

Sołtysiak, Wioletta

Technologie informacyjne jako narzędzie komunikacji między różnymi kulturami

Prace Naukowe AJD. Pedagogika 19, 205-212

2010

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Wioletta SOŁTYSIAK

Technologie informacyjne jako narzędzie komunikacji między różnymi kulturami

Wstęp

W rozważaniach nad funkcjonowaniem komunikacji międzykulturowej we współczesnym społeczeństwie nie sposób pominąć roli nowych technologii. O ile może zadziwiać szybkość, z jaką nowe technologie stały się bardziej niezawodne i skuteczne, o tyle nie powinna zaskakiwać ich popularność wśród użytkowników, gdyż zaspokajają one podstawowe pragnienie człowieka, tj. nawiązywanie relacji z innymi ludźmi¹.

Jesteśmy uczestnikami tworzenia się społeczeństwa informacyjnego, dla którego najcenniejszym elementem jest informacja, która sama z siebie nic nie jest warta, a w połączeniu z wiedzą – tworzy produkt deficytowy. Między słowami – komunikacja, informacja i wiedza istnieją zależności, ale tylko wtedy, kiedy umiejętnie połączymy te słowa.

Definicja pojęcia „komunikowanie”

Pojęcie komunikowanie pochodzi od łacińskiego czasownika *communico*, *communicare*, co oznacza: uczynić wspólnym, połączyć, udzielić komuś wiadomości, naradzać się; i rzeczownika *communio*, oznaczającego wspólność, poczucie łączności. Do XIV wieku pojęcie to oznaczało uczestnictwo, dzielenie się. W XVI wieku nadano temu terminowi drugie znaczenie – transmisja, prze-

¹ Benedykt XVI, *Nowe technologie, nowe relacje. Trzeba rozpowszechniać kulturę szacunku, dialogu i przyjaźni, Oędzie Papieża na XLIII Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu*, Watykan, 24 stycznia 2009.

kaz (co wiązało się z rozwojem poczty i dróg), ale też przepływ informacji między urządzeniami, np. telefonami, telegrafami lub komputerami; łączność². W języku polskim funkcjonuje pojęcie „komunikacja”, któremu przypisuje się następujące znaczenia: sposób porozumiewania się i transport. Aby uniknąć dwuznaczności, zaleca się używanie terminu „komunikowanie się”. Zatem komunikowanie ogranicza się do zjawiska porozumiewania się ludzi. Akty komunikowania zachodzą zawsze w społeczeństwie, w różnych jego strukturach i na różnych poziomach.

W okresie oświecenia zasadniczym celem nauczania było przekazywanie wiedzy. Nauczyciel był nadawcą – przekazywał, instruował, a uczeń odbiorcą, miał „wiedzieć że”, dzisiaj uczeń wchodzi w interakcję z nauczycielem, ma wiedzieć „jak wykonać”.

Komunikacja, według J. Deweya, odbywa się w ramach procesu: społeczeństwo – przekaz komunikowanie – społeczeństwo. Według Ch.H. Cooleya, osią całego systemu społecznego jest społeczne komunikowanie się: „Jaźń powstaje tylko dzięki komunikacji między daną osobą a najbliższymi jej grupami”³. Uważał także, że „jednostki nie istnieją poza społeczeństwem, a rozwój osobowości odbywa się dzięki procesowi uczenia poprzez komunikowanie się z innymi ludźmi”⁴. Zagadnienie komunikacji społecznej po raz pierwszy zawarte zostało w rozprawach doktorskich Cooleya poświęconych w całości transportowi. Transport stanowi jedną z naj-mocniejszych więzi spajających społeczeństwo, od których zależy społeczna jedność. Autor dzieli komunikację na dwa rodzaje:

1. Komunikację materialną – w przestrzeni (transport) i w czasie (magazynowanie)
2. Komunikację psychiczną – także w przestrzeni (gest, mowa, pismo, druk, telegraf, telefon) i w czasie (zapis i przechowywanie pisma i druku)⁵.

Ponadto definicje wskazują, że komunikowanie się jest:

- narzędziem umożliwiającym egzystencje społeczeństwa;
- aktem wyrażającym normy grupowe;
- transakcyjnym procesem kreowania znaczenia;
- sytuacją, w której jednostka A mówi do B o X;
- reakcją organizmu na bodziec;
- transmisją informacji, idei, emocji;
- wywołaniem odpowiedzi za pomocą symboli werbalnych⁶.

² *Słownik wyrazów obcych PWN*, Warszawa 2010.

³ J. Mucha, *Cooley*, Warszawa 1992, s. 59.

⁴ Tamże, s. 222.

⁵ Tamże, s. 40.

⁶ *Komunikacja*, <http://psychologia.univ.gda.pl/podstrony/zaklad/komunikacja/wyklad1.ppt>, 17.10.2010.

Definicja „informacji”

Pojęcie informacji jest wieloznaczne i trudne do zdefiniowania. Informacja w definicji ogólnej to taki czynnik, któremu człowiek może przypisać określony sens (znaczenie), aby móc ją wykorzystywać do różnych celów. Informacja w definicji informatycznej to zbiór danych, zebranych w celu ich przetwarzania i otrzymania wyników (nowych danych)⁷.

Informacja to (łac. *informatio* – przedstawienie, wizerunek; *informare* – kształtować, przedstawiać) termin interdyscyplinarny, definiowany różnie w różnych dziedzinach nauki; najogólniej – właściwość pewnych obiektów⁸, relacja między elementami zbiorów obiektów, której istotą jest zmniejszanie niepewności (nieokreśloności)⁹.

Według R.L. Ackoffa, informacje to dane, które stanowią pojedyncze symbole, przetworzone w sposób sprzyjający użytkownikowi i dające odpowiedź na pytania: „co?”, „kto?”, „gdzie?”, „kiedy?”. Definiuje on je również jako „przekazywanie wiedzy do odbiorcy informacji, ze względu na jej wartość, umożliwiające zmniejszenie niepewności działania odbiorcy informacji”¹⁰. Wiedza stanowi aplikację informacji i koncentruje się na pytaniu „jak?”. Następny poziom stanowi odpowiedź na pytanie, „dlaczego?”, czyli rozumienie, które jest także funkcją komunikatywności, tj. jakości informacji. Najwyższy poziom procesu myślowego, według Ackoffa, stanowi mądrość, czyli ocena zrozumianych zasobów¹¹.

Informację można również zdefiniować jako takie odzwierciedlenie rzeczywistości, które wywołuje zmianę zachowania odbiorcy¹². Można wyróżnić dwa podstawowe punkty widzenia informacji¹³:

1. Obiektywny – informacja oznacza pewną właściwość fizyczną lub strukturalną obiektów (układów, systemów), przy czym jest kwestią dyskusyjną¹⁴, czy wszelkich obiektów, czy jedynie systemów samoregulujących się (w tym organizmów żywych);
2. Subiektywny – informacja istnieje jedynie względem pewnego podmiotu, najczęściej rozumianego jako umysł, gdyż jedynie umysł jest w stanie nadać

⁷ Podstawowe pojęcia informatyki, http://www.staff.amu.edu.pl/~psi/informatyka/kuczew/I1_Introduction.htm, 18.09.2010.

⁸ K. Szaniawski, *Informacja*, [w:] *Filozofia a nauka*, Wrocław 1987, s. 244.

⁹ G. Lissowski, *Informacja*, [w:] *Wielka encyklopedia powszechna*, Warszawa 2002, s. 126.

¹⁰ R.L. Ackoff, *Decyzje optymalne w badaniach stosowanych*, Warszawa 1969, s. 126.

¹¹ R. Maik, A. Gołoś, K. Szczerbacz, P. Walkiewicz: *Strategiczne źródła informacji w działalności przedsiębiorstw. Raport z badań*, Warszawa 2010, s. 22.

¹² K. Mazur-Łukomska, *Strategiczne zasoby informacyjne przedsiębiorstwa*, „Zeszyty Naukowe SCENO” 2006, nr 2.

¹³ P. Przybyłowicz, *Wstęp do teorii informacji i kodowania*, Warszawa 2008, s. 1.

¹⁴ E. Kowalczyk, *O istocie informacji*, Lublin 1981, s. 18.

elementom rzeczywistości znaczenie (sens) i wykorzystać je do własnych celów.

Jesteśmy uczestnikami tworzenia się społeczeństwa informacyjnego, dla którego najcenniejszym tworem jest informacja, która sama z siebie nic nie jest warta, a w połączeniu z wiedzą tworzy towar deficytowy.

Między słowami: komunikacja, informacja i wiedza istnieją zależności, ale tylko wtedy kiedy je umiejętnie połączymy. Naturą procesu komunikacji jest przesyłanie informacji, wymiana idei lub też przesyłanie myśli pomiędzy nadawcą a odbiorcą. Bardzo często ów przesył bywa nadzwyczaj skomplikowany, a o jego sukcesie decydują m.in. istota informacji, odbiorcy interpretujący informację, środowisko, w którym informacja jest odbierana. Niezwykle trudno jest natomiast ocenić skuteczność danego komunikatu, ze względu na fakt, że jego odbiorcy rzadko komunikują się z nadawcą (np. rzadko wysyłają zwrotny komunikat, czy i w jaki sposób wykorzystali informację, a nawet jeśli tak robią, to nie istnieją procedury akumulacji takiej wiedzy). Różnice percepcyjne pomiędzy nadawcą i odbiorcą, jak również media wykorzystywane do przesyłania informacji, mogą mieć wpływ na skuteczność komunikowania. Również symbolika użyta w procesie kodowania informacji (liczby, zestawienia, ogłoszenia, specjalistyczne teksty, słowa, obrazy, itp.) może być różnie odbierana.

W procesie komunikowania występuje wiele przeszkód – barier. Należą do nich m.in.:

- różnice w postrzeganiu – wynikają one z odmienności wiedzy i doświadczenia ludzi, a prowadzą do tego, że to samo zdarzenie może być interpretowane różnie przez różne osoby;
- różnice językowe – słowa muszą znaczyć to samo dla nadawcy i odbiorcy, ich znaczenie musi być uzgodnione, nie należy posługiwać się żargonem,
- szum – każdy czynnik, który zakłóca lub przeszkadza w komunikowaniu się
- emocje.

Jeśli chodzi o szumy, to Szpunar wyszczególnił trzy rodzaje szumów:

1. Zewnętrzne, gdy przekaz zniekształcają inne czynniki otoczenia, wiążące z otoczeniem zewnętrznym procesu komunikowania, temperaturą (upał, chłód), hałasem, uszkodzonym odbiornikiem radiowym lub telewizyjnym;
2. Wewnętrzne, gdy odbiorca nie zwraca uwagi na przekazywany komunikat, mogą to być: uczucia i predyspozycje psychiczne uczestników procesu komunikowania, np. ból głowy, zmęczenie, roztargnienia, złość, stereotypy, uprzedzenia;
3. Semantyczne, tj. zniekształcanie (świadome lub nieświadome) znaczenia komunikatu przez odbiorcę.

Trudno jest znaleźć idealne warunki do komunikowania się, czyli takie, w jakich szum nie występuje.

Kolejną barierą są emocje, takie jak: gniew, zniechęcenie, odruchy obronne, nienawiść, zazdrość, zakłopotanie, wpływają one zarówno na rozumienie odbie-

ranych komunikatów, jak też na komunikaty oddziałujące na innych. Emocje to część komunikowania i nie sposób pozbyć się ich w całości, ale należy próbować stworzyć taką atmosferę, która je wyciszy. Otwartość i zaufanie zachęcają do swobodnego komunikowania się i powodują, że komunikaty są szczerze i nie ulegają zniekształceniu¹⁵.

Kiedy przeszkody zostaną rozpoznane, należy przystąpić do ich przezwyciężenia. Najważniejszymi i najskuteczniejszymi sposobami osiągnięcia tego celu są:

- wyjaśnienie treści komunikatu tak, aby został on zrozumiany przez osoby o różnych poglądach, doświadczeniu i poziomie wiedzy;
- stosowanie prostego języka, a gdy zachodzą jakieś niejasności przeformułowanie komunikatu, sprecyzowanie znaczenia konkretnych określeń, spowodowanie odbiorcy do powtórzenia komunikatu własnymi słowami (w przypadku bezpośredniej komunikacji werbalnej);
- eliminowanie szumu, spowodowanie, aby odbiorca zaczął się skupiać na komunikacie, skupienie przy przekazywaniu komunikatu i unikanie rozproszenia, rozpoznanie emocji, zrozumienie ich kontekstu, eliminacja emocji destrukcyjnych i zapewnienie dodatniego sprzężenia zwrotnego (w przypadku bezpośredniej komunikacji werbalnej);
- powtarzanie ponowne komunikatu lub przedstawienie go w innej postaci, czyli tzw. redundancja – ogranicza ona niepewność w przekazywaniu komunikatu¹⁶.

Nowe media i kultura

Raport *Młodzi i media. Nowe media a uczestnictwo młodych Polaków w kulturze* jest zwińczeniem rocznego projektu badawczego zrealizowanego przez Centrum Badań nad Kulturą Popularną Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej dla Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Pokazuje on, jak nowe technologie zmieniają życie młodych ludzi w Polsce. Raport obala wiele narosłych mitów, związanych z wykorzystaniem telefonii komórkowej i Internetu. Nowe technologie nie alienują, lecz przeciwnie – intensyfikują kontakty społeczne, w ogromnej części rozumiane jako spotkania nie ekran-w-ekran, lecz twarzą-w-twarz. Media uzupełniają kontakty i nasycają je nowymi znaczeniami, ale nie zastępują bycia razem. Z drugiej strony, „bycie sobą” i „bycie razem” w dobie nowych mediów wygląda jednak zdecydowanie inaczej. Przekłada się to na takie kwestie, jak edukacja czy aktywności kulturowe – internet na poziomie praktyk młodych ludzi nie jest wcale medium indywidualistycznym i globalnym. Jego użycia są zazwyczaj grupowe, uwspólniane przez krąg znajomych

¹⁵ R. Maik, A. Gołoś, K. Szczerbacz, P. Walkiewicz, dz. cyt., s. 21.

¹⁶ J.A. Stoner, Ch. Wankel, *Kierowanie*, Warszawa 1996.

(którzy odwiedzają podobne strony i komunikują się ze sobą tymi samymi kanałami), a przez to silnie lokalne. Realnie praktykowany „współ-internet” jest bliższy i mniejszy niż abstrakcyjna globalna sieć: działając w sieci, młodzi współpracownicy projektu poruszali się w obrębie horyzontów, które wyznaczały im ich zainteresowania, kompetencje i możliwości¹⁷. Młodzież komunikuje się i myśli obrazami. Niezwykle ciekawe okazują się także obserwacje związane ze szkołą, która za sprawą serwisów, takich jak Nasza-Klasa, Facebook, telefonów komórkowych i Gadu-Gadu, ma po lekcjach swoje „drugie życie”. Korytarzowe rozmowy mają ciąg dalszy w sieci, między uczniami krążą zeskanowane zeszyty, a Skype jest używany do odpytywania się przed klasówką z fizyki. Zmieniają się relacje między uczniami i nauczycielami: nauczycielkę „widać” na Naszej-Klasie w zupełnie innych niż szkoła kontekstach, a Wikipedia potrafi zachwiać – budowanym na wiedzy – autorytetem szkoły. Ambitni uczniowie potrafią skutecznie wbudować internetowe treści w proces zdobywania wiedzy. Sieć daje też niezwykle dużo możliwości tym, którzy chcą obejść system i, zamiast wymyślać argumenty do rozprawki, ściągają je na komórkę w trakcie lekcji.

Ahierarchiczny obieg wiedzy i treści kulturowych rzuca wyzwanie dla świata instytucji, zarówno edukacyjnych – bo ułatwia uczenie się poza szkołą, obok szkoły, a czasem wbrew szkole – jak i kulturalnych. Podłączony do sieci komputer staje się podstawowym „interfejsem” dostępu do wiedzy i kultury. Bez względu na to, czy chodzi o teksty potrzebne do odrobienia zadania domowego, obejrzenia ulubionego serialu telewizyjnego czy o zainteresowanie teatrem, pośredniczy w tym najczęściej nie książka czy telewizja, lecz ekran monitora. W czasach gdy kultura jest cyfrowa lub cyfryzowana, łatwo kopiowalna i krąży w internetowych sieciach wymiany, ostatecznie załamują się hierarchie oddzielające „wysokie” od „niskiego” i „elitarnie” od „popularnego”¹⁸.

Portale społecznościowe

W serwisach społecznościowych ścierają się dwie strategie: autokreacji, ale też odsłaniania się i budowania siły słabych więzi, czyli maksymalnie dużych sieci społecznych, bo może za pięć lat kolega pomoże mi znaleźć pracę albo coś mi pożyczy. Ludzie, którzy się przyjaźnią, mogą podtrzymywać kontakt mimo odległości, jakie ich dzielą. Zakochani licealiści wiedzą, co jedno i drugie robi 24 godziny na dobę. Dziwne jest też uczucie, kiedy jest wśród znajomych osoba, którą widzieliśmy raz w życiu, a nagle głęboko wchodzimy w jej intymność. To czasami pozwala budować fałszywe poczucie, że kogoś znamy¹⁹.

¹⁷ *Jak nowe technologie zmieniają życie młodych ludzi*, wyborcza.pl, 03.02.2010.

¹⁸ Tamże.

¹⁹ *Koniec świata filmu po 20*, wyborcza.pl, 12.02.2010.

Autopromocję stosowaliśmy zawsze, ale za sprawą portali społecznościowych upodabniamy się do agencji reklamowych. Musimy budować swoją markę tymi samymi narzędziami, co Coca Cola swoją – wysyłać zdjęcia, hasła, zastanawiać się, czy chwyciło, czy wystarczająco często nadaję komunikat. Socjolog Manuel Castells wymyślił termin *mass selfcommunication* – jednostka nadaje trochę tak jak telewizja, masowymi kanałami. Zarazem przeciętny blog czyta mniej niż jedna osoba, co zmienia wyobrażenie o Internecie jako o miejscu, gdzie wszyscy cię widzą – zatem można tam „siedzieć” i nie być przez nikogo zauważonym²⁰.

Według Filiciaka, Internet jest przede wszystkim narzędziem bycia razem z ludźmi, których już znamy, z którymi chcemy być. Zgodnie zaś ze słowami Tarkowskiego najgorszy obiegowy slogan, jaki dotyczy Internetu, to uznanie opozycji świata wirtualnego i rzeczywistego. Internet splata się z codziennym, fizycznym światem. W Stanach Zjednoczonych pojawiła się nowa fala doceniania pracy ludzkich rąk przez osoby stale pracujące w sieci. Jeśli ktoś większość swojego czasu spędza w świecie online, potrzebuje jako odtrutki rzeczy fizycznych. Poza tym może się okazać, że przy łatwości kopiowania i powielania wiedzy w społeczeństwie informacyjnym paradoksalnie nie będzie aż tyle pracy. W pewnym momencie w Internecie będzie dostępna niemal każda wiedza i ludzie będą musieli wrócić do rzemiosła.

W Internecie zlewają się oficjalny i nieoficjalny obieg kultury. Nie jest aż tak ważne dla jakości kultury to, z którego obiegu ona pochodzi, ale dla informacji jednak jest to istotne. Wartościowa informacja z dobrych mediów, dążąca do obiektywizmu, oparta na źródłach, miesza się z plotką i miejską legendą. Należy przypomnieć, że przed Internetem, w codziennych rozmowach, podobnie była przemieszana wiedza i niewiedza, często pojawiała się profesjonalnych mediach – w tabloidach. Łatwo wpaść w lęk przed nowym i zapomnieć, że Internet daje nam też nowe źródła solidnej informacji. Najważniejsze jest to, że istnieją mechanizmy, które wspierają jakość (poczawszy od najprostszego, że należy się podpisać pod swoim dziełem).

Dobre praktyki zastosował rząd angielski, powołał zespół, który miał zbadać, co się dzieje z informacją publiczną. Ludzie z zespołu doszli do wniosku, że portale i fora samopomocowe są potężnym źródłem wiedzy, która może konkurować z wiedzą posiadaną przez administrację; rekomendują, żeby pracownicy instytucji publicznych włączali się w pracę takich forów, bo może uda im się je uzupełnić, ale też wykorzystać zebrane w nich informacje, a w najgorszym wypadku je ucywilizować. Tarkowski uważa, że kluczem może być dodanie elementu eksperckiego. Na przykład na błędy w Wikipedii najbardziej narzekają ludzie z wiedzą akademicką. A odpowiedź jest bardzo prosta, wystarczy przecież błędy edytować. Nie ma powrotu do starego porządku, kiedy ktoś ze wzglę-

²⁰ Tamże.

du na miejsce zatrudnienia czy dyplom „wiedział lepiej”. Poza tym w wielu dziedzinach życia pojawiają się wybory ideologiczne, nie ma jednej prawdy. Powinniśmy myśleć o jakichś filtrach, jednak to, że każdy może się wypowiedzieć, nie jest psuciem demokracji.

„Nowe technologie otworzyły drogę do dialogu między ludźmi z różnych krajów, kultur i religii. Nowa przestrzeń cyfrowa, tzw. cyberspace, pozwala spotykać się i poznawać wartości i tradycje innych. Aby tego typu spotkania były owocne, konieczne są uczciwe i poprawne formy wyrazu oraz uważne i pełne szacunku słuchanie. Dialog powinien być zakorzeniony w szczerym i obustronnym poszukiwaniu prawdy, by mógł prowadzić do lepszego porozumienia i większej tolerancji. Życie nie składa się po prostu z następujących po sobie zdarzeń i doświadczeń. Jest raczej poszukiwaniem prawdy, dobra i piękna. Przez wzgląd na nie dokonujemy wyborów, korzystamy z wolności, i w nich – w prawdzie, dobru i pięknie – odnajdujemy szczęście i radość. Nie należy dawać się zwieść tym, którzy zwyczajnie szukają w nas konsumentów na rynku o nieograniczonych możliwościach, gdzie już sam wybór staje się dobrem, nowość podszywa się pod piękno, a subiektywne doświadczenie zastępuje prawdę”²¹.

Summary

Information technology as a tool for communication between different cultures

In the process of communication there is transmission of information from the sender to the receiver. A type of media, differences in perception of people who communicate, symbolic representation and the elimination of obstacles – these are some factors responsible for the quality of a statement. Studies show that new technology as a communicative tool, intensify social contacts, complete and saturate them with new meanings. The computer connected with web becomes a good transmitter of knowledge and culture.

²¹ Benedykt XVI, dz. cyt.