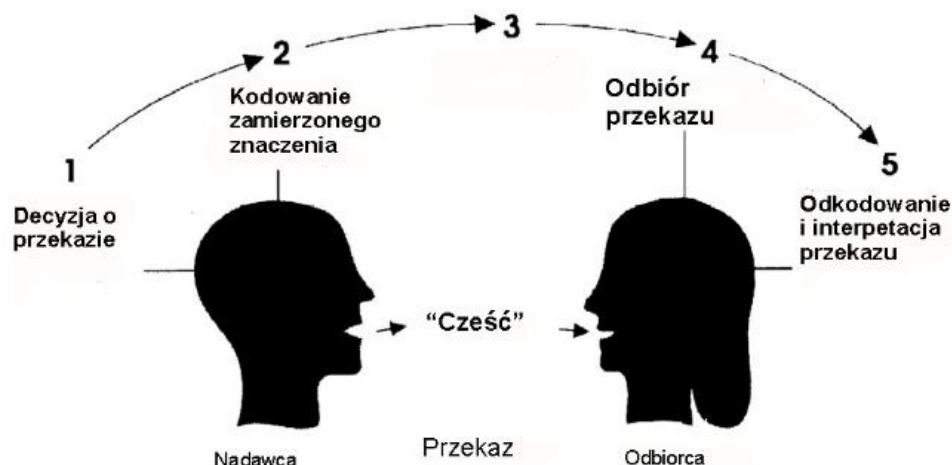
² **Druk** (niem. *Druck* 'nacisk') – wielokrotne odbicie obrazu z formy drukowej na podłoże drukowe (np. na papier). Potocznie nazywana *drukiem* jest również każda kopia, czyli odbitka drukowa. Za druk uważa się również rozmaite techniki powielania tekstu i grafiki zarówno metodami tradycyjnymi, z użyciem maszyn drukarskich, jak i nowoczesnymi metodami komputerowymi z użyciem komputerowych urządzeń peryferyjnych, jak drukarki, plotery itp. -

Ludzkie komunikowanie jest oparte przede wszystkim na języku.

Proces komunikowania się twarzą w twarz

1. Akt komunikowania rozpoczyna nadawca, który decyduje się, 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 kierowany przekaz, zwraca uwagę i postrzega komunikat jako zbiór o pewnym układzie znaków.
5. Odbiorca 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 upraszcza sam proces, który jest w zasadzie transakcyjny, to znaczy każdy z uczestników równocześnie koduje i dekoduje znaczenia, słucha i odpowiada, jakkolwiek nie zawsze słownie. Jest także zawsze relacyjny: tworzy specyficzną relację między uczestnikami, jednocześnie opierając się na niej.



Podstawowy linearny model ludzkiego komunikowania

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

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

Podstawowy model linearny komunikowania masowego (tradycyjnego)

choć poprawnie tego rodzaju odbitki powinno nazywać się wydrukami. Wprowadzenie do drukarni technik komputerowych i druku cyfrowego, sprawiły, że coraz częściej przez druk rozumie się również wydruk dokonywany na skalę przemysłową za pomocą przystosowanych do tego maszyn drukarskich.

Proces, choć zawiera wszystkie sześć faz komunikowania bezpośredniego, z transakcyjnego i interakcyjnego staje się jednokierunkowym. Przekazy są rozpowszechniane z centrum (nadawca), a odbiorcy nie mają możliwości wykorzystania mediów dla wyrażania swych interpretacji przesyłanych znaczeń. Nadawcą są profesjonalni nadawcy komunikatów (decydenci, redaktorzy, producenci), a same przekazy są tworzone przez specjalistów (dziennikarze, reżyserzy, operatorzy itp.), a następnie transmitowane przez techniczny aparat transmisji, dystrybucji i odbioru. Odbiorcy mogą wyrażać swoją aprobatę i dezaprobatę przede wszystkim przez fakt odbioru lub rezygnacji z niego.

Media zawsze są używane przez tych, którzy je posiadają, dla wzmocnienia własnej pozycji.

Media masowe:

- sektor życia zbiorowego wytwarzający produkty kulturalne, miejsce pracy specjalistów, instytucja;
- instrument władzy społecznej, narzędzie kontroli, zarządzania społecznego, mobilizacji i pobudzania innowacyjności;
- forum, na którym są prezentowane ważne sprawy narodowe i międzynarodowe;
- dominujące źródło kształtowania indywidualnej wyobraźni szerokich rzesz odbiorców, wpływania na obyczaje i normy społeczne, promowania nowych tendencji w kulturze.

Komunikowanie masowe jest szczególnie zorientowane na odbiorców - stwarza ich i z nich żyje. Musi ich mieć w wielkiej liczbie. Kontakt między nadawcą, środkiem komunikowania a odbiorcą musi być maksymalnie regularny, oparty na stale odnawianym wyborze (kupić - nie kupić, włączyć - nie włączyć). Konsekwencje odbioru zależą bardziej od warunków społecznych oraz osobowości odbiorcy niż od samego przekazu. Ten sam przekaz może mieć różny wpływ na różnych odbiorców.

Cyfrowa rewolucja kulturalna

Elektroniczne środki przekazu mają obecnie przemożny wpływ na wszystkie sfery ludzkiej aktywności. Szczególnie radykalnie przeobraziły formy komunikowania społecznego, zarówno w ujęciu zbiorowym, jak i indywidualnym. Punkt ciężkości nowych mediów (w uproszczeniu są to media wykorzystujące kilka rodzajów technologii służących multimedialnej transmisji) zostaje przesunięty w stronę płaszczyzny indywidualnej. Popularność środków interaktywnych świadczy o adaptacji środków przekazu do ewolucji zachowań i gustów jednostek. Proces ten wywołuje dyskusję co do jego wpływu na relacje między jednostkami, powiązania w ramach wspólnoty narodowej oraz kulturowe współzależności między narodami.

Media te charakteryzują się decentralizacją oraz szerszym gronem osób zajmujących się sterowaniem informacjami niż w mediach tradycyjnych. Wielka przepustowość kanałów transmisji pozwala ominąć ograniczenia ilości przekazywanych informacji oraz koszty ich przekazania. Odbiorca może wybrać, jakie komunikaty chce otrzymywać, odpowiedzieć na nie, wymienić informacje oraz być bezpośrednio podłączonym do centrum informacji. Media te cechuje również duża elastyczność formy, treści i ich wykorzystywania.

Pytania:

1. Jakie warunki muszą zostać spełnione, aby nastąpiło komunikowanie się?

2. W jaki sposób media dążą do zaistnienia aktu komunikowania? W jaki sposób mogą wpływać na komunikowanie międzyludzkie (interpersonalne)?
3. Które z nowych mediów jest dla mnie w sposób szczególny warte wykorzystywania dla komunikowania treści chrześcijańskich? W jaki sposób mogę to robić?

Zobacz:

Tomasz Goban Klas, Komunikowanie i media,
http://users.uj.edu.pl/~usgoban/files/socjologia_mediow_zarys.pdf

Wprowadzenie do komunikacji interpersonalnej:

<http://fem.put.poznan.pl/poli-admin/didactics/3081524Komunikowanie%20interpersonalne%20-%20de%20Vito.pdf>

Teorie komunikowania masowego:

<http://users.uj.edu.pl/~usgoban/files/teoriekomunikowaniamasowego.pdf>