

Adrian LESENCIUC

Teorii ale comunicării

**Editura Academiei Forțelor Aeriene „Henri Coandă”
Brașov - 2017**

© Copyright 2017
Editura Academiei For elor Aeriene „Henri Coand ”
Str. Mihai Viteazul nr. 160, Bra ov, 500183
Telefon: 0268/423421,
e-mail: editura@afahc.ro

*„Editură cu prestigiu recunoscut A2 – C.N.A.T.D.C.U.-
în domeniile
„Științe sociale”, „Științe militare, informații și ordine publică”*

Teorii ale comunicării – Adrian LESENCIUC

Referenți științifici:

Prof.univ.dr. Vasile MACOVICIUC
Academia de Studii Economice, București

Conf.univ.dr. Ella CIUPERC
Academia Națională de Informații „Mihai Viteazul”, București

Corectori text: Livia Mihai&Adrian Lesenciuc
Fotografie copertă : Cosmina Roman

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României LESENCIUC, ADRIAN

Teorii ale comunicării / Adrian Lesenciuc. - Ed. a 2-a, reviz. - Bra ov :
Editura Academiei For elor Aeriene "Henri Coand ", 2017

Conține bibliografie
ISBN 978-606-8356-46-4

316

Viza: 17/0574/2017
Tiraj: 100 ex.

One cannot not communicate.
(Paul Watzlawick)

Cuprins

Cuprins / 5

I. Comunicarea. Fundamente teoretice / 9

1. Introducere în câmpul disciplinar al comunicării / 11
 - 1.1. Delimitări conceptuale / 11
 - 1.2. Gândirea comunicatională / 12
 - 1.3. Abordări teoretice privind studiul comunicării / 13
 - 1.4. Conturarea unei paradigme a comunicării / 15
2. Elementele procesului de comunicare / 19
 - 2.1. Elementele procesului de comunicare / 19
 - 2.2. Codurile / 20
 - 2.3. Bariere ale comunicării / 22
 - 2.4. Informații redundanțe / 25
 - 2.5. Utilitatea redundanței / 28
3. Forme ale comunicării / 31
 - 3.1. Comunicarea verbală / 31
 - 3.2. Comunicarea nonverbală / 35
4. Geneza comunicării verbale / 42
 - 4.1. Orizonturi încoace / 42
 - 4.2. Revoluția fonetică / 44
 - 4.3. Revoluția grafică / 49
5. Alte forme ale comunicării / 55
 - 5.1. Comunicarea intrapersonală / 55
 - 5.2. Comunicarea interpersonală / 56
 - 5.3. Comunicarea socială / 58
6. Discursul public: repere teoretice / 61
 - 6.1. Conceptul de discurs / 61
 - 6.2. Raporturile discursului de putere / 63
 - 6.3. Discursul critic. Raporturile dintre discurs și societate / 65
7. Competența de comunicare / 69
 - 7.1. Competența – cadru de definire / 69
 - 7.2. De la competența lingvistică la competența de comunicare / 71
 - 7.3. Modelul lui Canale și Swain al competenței de comunicare / 73
 - 7.4. Modelul lui Widdowson al competenței de comunicare / 74
 - 7.5. Modelul integrativ al lui Bachman. Alte modele sinteză / 76
8. Comunicarea de influențare / 82
 - 8.1. Căi ale influenței / 82
 - 8.2. Influența și raportul de putere / 83

II. Modele i teorii ale comunic rii. Abord ri rigide / 89

9. Preliminarii epistemologice ale abord rilor rigide / 91
 - 9.1. *Cotitura lingvistic* / 91
 - 9.2. Proiectul logicist al lui Gottlob Frege / 92
 - 9.3. Atomismul logic al colii analitice de la Cambridge / 94
 - 9.4. Idealul axiomatic al Cercului de la Viena / 96
10. Modele procesuale. Scheme / 99
 - 10.1. Modelul linear / 99
 - 10.2. Feedback-ul / 102
 - 10.3. Modelul circular / 104
 - 10.4. Modelul elicoidal / 106
11. Modele procesuale. Formule / 108
 - 11.1. Modelul func ionalist / 108
 - 11.2. Modelul descriptiv al lui Johnson / 109
 - 11.3. Modelul multifunc ional al lui Gerbner / 112
 - 11.4. Modelul DeFleur / 114
12. Modele semiotice clasice / 117
 - 12.1. Modelul semiotic al lui Saussure / 117
 - 12.2. Modelul semiotic al lui Peirce / 121
 - 12.3. Modelul semiotic al lui Ogden i Richards / 125
13. Alte modele semiotice / 129
 - 13.1. Un model al limbii bazat pe schimbul de mesaje / 129
 - 13.2. Modelul Jakobson / 131
 - 13.3. Modelul glosematic al lui Hjelmslev / 132
 - 13.4. Interdeterminarea limb -cultur / 134
 - 13.5. Un model al semnific rii / 136
 - 13.6. Modelul hibrid al lui Sebeok / 139
 - 13.7. Teoria codurilor / 142
14. Teoriile consisten ei cognitive / 146
 - 14.1. Teoria echilibrului / 146
 - 14.2. Teoria simetriei / 147
 - 14.3. Teoria congruen ei / 149
15. Modele tranzac ionale / 151
 - 15.1. Analiza tranzac ional a lui Berne / 151
 - 15.2. Modelul tranzac ional al lui Barnlund / 153
 - 15.3. Teoria retroac iunii a lui Thayer / 154

III. Modele i teorii ale comunic rii de mas / 157

16. Preliminarii (epistemologice) *sau* Determinismul tehnologic i critica acestuia / 159
 - 16.1. Determinismul tehnologic / 159
 - 16.2. Omul – terminal de re ele / 160
 - 16.3. O critic a comunic rii / 162

- 16.4. Tirania comunicării / 163
- 17. Efecte ale mass-media / 165
 - 17.1. Teoria „glonului magic” / 165
 - 17.2. Teoria comunicării în doi pași / 166
 - 17.3. Teoria comunicării în pași multipli / 168
 - 17.4. Introducerea conceptului de *gatekeeper* / 170
 - 17.5. Efecte ale comunicării de masă / 171
- 18. Modele și teorii ale comunicării de masă / 176
 - 18.1. Teoria disonanței cognitive / 176
 - 18.2. Modelul Westley-MacLean / 179
 - 18.3. Modelul corelației dinamice / 181
 - 18.4. Modelul „patrulaterului torsionat” / 183
 - 18.5. Modelul convergenței comunicationale / 184
 - 18.6. Modelul câmpului comunicării de masă / 188
 - 18.7. Modelul integrant al efectelor comunicării de masă / 189

IV. Teorii interacționiste ale comunicării / 193

- 19. Preliminarii epistemologice ale abordărilor interacționiste / 195
 - 19.1. Schimbarea de paradigmă / 195
 - 19.2. Jocurile de limbaj / 196
 - 19.3. Teoria actelor de limbaj / 199
 - 19.4. Alte contribuții la fixarea paradigmei comunicationale / 201
 - 19.5. Perspectiva behavioristă asupra semnificației / 203
- 20. Școala de la Palo Alto / 206
 - 20.1. Bazele teoriei comunicării / 206
 - 20.2. Axiomele comunicării / 208
 - 20.3. Metafora orchestrei / 211
 - 20.4. Comunicarea nonverbală / 213
 - 20.5. Comunicarea paradoxală / 215
- 21. Școala de la Chicago / 217
 - 21.1. Contribuții la câmpul disciplinar al comunicării / 217
 - 21.2. Interacționismul simbolic / 217
 - 21.3. Dramaturgia socială / 221
- 22. Școala de la Frankfurt / 225
 - 22.1. Teoria critică / 225
 - 22.2. Sfera publică / 226
 - 22.3. Acțiunea comunicativă / 228
- 23. Alte școli interacționiste / 233
 - 23.1. Etnometodologia / 233
 - 23.2. Etnografia comunicării / 235
 - 23.3. Schema S-P-E-A-K-I-N-G. O sinteză a teoriilor comunicării prin intermediul schemei S-P-E-A-K-I-N-G / 239

V. Modele și teorii ale comunicării interculturale / 249

- 24. Preliminarii epistemologice ale comunicării interculturale / 251
 - 24.1. Raporturile contemporane dintre cultură și comunicare. Comunicarea interculturală / 251
 - 24.2. Direcții de dezvoltare a comunicării interculturale / 255
- 25. Teorii și modele ale formării competenței de comunicare interculturală / 258
 - 25.1. De la competența de comunicare interpersonală la competența de comunicare interculturală / 258
 - 25.2. Competența de comunicare interculturală . Raporturile cu competența de comunicare interpersonală / 260
 - 25.3. Modele ale formării/dezvoltării competenței de comunicare interculturală / 264
- 26. Teorii și modele ale competenței de comunicare interculturală / 274
 - 26.1. Teorii ale comunicării interculturale / 274
 - 26.2. Teoria sinteză a managementului anxietății și incertitudinii / 278

Concluzii. Dezvoltări ulterioare / 284

Bibliografie / 287

comunicarea.

9. fundamente teoretice



1. Introducere în câmpul disciplinar al comunicării

1.1. Delimitări conceptuale. Comunicarea. Nici o definiție structurată în gen proxim și diferent specific nu poate cuprinde un termen atât de volatil. Comunicarea nu poate fi riguros definit în ciuda inventarelor definițiilor realizate de teoreticieni, în ciuda delimitărilor categoriilor de definiții ale comunicării (15 catalogate de Frank E.X. Dance, 1970), în ciuda eforturilor de descriere a demersului de definire. Schimb, relație, acțiune, interese, influențe, semioză, interacțiune, informație: nici unul dintre acești termeni nu poate acoperi o arie delimitată de o entitate fluidă, comunicarea, găsim mereu noi forme solide (inclusiv structuri mentale) pe care să le copieze. Doar cuvântul „împărtășire” poate să se apropie de înțelesul complex al conceptului de comunicare, notează Lucien Sfez (2002a:38):

Totuși, toate aceste diferite aspecte pot fi reunite spunând că «a comunica înseamnă a pune sau a avea ceva în comun», fără a prestabilii acest «ceva» și nici condițiile care servesc transmiterii sau termenii (indivizi, grupuri, obiecte) care intervin în această împărtășire.

Am apelat, în scopul unei delimitări terminologice inițiale, la o definiție fluidă, dinamică, propusă de teoreticianul care a adus pentru prima dată în discuție o *Critică a comunicării*.

În etimologic cuvântul „comunicare”, este un derivat al cuvântului „comun” (care aparține mai multora sau tuturor) < lat. *communis*, având la origine verbul latin *communicare* (sec. XVIII), și fiind, în limba română, un dublet (ca împrumut ulterior) al rom. *cumineca*. De la aceeași rădăcină au evoluat în rom. *comun*, dar prin intermediul fr. *commune*, *comunal* < fr. *communal*, *comunism* < fr. *comunista*, sau *comunicat*, *comunicație*, *comunicabil*, *comunicativ*, *comunicant*, *comuniune*. În schimb, termenul *comunitate*, cu rădăcină comună, provine dintr-un împrumut din lat. *communitas* (sec. al XVIII-lea) (Ciorănescu, 2002:231). Din punct de vedere semantic, verbul latin (influențat, probabil, de gr. *κοινωνία* – comun, din care au derivat și ngr. *κοινωνία* – comunal, *κοινωνία* – comun, *κοινωνία*, *κοινωνία*, dar și *κοινωνία* – a comunica, *κοινωνία* – comunicație sau *κοινωνία* – comunicat) aflat la originea termenului rom. *comunicare* a desemnat și acțiunea de a face ceva împreună și cea de a împărtăși. Cel de-al doilea sens stă la originea actualului cuvânt românesc și presupune interrelaționarea dintre indivizi. Prin intermediul termenului latin târziu, cuvântul a pătruns în majoritatea limbilor indo-europene (ca neologism), găsimu-se deopotrivă, în limbile romanice: sp. *comunicar* (v.), *comunicación* (s.), fr. *communiquer* (v.), *communication* (s.), it. *comunicare* (v.), *comunicazione* (s.), cât și în cele germanice: engl. *to communicate* (v.), *communication* (s.), germ. *kommunizieren* (v.), *Kommunikation* (s.) sau slave:

rus. (s.), pol. *komunikowa* (v.), *komunikacja* (s.), scr. (v.), (s.). Majoritatea limbilor p streaz ambele sensuri din latina târzie, atât cel privitor la rela ia instituit , cât i cel referitor la transferul informațional între oameni.

Cercet torii evit s se opreasc asupra unei defini ii anume, odat ce abord rile lor vizeaz trimeri la puncte de vedere diferite, provenite din câmpuri disciplinare diferite, sau m car o trecere în revist a acestor puncte de vedere. Cei care, îns , se opresc la delimitarea riguroas a termenilor nu o fac decât pentru o abordare restrictiv , care s r spund scopului în care a fost proiectat demersul studiului. De altfel, termenul „comunicare” nu este singurul care se afl în situa ia de a nu putea r spunde unei închideri într-o defini ie. S privim i alte exemple: „limb ”, „cultur ”, „opinie public ”, pentru care s-au realizat culegeri de defini ii. Referindu-se la incapacitatea de a defini „opinia public ”, înc la începutul trecut, în 1904, Hermann Oncken (*apud* Noelle-Neumann, 2004:80) afirma c „lucrurile schimb toare nu pot fi în elese prin simpla lor închidere într-o formul [...]”. Cazul „comunic rii” este similar. Este vorba despre un concept în schimbare, un concept în continuu balans între nucleul epistemic i forma simbolic :

Doi poli externi, unul – nucleul epistemic – descriibil i lizibil prin defini ie (din care putem evada printr-o „Critic ...”), cel lalt – forma simbolic , înv luind într-o asemenea m sur gândurile i actele noastre încât, teoretic, nu îl putem descrie (Sfez, 2002a:10).

Forma simbolic la care se refer Sfez este, nu conceptual ci intuitiv, „cuminecarea” din înțelesul pe care îl identific filosoful român Constantin Noica (1987:189):

Și totuși comunicarea nu e totul; poate nici la mașini, cu siguranț nu la oameni. Comunicarea este de ceva, cuminecarea e în sânul a ceva întru ceva. Comunicarea trebuie s fie, i în orice caz, s fie f r rest; cuminecarea nu se petrece decât dac exist un rest, i cu atât mai bine cu cât zona de rest e mai mare. Comunicarea e de date, de semnale sau chiar de semnificații și înțelesuri; cuminecarea e de sub]nțelesuri.

Nucleul epistemic este alc tuit din informația și valoarea ei determinat de actorii comunic rii și/sau contextul socio-istoric. Cei doi poli (nucleul epistemic și forma simbolic) pot fi numiți, în înțelesurile filosofiei românești, *comunicare* respectiv, *cuminecare*.

1.2. Gândirea comunicațională. Comunicarea r mâne un concept turbure, oricât am încerca s apropiem perspectiva asupra polilor nucleu epistemic – form simbolic . În primul rând, comunicarea presupune o abordare diferit , prin prisma unui mod de gândire impropriu schemelor mentale, ideilor directoare i propozi iilor epistemologiei clasice. Acest mod de gândire

paradoxal , atipic structurilor mentale rigide – în spiritul *debolismului* lui Gianni Vattimo și Pier Aldo Rovatti (1983/1989) – avea să fie numit *gândire comunicatională* : un instrument de lucru de asemenea nedefinit în cadrul stabil, rigid, al filosofiilor moderniste.

Statutul acestei gândiri comunicationale este profund nedefinit. Ea este organizatoarea practicilor științifice, reflexive sau profesionale, dar în același timp, răspuns la cerințele emanând de la stat și de la marile organizații, precum și inspiratoarea schimbărilor chiar în aceste organizații; în sfârșit, ea provoacă sau doar însușește schimbările și practicile culturale sau modalitățile de difuzare sau dobândire a cunoștințelor (Miège, 1998:15-16).

A opera într-o arie disciplinar mereu fluctuant , cu termeni oscilând ca în mediul subcuantic între nucleul dur, epistemic, și învelișul simbolic în continuă pulsație, pe traiectorii care nu pot fi demarcate de instrumentarul rigid (a se lua în considerație posibilă indeterminare de factură heisenbergiană) al „gândirii tari”, necesită să facă uz de un mod diferit de organizare mentală , de o *gândire comunicatională* slabă , fluidă , auto-organizată în forma solidă a teoriilor științifice. În fond, meritul științific este cel al organizării riguroase a conștințelor, a seturilor de enunțuri în teorii sau cel al descoperirii de arii de cunoaștere fecunde? „Adevăratul merit al lui Copernic sau Darwin, nota Ludwig Wittgenstein (1994/2005:47), nu a fost descoperirea unei teorii adevărate, ci a unui aspect nou care este fertil”. Din această perspectivă , post-positivistă , științele comunicării constituie câmpul fertil pentru germinarea cunoașterii în orizontul unei noi paradigme.

1.3. Abordări teoretice privind studiul comunicării. Ce ar presupune, atunci, studiul comunicării? În condițiile unei diversități a abordărilor teoretice cu privire la câmpul comunicării, se poate încheia, în termeni popperieni, aria dinamică a studiului comunicării în ceea ce poartă numele de „teorie științifică”? Se poate crea un sistem de enunțuri care să stea la baza unei asemenea teorii, se poate determina un raport logic între propozițiile/enunțurile respectivului sistem? Sau, în cazul constituirii unei sau unor asemenea teorii, se poate vorbi despre un raport de incluziune, despre perceperea teoriilor mai vechi drept cazuri particulare ale teoriilor noi, tot în termenii lui Karl Popper? Cu siguranță , studiul comunicării presupune nu numai incapacitatea unei delimitări conceptuale, ci și existența unor abordări diferite, grupate de cercetători în coli, curente, teorii, care nu pot, cu siguranță , să spunde principiului popperian al corespondenței, adică vechea teorie nu poate fi justificat drept caz particular al celei noi. Există și asemenea raporturi între modele în cazuri particulare, cum ar fi corespondența dintre teoria simetriei a lui Newcomb (1953) și abordarea lui Westley și MacLean (1957). Dar nici aici nu se poate discuta despre un raport general/particular, deoarece modelul Westley-MacLean presupune extinderea ariei de studiu la comunicarea de masă , în timp ce modelul ABX al lui Newcomb (1953:394) este adaptat acestei

arii l rgite, abandonându-se inten ia men inerii/îmbun t irii caracterului simetric al rela iilor dintre actorii comunic rii i obiectul din mediul extern la care se raporteaz ace tia.

Pe de alt parte, oper m cu sisteme de enun uri provenite din arii teoretice distincte, incapabile s se supun test rii popperiene, adic determin rii, cânt ririi raportului logic (în baza logicii clasice, aristotelice) dintre propozi iile teoriei i cele ale observa iei (cu excep ia celor provenite din proximitatea nucleului epistemic). Oper m cu seturi de enun uri care se contrazic pe sine, în schimb, în cazul situ rii în proximitatea formei simbolice (vezi gramatica generativ chomskian în raport cu ipoteza opacit ii lingvistice a lui Sapir-Whorf), sau cu concepte definite diferit (pentru a r mâne la Chomsky, a se vedea definirea *competen ei lingvistice* realizat de lingvistul american, în raport cu *competen a comunicational* a antropologului i lingvistului Dell Hymes). Dat fiind fluctua ia în interiorul ariei disciplinare, studiul comunic rii ar trebui, în primul rând, s abandoneze raportarea la conceptul central al epistemologiei popperiene, cel de teorie. Mai mult, cre terea rolului *gândirii comunicationale*, gândire paradoxal care, în ciuda caracterului ei ambiguu, reu e te s integreze i s articuleze teorii provenind din arii disciplinare diferite sau, în cadrul aceleia i arii, din curente teoretice distincte, conduce spre o abordare diferit . Aceast abordare este centrat pe conceptul lui Pierre Bourdieu de câmp social (din care deriv i conceptele de câmp lingvistic sau discursiv, v. Bourdieu, 1982:168), a a cum avea s constate i Bernard Miège:

(...) ceea ce define te cel mai bine comunicarea este conceptul de câmp, cel al c rui sens a fost precizat de Pierre Bourdieu în *Questions du Sociologie*: „Pentru ca un câmp s func ioneze, scrie el, trebuie s existe mize i oameni gata s joace jocul, dota i cu acel habitus implicând cunoa terea i recunoa terea legilor imanente ale jocului, al mizelor...”. Gândirea comunicational a contribuit ea îns i activ la formarea acestui câmp (Miège, 1998:120).

În acest sens, al accept rii studiului prin prisma unui câmp teoretic dinamic, sociolingvistica, etnolingvistica sau antropolingvistica nu se pot auto-institui ca discipline de sine st t toare, prin (re)constituirea frontierelor în manier pur modernist , specific „gândirii tari”, ci mai degrab ca perspectiv în studiul elaborat al comunic rii. Mai mult, noteaz Lohisse,

prosl vind analiza interac iunilor comunicative i a limbajului ca activit i sociale, antropologii au contribuit mult la transformarea concep iilor mecaniciste în concep ii organiciste. Unii au v zut în ea, ca i în lingvistica structural la vremea ei, un model general de abordare a fenomenelor de comunicare. În 1980, Cicourel propune realizarea unei alian e interdisciplinare între sociologie, antropologie, lingvistic i filozofie, în jurul unei antroposociologii. (Lohisse, 2002:167)

Această perspectivă de operare nu poate decât să se opună specializării excesive a „gândirii tari”, abordării „sectoriale” rigide. *Gândirea comunicatională*, în cadrul unei posibile alianțe interdisciplinare cum este cea propusă de Cicourel (1980), nu înseamnă simpla „sutură” la nivel epidermic.

Conceptia care face din comunicare (sau din informație) un element de îndecupajele și granițele între disciplinele științifice, înănd, de asemenea, de științele materiale ale vieții și societății, se regăsesc în diferite curente de gândire; în cibernetică, firește, în structuralism și, mai recent, în abordările complexității sau ale „conexionismului” și chiar în anumite filosofii contemporane, de inspirație post-modernistă sau post-heideggeriană. După cum vom vedea, această tendință – sau mai degrabă această ispită – vizează nu numai să lege câmpuri de știință distincte, necunoscându-se între ele cel mai adesea, ci și să propună o paradigmă care să-i îngăduie să se „fecundeze” și să se dea un sens,

afirma încă în 1976 Robert Escarpit, în *Théorie générale de l'information et de la communication* (apud Miège, 1998:14). A adăra, o abordare epistemologică kuhniană ar fi mai potrivit unei asemenea problematice.

1.4. Conturarea unei paradigme a comunicării. Și din această perspectivă problematica trebuie acordat cadrul adecvat de interpretare. În ciuda faptului că prin primele referiri la retorică în antichitatea greacă sunt luate în discuție aspecte studiate în prezent în aria disciplinară a comunicării, sau că, de exemplu, prin lucrarea lui Aristotel, *Despre interpretare* (1998), ia naștere semantica, jumătatea secolului trecut nu poate fi abordată prin prisma raportării la comunicare drept o perioadă caracterizată de construcția pe fundamentele antice. Comunicarea nu se încheagă, a adăra, în limitele descriptive ale „științei normale” definite de Th.S. Kuhn (1970/1976), prin raportare la suportul teoretic din Grecia sau China antice, ci se prezintă pe sine ca o erupție simultană, în urma unor ample mișcări din profunzime, prin mai multe guri de evacuare, asemenea gheizerelor. Problematice acestui câmp disciplinar ia naștere, în noua sa structură, în sânul altor discipline. A adăra, fiecare abordare distinctă a comunicării, prin seturi specifice de enunțuri, presupune existența unor corpuri distincte de convingeri, provenite din modul de abordare în cadrul ariei disciplinare de bază, deci și o situație pe anumite poziții, și o orientare spre fenomene particulare. Din această cauză apar descrieri și interpretări diferite ale fenomenului, concentrat în deceniile cincizeci ale secolului trecut. Prima încercare de sinteză a acestor abordări diferite a realizat-o Wilbur Schramm în studiul *The Nature of Communication Between Humans* (1975), care, în ciuda faptului că nu îmbunătățește vizibil o perspectivă asupra comunicării, reunește demersurile lui Shannon & Weaver, W. Johnson, Osgood, Newcomb, Westley & MacLean, Hovland, Lazarsfeld, Katz, Festinger sau MacLuhan și dă contur unei tendințe. Abia începând din acest moment se poate discuta despre intenția

de încheiere a unei teorii și, prin aceasta, a unei paradigme. Practic, studiul lui Schramm anunță, dar nu conturează o paradigmă. Ceea ce se petrece în această perioadă efervescentă a deceniilor cincizeci și ase poate fi cuprins sub cupola complexă a sintagmei „stadiu preparadigmatic” de dezvoltare a câmpului disciplinar și poate, într-adevăr, să fie caracterizat prin teoria kuhniană :

Aceste tranziții spre maturitate au fost rareori atât de instantanee sau neechivoce pe cât lasă să se înțeleagă prezentarea mea: inevitabil schematic. Dar considerate istoric, ele nu au fost nici treptate, nici coextensive, adică în același pas cu dezvoltarea domeniilor în care au avut loc (Kuhn, 1976:64).

Stadiul preparadigmatic este caracterizat de o ardere a etapelor, prin suprapunerea seturilor de enunțuri încheiate în teorii sau modele peste corpusul disciplinar al științelor/ariilor disciplinare de proveniență. Practic, nici măcar nu putem vorbi despre un interval temporal în care se extinde acest stadiu, ci mai degrabă despre un timp de ardere al anumitor etape sau despre o perioadă de maturizare care depinde de gradul în care s-a realizat ruptura de corpus-ul disciplinar de bază. În toată această perioadă de acumulare în care câmpurile teoretice erau caracterizate mai degrabă de un ideal axiomatic al cunoașterii, în care se putea face distincție clară între discipline, iar disciplinelor de interferență li se configurau granițe rigide, majoritatea teoriilor și modelelor comunicării se supuneau unor norme mecaniciste. Comunicarea se plia pe modelul structural al societății, caracterizat prin „metafora mării”. Studiul comunicării de masă, care ia naștere în stadiul preparadigmatic și în care accentul este mutat, treptat, de pe comunicare, prin intermediul comunicării ca proces de influență socială pe influența propriu-zisă, este un bun exemplu. Mai mult, teoriile privitoare la comunicarea de masă vizează interacțiunile interindividuale sau intergrupale la nivelul schimbului de opinii (și prin aceasta, a schimbului de atitudini și comportamente), omniștând, prin natura relațiilor dorite, schimbul de idei la nivelul convingerilor și al credințelor. Teoriile comunicării de masă se conturează într-un „apendice” al câmpului disciplinar al comunicării, care este asimilat de științele sociale.

În aceleași decenii ale secolului trecut, cincizeci și ase, studiul disciplinar al comunicării a alunecat spre practic, începând astfel să se articuleze și teorii bazate pe suportul cunoașterii tacite, în termenii lui Michael Polanyi (1966/2009). Ulterior, această orientare spre comunicarea concretă a alunecat spre cunoașterea ce caracterizează *alianțele interdisciplinare* (Cicourel, 1980), spre *gândirea comunicățională* (Miège, 1998), spre un model al societății caracterizat de *metafora organismului viu*. Întreaga societate s-a confruntat cu criza transferului spre un alt palier de organizare. Iar această criză a societății, caracterizat prin bulversarea vechilor sisteme de valori, a condus și la conturarea unei crize în câmpul disciplinar al comunicării. În câmpul disciplinar al comunicării, criza nu s-a manifestat atipic: nu a avut loc o articulare sau o extindere a vechii paradigme, ci o reconstrucție pe fundamentele organiciste, ceea

ce a condus la monismul lui Bateson (1979), la circularitatea lui Watzlawick *et al.* (1967), la auto-organizarea lui von Foerster (1960/2003), Maturana și Varela (1980). Iau na tere coli și curente noi, cum ar fi coala de la Palo Alto, interacționismul simbolic, etnometodologia sau etnografia comunicării, având drept scop studierea *actelor de comunicare*, și nu elaborarea de modele de comunicare. Putem vorbi, în termenii lui Kuhn, de articularea unei paradigme a comunicării, dar în primul sens pe care îl dă cercetătorul american respectivei sintagme în *Postscriptum* (1969): „o întregă constelație de convingeri, valori, metode etc. împărțite de membrii unei comunități date” (Kuhn, 1976:220).

Această explozie a cunoașterii în câmpul comunicării a fost recepționat diferit de cercetătorii în domeniu. Într-o tentativă de structurare a teoriilor și modelelor într-o concepție unitară, John Fiske distinge între două „coli” majore: coala-proces și coala semiotică :

Prima dintre acestea vede comunicarea ca pe o transmitere de mesaje. Ea se preocupă de modul în care emițătorii și receptorii codifică și decodează mesajele, de felul în care transmisiții utilizează canalele și mijloacele de comunicare – adică de problemele eficienței și acurateții ei. (...) De dragul conciziei, ne vom referi la această orientare sub numele de „coala-proces”. Cea de-a doua coală înțelege comunicarea ca producție și schimb de semnificații. Ea se preocupă de modul în care mesajele sau textele interacționează cu oamenii în scopul producerii de semnificație – adică rolul pe care îl au textele în cultura noastră. (...) Principala metodă de studiu este semiotica (ținută a semnelor și semnificațiilor), acesta fiind și numele prin care voi identifica de acum respectiva abordare (Fiske, 2003:11).

Majoritatea cercetătorilor români preiau necritic structurarea lui Fiske. Jean Lohisse (2002) face diferența între curentele mecaniciste și teoriile comunicării ca relație interactivă și totalitate dinamică. Prin această catalogare profesorul francez intenționează o articulare a punctelor de vedere disjuncte ale cunoașterii și o repunere a lor în circuitul activ, dar poziționarea ciberneticii lui Wiener (1948/1961) sau al pragmatismului lingvistic al lui Peirce (1990) în cadrul teoriilor comunicării ca relație interactivă ridică semne de întrebare asupra oportunității unei asemenea structurări. Lucien Sfez acordă studiul comunicării la viziunile despre lume, analizând mai degrabă trei atitudini decât trei orientări teoretice: prima, a reprezentării, caracterizată prin discursul rațional și de metaforă „mănușă de comunicat”, o a doua, a exprimării, presupunând flexibilitate și înscriere în funcționalismul organicist și o a treia, a confuziei mediatice, ca prelungire a primei orientări, caracterizată prin „tautism” - autism tautologic (Sfez, 2002a:27). Bernard Miège propune atacarea problematicii comunicării prin apel la trei curente fondatoare: modelul cibernetice, abordarea empirico-funcțională a mijloacelor de comunicare în masă și metoda structural / aplicațiile ei lingvistice. Alex Mucchielli consideră că există patru paradigme psihologice ale comunicării: cea structural-expresivă,

apropiat de paradigma emitor-receptor din teoria informației, având drept obiect de studiu „personalitatea”, în eleas ca organizare internă a psihicului; cea formal-tranzacțională, constituită pe teoria-vehicul a analizei tranzacționale și presupunând perceperea a trei tipuri de „realități”, în baza a trei stări fundamentale de emisie/receptivitate: o stare rațională, una afectivă și una normativ / morală; cea relațional-sistemică, având la bază ideea că relațiile dintre indivizi constituie principalul fenomen psihologic ce trebuie studiat; respectiv cea fenomenologică și praxiologică vizând explicitarea semnificațiilor exprimate de către subiecți, explicații care se traduc în viziuni despre lume și care, împreună, conturează un fond comun împărțit (Mucchielli, 2005:16). Nu trebuie, însă, să culegem patru izvoare ale suportului psihologic al comunicării interindividuale, patru tipuri de modele explicative, patru cadre de referință în care trebuie încadrat studiul comunicării. Mucchielli consideră, de exemplu, că pentru primele două paradigme comunicarea se constituie în baza unei mize cognitive, servind la modificarea faptelor sau ipotezelor, respectiv servind ca „supapă pentru problemele psihicului”. În baza ultimelor două paradigme, comunicarea se conturează drept cale de punere în comun, de participare, „de modelare mutuală a unei lumi comune prin intermediul unei acțiuni conjugate” (F. Varela, *apud* Mucchielli, 2005:70)¹.

Fiecare abordare în parte își se pot aduce critici, în egală măsură în care fiecare abordare face apel la un anumit grad de relevanță metodologică. Dar toate converg spre conturarea unei paradigme a comunicării. Cert este că o problemă presupunând un grad de complexitate atât de ridicat nu poate fi abordată sistematic, cum nici tentativa unificării teoriilor comunicării nu poate avea succes. Rămâne deschisă perspectiva abordării dinamice a unui câmp disciplinar dinamic. Merzumează să trimită la primul principiu al colii de la Palo Alto, „nu se poate ști să nu comunicăm”. Acest principiu implică și necesitatea abordării dinamice, dar și necesitatea constituirii unei alianțe interdisciplinare pentru a transfera sensul cuvântului „paradigmă” explicat anterior în sensul mult mai profund, la care face apel Kuhn, de element al constelației de convingeri, valori și metode, de soluții concrete ale unor *puzzles*, care, „folosite ca modele sau exemple, pot înlocui reguli explicite ca bază pentru rezolvarea celorlalte puzzles ale tipului normal” (Kuhn, 1976:220).

¹ Mucchielli (2005:70-71) continuă: „Comunicarea participă la elaborarea unui univers comun (public) de referință – care nu mai este deci predefinit –, acesta servind drept bază pentru intercomprehenșiune, care devine adevărată miză de profunzime a comunicării. În acest sens, comunicarea permite generalizarea și atingerea unei „raționalități publice”. Limbajul servește la clarificarea interactivă a acestei lumi construite în comun, el ajutându-ne să câștigăm în inteligibilitate în ceea ce privește acțiunile, intențiile noastre și faptele (de altfel, limbajul participă la construirea respectivelor acțiuni, intenții și fapte, acesta fiind principiu „sensului încarnat” al acțiunii). Nu mai există o „bună comunicare”. Principala funcție a comunicării este construirea unei lumi intersubiective ce servește drept fundament intercomprehenșiunii și deci vieții colective”.

2. Elementele procesului de comunicare

2.1. Elementele procesului de comunicare. Privind comunicarea din perspectivă procesuală, putem constata prezența unor elemente indispensabile configurării acesteia, cum ar fi:

- actorii comunicării, denumiți generic emițător și receptor;
- mesajul;
- canalul de transmitere;
- codul.

Aceste elemente sunt rezultatul extensiei modelului ternar emițător-mesaj-receptor (E-M-R), dezvoltat la rândul său pe structura binară stimul-reacție (S-R) din gândirea behavioristă, care „i-a pus o amprentă puternică prin schema E-R ca simplă legătură mecanică și comportamentală de tipul S-R” (Drăgan, 2007:29). Ulterior, binomul emițător-receptor, înțeles drept obiect de studiu în științele comunicării a condus la variabilitatea subiecților și la o valorificare superioară a interacțiunii și contextului comunicării în raport cu mesajul, dar, în ciuda îndepărtării de proiecția inițială de tip S-R, emițătorul și receptorul au rămas membrii ale angajării comunicative, într-un proces de continuă construcție biunivocă.

Emițătorul reprezintă entitatea care transmite mesajul și care, în majoritatea situațiilor, îl produce. Această distincție este necesară deoarece există cazuri în care emițătorul comunică un mesaj produs de o altă entitate (pe care, în studiul lui Cl. Shannon din 1948 o vom regăsi sub numele de *sursă*). În ciuda acestei distincții, chiar și în cazul în care rolul emițătorului este de a transmite un mesaj produs de către o sursă, el contribuie creativ la transmitere, dă înțeles conținutului de elementele paralingvistice (timbrul vocii, ritmul, pauzele, intensitatea vorbirii, tonul etc.) care însoțesc respectivul mesaj. În afară de faptul că, privitor la originalitatea mesajului, sunt transmise de fapt și idei emise în alte contexte, de ieri, contemporani sau nu, instituția emițătorului lasă deschisă posibilitatea interpretării comunicării ca emisie polifonică (Dinu, 2000:27).

Receptorul este entitatea care primește mesajul. În baza unei distincții similare cu cea realizată în cazul emițătorului, receptorul poate să fie sau nu și persoana care îi este destinat mesajul. Shannon operează această diferențiere pornind de la alte raționamente, numind persoana care îi este adresat mesajul *destinatar*. Primele teorii și modele ale comunicării acordă un rol mult mai important emițătorului în comparație cu receptorul, care este privit ca fiind un element pasiv, care primește un mesaj și acționează, verbal sau faptic, în concordanță cu ceea ce i s-a transmis. Modelele și teoriile ulterioare, în special cele interacționiste, mută accentul pe receptor și pe negocierea cu mesajul.

Mesajul acoperă un teritoriu complex în cadrul procesului de comunicare, constituind „conținutul” transmis între cei doi actori ai comunicării. Mesajul constituie elementul de legătură între aceștia și poate fi

studiat în funcție de intențiile lor. În transmiterea unui mesaj poate prima fi latura informativă, fie latura privitoare la capacitatea de influențare. Această din urmă latură a constituit obiectul unor importante studii și experimente, începând cu cele conduse de Carl Hovland la Universitatea Yale în anii '50-'60 (Hovland *et al.*, 1953; Sherif & Hovland, 1961), care au ajuns la concluzia că mesajele prin care se intenționează influențarea nu pot produce efecte în lipsa atenției, înțelegerii și acceptării din partea receptorilor. Pentru transmiterea unui mesaj sunt necesare canale de comunicare și coduri comune de interpretare. Odată codificat de emițtor în semnale, mesajul necesită o decodificare din partea receptorului. Ceea ce se transmite în mod real între actorii comunicării sunt seturile de semnale în baza unor coduri unanim acceptate, nu mesajele în sine. Mesajele intră în contact direct cu fiecare dintre cei doi parteneri ai comunicării, dar din perspectivă semantică, între mesajul emis și mesajul recepționat există diferențe atâtă vreme cât între emițtor și receptor există diferențe (de experiență, de cunoaștere, de stare emoțională etc.)

Canalul constituie mijlocul fizic prin care pachetul de semnale rezultă în urma codificării mesajului este transmis la receptor. *Mijloacele de comunicare* reprezintă suportul fizic de convertire a mesajului în pachete de semnale, astfel încât acestea să poată fi transmise prin intermediul canalului. În funcție de depășirea spațială sau temporală a emițtorului față de mijloacele de comunicare, acestea pot fi clasificate în trei mari categorii (Fiske, 2003:35-36):

- mijloace de comunicare prezentaționale, care presupun prezența fizică a emițtorului în același loc și în același timp; canalul este aerul iar mesajul este transmis prin intermediul vocii, feței, corpului etc. și conduce la producerea a a-numitelor *acte de comunicare*;

- mijloace de comunicare reprezentaționale, care nu impun prezența emițtorului; mesajul este codificat și „înregistrat” în baza unor convenții, iar receptorii îl pot transmite indiferent de emițtor; rezultat, astfel, *operele de comunicare*, transmise prin intermediul formelor de înregistrare/tezaurizare specifice muzicii, picturii, arhitecturii, literaturii etc.;

- mijloace de comunicare mecanice, care diferă de cele reprezentaționale ca urmare a constrângerilor de natură tehnică; ele presupun coprezența temporală a actorilor comunicării și distanța spațială dintre ei; mijloacele de comunicare mecanice sunt utilizate pentru amplificarea, modularea, codificarea sau transmiterea semnalelor și includ portavocea, microfonul, telefonul, radioul, televiziunea, rețelele de calculatoare etc.

Codul reprezintă un sistem de semnificare specific unui grup social sau unei culturi și presupune, în egală măsură, un sistem de semne și un sistem de norme în baza cărora respectivele semne se combină. Problematika acestui element al comunicării este complexă și necesită o interpretare diferită, prin apel la perspectiva a a-numitei coli semiotice.

2.2. Codurile. Codurile reprezintă, a adă, sisteme în care sunt organizate semnele. Semiotica este știința care studiază semnele, dar obiectul său de studiu îl constituie atât semnele în sine, cât și codurile (sisteme de

semne) și culturile (în cadrul cărora operează codurile și semnele). În cadrul codurilor putem discuta despre două sisteme de organizare: unul *paradigmatic*, presupunând seturile de semne cu care se operează în cadrul codurilor și unul *sintagmatic*, presupunând regulile/convențiile de combinare a unităților paradigmatică. Atât unitățile paradigmatică cât și regulile sintagmatice sunt convenite de membrii unei comunități lingvistice.

În funcție de posibilitatea de a distinge fără echivoc între unitățile componente ale semnului: existența fizică propriu-zisă și conceptul mental, codurile pot fi digitale sau analogice. În cazul *codurilor digitale* există o distincție clară între componentele semnului, între care se instituie o relație de atribuire. Acestea sunt mai ușor de înțeles, datorită posibilității de a discrimina între unitățile paradigmatică. *Codurile analogice* sunt arbitrare, semnele acestora fiind mai greu de distinse unele de altele. Spre exemplificare, limbajul verbal este preponderent digital, în timp ce limbajul nonverbal, în special cel neintenționat, în acord cu perspectiva palo-artistă, este preponderent analogic:

Ce este, în adă, comunicarea analogică? Răspunsul este relativ simplu: ea constă practic în toată comunicarea nonverbală. Termenul este înșelător, deoarece el a fost aplicat adesea doar mișcărilor corporale, deci comportamentului chinestezic. În opinia noastră, termenul de comunicare analogică trebuie să acopere postura, gesticulația, expresia facială, inflexiunea vocală, frazarea, ritmul și cadența cuvintelor însele, ca și orice altă manifestare nonverbală de care este capabil organismul, precum și indiciile de comunicare constant prezente în *context* în care se produce interacțiunea (Watzlawick *et al.*, 2014:69).

Plecând de la o distincție operată în cadrul analizei comparate coduri digitale/coduri analogice, cea privitoare la convenția asupra desemnării înțelesului, putem aduce în discuție o altă taxonomie: coduri logice/coduri estetice. *Codurile logice* presupun un grad ridicat de arbitraritate a semnului, stabilirea unei convenții explicite și clar definite privitoare la înțelesul semnului, iar relația dintre semnul fizic și conceptul mental este fixată și împărtășită indiferent de apartenența culturală. Aceste coduri operează cu elemente paradigmatică impersonale, statice, strict denotative. Un exemplu de cod logic (sau arbitrar) este codul matematic. Spre deosebire de acestea, *codurile estetice* presupun o definiție vagă și permit o negociere a înțelesului în relația dintre utilizatorii semnului și semn. Codurile estetice sunt expresive și se obțin ca urmare a unui acord din partea utilizatorilor cu privire la experiența culturală împărtășită.

În funcție de apartenența la o anumită clasă socială și la gradul de instruire al celor ce utilizează codurile, se poate face distincție între codul restrâns și codul elaborat (Bernstein, 1971:125)². *Codul restrâns*, specific

² Justificarea clasificării codurilor în funcție de clasă socială și nivelul de pregătire este formulată astfel: „Formele limbii vorbite în procesul învățării ei inițiale, generalizează și

membriilor comunităților restrânse, tradiționale, este caracterizat prin faptul că presupune un vocabular mai redus și o sintaxă mai simplă. Codul restrâns se mai caracterizează prin oralitate și printr-un grad ridicat de redundanță. El este utilizat atât pentru a se transmite prin intermediul sursei informației, cât și pentru a se menține canalele de comunicare deschise. Codul restrâns este orientat spre relațiile sociale și facilitează exprimarea apartenenței la grup și a experienței culturale. Limbajul nonverbal are o pondere ridicată în cadrul exprimării prin intermediul acestui cod. Faptele și obiectele la care se face referire cu ajutorul codului restrâns sunt preponderent din domeniul concretului. *Codul elaborat*, caracteristic persoanelor educate, presupune un grad de complexitate ridicat. Oralitatea codului restrâns este înlocuită de ambivalența scrisului/vorbii a codului elaborat. Prin intermediul acestuia sunt transmise informații cu un grad ridicat de abstractizare și generalizare. În mesajele exprimate prin intermediul codului elaborat sunt precise, iar apelul la limbajul nonverbal este redus tocmai pentru a se menține nivelul ridicat de complexitate și rigurozitate în explicație. Spre deosebire de codurile restrânse care depind de experiența culturală, cele elaborate se dobândesc prin învățare.

Distincția cod restrâns/cod elaborat, extinsă la nivelul comunicării de masă, conduce la o nouă tipologie: cod broadcast/cod narrowcast (Fiske, 2003:99-102). *Codul broadcast* (sau al difuzării de masă) este împărțit de membrii audienței de masă, indiferent de categoria socială sau de nivelul de instruire. El este similar codului restrâns și are, în general, aceleași caracteristici. Comunicarea în cod broadcast presupune abordarea de probleme generale într-o formă facilă, adaptată spațiului și experienței culturale în cauză. *Codul narrowcast* (sau al difuzării limitate) este destinat unui public întocmai delimitat și este similar codului elaborat. Codul narrowcast presupune informarea și îmbogățirea de cunoștințe, nu doar reconfirmarea apartenenței la un grup social sau la un cadru cultural. Prin intermediul acestuia nu se face diferențierea doar de natura nivelului de pregătire, ci și de natura specializării. Delimitarea publicului întocmai se poate realiza și în funcție de pasiuni și preferințe, sau de apartenența la un anumit grup.

2.3. Bariere ale comunicării. În studiul comunicării procesuale se operează cu un termen denumit inițial *zgomot*, care presupune alterarea semnalului transmis la nivel tehnic sau semantic. Zgomotul induce o perturbare/distorsionare a mesajului, îngreunând transmiterea acestuia. Ulterior, termenul a fost extins pentru a determina orice distorsionare pe parcursul transmiterii mesajului între partenerii comunicării, indiferent dacă survine în timpul emisie, al recepției sau al parcurgerii canalului de comunicare. O primă tipologie a zgomotelor, plecând de la modelul canonic al comunicării, presupune o distincție în raport cu elementul procesului de comunicare asupra

consolidează modalități speciale de relaționare cu mediul și, prin urmare, crează forme individuale de semnificare” (Bernstein, 1971:76)

care acționează : zgomotul mecanic – asupra canalului și zgomotul semantic – asupra mesajului:

1. *Zgomotul mecanic* – adică zgomotul de pe **canal**; de exemplu, microfonia la radio, „puricii” la televizor, distorsiuni ale anunțurilor din guri, bâlbâieli sau alte probleme de discurs.
2. *Zgomotul semantic* – adică interferența cu mesajul, cauzată de disonanța semnificației; ea este provocată de obicei de diferențele sociale și culturale dintre cel care **codifică** mesajul și cel care îl **decodifică**. Jargonul poate fi considerat un zgomot **semantic** (un enunț în jargon poate să însemne „nu c-și de tept?” sau „nu c subiectele mele sunt grele?” sau „nu-i așa că sunt diferit de tine?”, împiedicând decodificarea corectă a mesajului, așa cum a fost intenționat. Un ton pompos al vocii poate să se transforme în zgomot. (Fiske, 2001:358).

Mai târziu, „zgomotul” din modelul canonic a fost înlocuit de *barierele de comunicare*, expresie care desemnează orice perturbare care poate interveni în procesul de comunicare. Natura perturbărilor și momentul apariției acestora pot diferi, motiv pentru care barierele de comunicare îmbracă diverse forme. Există numeroase clase de bariere, analizate în special în raport cu eficiența comunicării, în comunicarea organizațională. Spre exemplu, Konecny (2008:22) identifică în comunicarea profesională bariere de ordin fizic, psihologic, semantic, organizațional și interpersonal, după cum urmează :

Tabelul nr.1 Bariere ale comunicării (apud Konecny, 2008:23)

Bariera	Cauza
Fizic	Zgomot, invizibilitate, disconfort fizic și de mediu, stare de sănătate, izolare fonică insuficientă, luminozitate scăzută
Psihologic	Prejudecăți, atotcunoașterea, egoism, oboseală, anxietate, idei preconcepute, diferențe ierarhice între emițător și receptor, rigiditate în procesul gândirii, dezinteres, neatenție, incapacitate de percepție, curiozitate nesatisfăcută, cunoașterea anterioară, dispariția culturii
Semantic	Utilizarea cuvintelor nepotrivite Formulare incorectă a propozițiilor Incapacitate de înțelegere Lipsa clarității Neatenție la înțelesurile diferite ale cuvintelor Neatenție la polisemia limbajului
Organizațional	Informarea de la un număr mare de persoane Întârziere în colectarea informațiilor Distorsiuni de mesaj cauzate de surse diferite
Interpersonal	Emoții Percepții, idei, perspective, valori sau opinii neîmpărtășite Atitudini diferite ale emițătorului și receptorului Inadecvarea temporală a transmiterii mesajului Incapacitate de ascultare Zgomote Ascultare parțială Lipsă de atenție în ascultare

Într-o prim ediție a cursului de teoria comunicării, profesorii români Vasile Tran și Irina Stănciugelu (2001:13) utilizează o clasificare a principalelor tipuri de bariere de comunicare în baza proiecției realizate de Leonard Saules de la Grand School of Business, Columbia University. În baza acestei clasificări putem distinge între barierele care apar în raport cu actorii comunicării (de concepție), cele care afectează mesajul pe canal (de mediu) și cele care vizează codul (de limbaj), fiecare subclasele aferente:

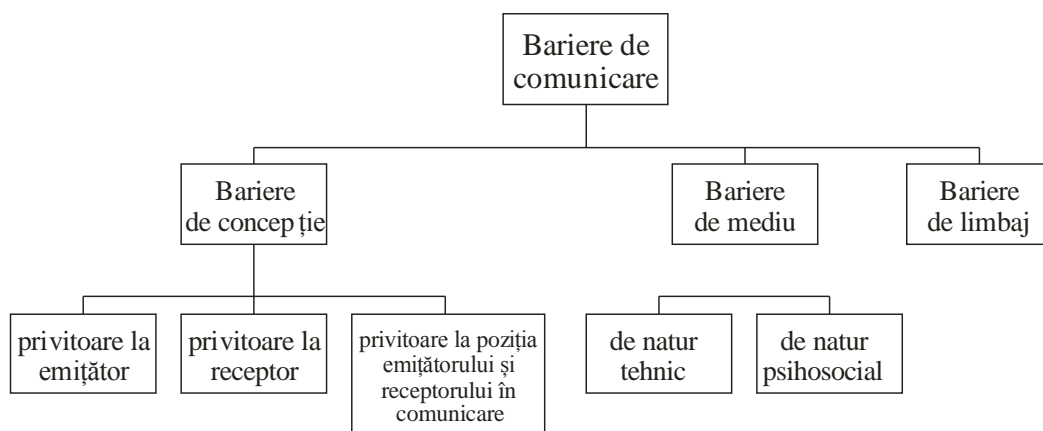


Fig.1 Bariere ale comunicării (apud Tran & Stănciugelu, 2001:13)

În timpul elaborării sau în timpul recepționării mesajului pot interveni *barierele de concepție*, printre acestea numărându-se cele:

- a) privitoare la emițător:
 - existența presupunerilor;
 - exprimarea cu stângăcie a mesajului;
 - rutina în procesul de comunicare;
- b) privitoare la receptor:
 - existența presupunerilor;
 - lipsa de atenție în receptarea mesajului;
 - concluzii greșite asupra mesajului;
 - lipsa de interes față de mesaj;
 - rutina în procesul de comunicare,
- c) privitoare la poziția emițătorului și receptorului în comunicare:
 - imaginile diferite pe care le au partenerii comunicării despre sine și fiecare despre celălalt;
 - perspectiva diferită pe care o au aceștia asupra obiectului în contextul comunicării;
 - sentimentele și intențiile diferite.

De-a lungul canalului de comunicare pot interveni *bariere de mediu*, care pot fi:

a) de natură tehnic :

- poluare fonică ridicată sau zgomot în transmiterea semnalelor;
- suporturi tehnice necorespunzătoare;

b) de natură psihosocial :

- climat de muncă necorespunzător;
- frica de exprimare.

La nivel semantic se întâlnesc *barierele de limbaj*, care pot conduce la distorsionarea mesajului ca urmare a:

- înțelegerii diferite asociate cuvintelor/expresiilor de către partenerii comunicării;
- nivelurilor diferite de pregătire a partenerilor comunicării;
- stăruințe emoționale asupra unuia dintre aceștia;
- ideilor preconcepute și rutinei;
- dificultăților de exprimare;
- utilizării de cuvinte și expresii confuze;
- limbajului prolix.

Barierile de comunicare sunt studiate în mod special atunci când se pune problema eficienței comunicării în cadrul organizațiilor sau în cazul dialogului multi-/intercultural. În acest ultim caz, dialogul presupune luarea în considerare a unui set mult mai amplu de factori perturbatori, clasificați diferit în baza a numeroase teorii ale comunicării interculturale și prezentați în interacțiunea culturală în oglindă, în raport cu genul, aspectul fizic, imbracămintea, artefactele, vârsta, obiceiurile și ritualurile fiecăruia, comportamentul nonverbal, proiecția interpersonală, statusul actorilor comunicării, sistemul lor de credințe, religie, fundamentele etice, comportamente acceptate/neacceptate, convenții culturale, scopuri personale ale întâlnirii, timpul, locul/contextul întâlnirii, frica de interacțiune sau frica de străini, atitudinile diferite, percepțiile diferite ale celuilalt, istoricul întâlnirilor precedente, așteptările de la ceilalți, puterea personală/instituțională etc. (v. Lago, 2006:53). Analiza teoriilor comunicării interculturale face obiectul unui capitol distinct.

2.4. Informație și redundanță. Revenind la modelele procesuale ale comunicării, întâlnim termenul *informație*, care este utilizat cu privire la măsura imprecizabilității semnalului emis. Altfel spus, un semnal are un conținut mai ridicat de informație cu cât gradul de predictibilitate a producerii acestuia este mai scăzut. Informația, în acest sens, nu se referă la probabilitatea evenimentului despre care relatează mesajul, ci la probabilitatea apariției semnalului în cadrul mesajului. Într-un asemenea sens, informația este măsurabilă și se calculează ca funcție a inversului probabilității de apariție a semnului:

$$H = f(1/p), \tag{1}$$

în care H este cantitatea de informație, iar p este probabilitatea de apariție a semnului. Necesitatea măsurării informației a rezultat ca urmare a constatării că, pe parcursul transmiterii ei, aceasta se degradează în mod ireversibil. La modul general, informația se calculează pe baza următoarelor formule elaborate de inginerul american R.V.L. Hartley (1928):

$$H = \log_2(1/p). \quad (2)$$

Cantitatea de informație furnizată de un semn cu probabilitate de apariție $1/2$ este

$$H = \log_2(1/2) = \log_2 2 = 1, \quad (3)$$

iar unitatea de măsură utilizată este *bit*-ul (prescurtare de la *binary digit*), termen propus de J.W. Tukey și valorizat de Cl.E. Shannon (Shannon & Weaver, 1963:33).

În cazul unui repertoriu în care semnele au probabilitate de apariție diferită, informația medie se calculează după formula:

$$H_{med} = [p_1 \cdot \log(1/p_1) + p_2 \cdot \log(1/p_2) + \dots + p_n \cdot \log(1/p_n)] / (p_1 + p_2 + \dots + p_n) \\ = [p_1 \cdot (-\log p_1) + p_2 \cdot (-\log p_2) + \dots + p_n \cdot (-\log p_n)] / (p_1 + p_2 + \dots + p_n). \quad (4)$$

Suma probabilității de apariție a tuturor semnelor este egală cu 1, ceea ce înseamnă că formula generală a lui Shannon devine:

$$H = - \sum_{i=1, n} p_i \cdot \log p_i. \quad (5)$$

Informația, în acest înțeles restrictiv, privește reflectarea fidelă, obiectivă, indiferent de interpretant, a realității, dar devine relevantă abia după ce a fost perceput ca fenomen de cunoaștere, adică abia după ce a fost supus contactului cu interpretantul subiectiv, recepționat și decodificat.

În baza aceleiași teorii a informației, *redundanța* este un concept strâns legat de cel de informație, adică se referă la ceea ce este predictibil într-un mesaj. Un mesaj cu un grad ridicat de predictibilitate este redundant, în timp ce un mesaj cu un grad scăzut de predictibilitate este informativ. Termenul „redundanță” a fost utilizat pentru prima dată de Harry Nyquist în 1920, care se referea la componenta de semnal sinusoidal „inutil”, care „nu transmite nicio informație”, ca fiind redundant (*apud* Haraszti, 2002:369). Redundanța trimite la convenție, ceea ce înseamnă că presupune îndeplinirea unei funcții sociale. Totodată, comunicarea redundantă are rolul de a menține canalele de comunicare deschise. Prin urmare, redundanța se referă tot la informație, dar la informația deja procesată și stocată, care nu mai este necesară să fie supusă unor procese similare. Redundanța vine mai degrabă de la interpretantul subiectiv, care o cataloghează astfel în funcție de background-ul raportării sale la mediul din

care este culeasă informația. Aadar, redundanța nu presupune non-informația, ci informația care deja a fost percepută ca fenomen de cunoaștere. Redundanța este, mai degrabă, o informație fără conținut informațional adițional la cunoașterea anterioară, care nu implică plus cunoaștere. Dar plus cunoașterea poate fi în eleas doar în raport cu un sistem individual sau organizațional de cunoaștere, subiectiv sau intersubiectiv, ceea ce presupune o notă importantă de subiectivitate alocată acestui termen. În aceste condiții, a considera redundanța ca fiind inutil înseamnă a asocia sistemul subiectiv sau intersubiectiv de referință a fi obiectiv.

Redundanța, în eleas drept surplus informațional în telecomunicații, abundanța inutilă de expresii în comunicare, este de regulă conotată negativ nu doar în ceea ce privește alimentarea de teorie informației. Excepție face doar cazul creațiilor stabilite în canalul de comunicație față de acțiunile perturbatoare externe, situație în care redundanța joacă rolul important de recuperare a informației alterate, erorile putând fi corectate și nefiind necesară retransmiterea:

Cu toate acestea, în multe situații din lumea reală, redundanța este utilă. În primul rând, dacă informația apare în două baze de date și una dintre ele este alterată, putem reconstrui informația în orice caz. Astfel, redundanța acționează ca un mecanism de asigurare a validității datelor dintr-un domeniu anume (Sauter, 2010:80).

Prin urmare, un mesaj cu un grad ridicat de redundanță este mai ușor de transmis în condițiile în care în procesul comunicațional intervin perturbații de natură tehnică sau semantică. În câmpul psiho-social, redundanța prezintă nota perceptivă negativă, fiind asociată lipsei de relevanță, leștului, construcțiilor pleonastice, comunicării tautiste, prolixului³.

Din punctul de vedere al măsurării redundanței unui mesaj, în cazul în care acesta este transmis printr-un repertoriu de semne nonechiprobabile (având probabilitate de apariție diferită), redundanța distribuțională, sau dimensiunea de informație cauzată de inegalitatea probabilității semnelor, poate fi calculată în baza formulei:

$$R = H_{max} - H_{med}, \quad (6)$$

în care H_{max} este cantitatea de informație/semn, iar H_{med} este informația medie/repertoriul de semne.

³ „Într-un univers unde totul comunică, fără să știe originea emisiunii, fără să poată determina cine vorbește, în acest univers fără ierarhii, decât încălcate, unde baza este vârful, comunicarea moare prin exces de comunicare și sfârșete printr-o interminabilă agonie de spirale. Asta numesc eu <tautism>, neologism care îmbină autism și tehnologie, evocând totalitatea, totalitarismul”, notează (Sfez, 2002a:28).

Redundanța are un rol însemnat în ceea ce privește înlăturarea erorilor în transmiterea pachetelor de semnale. Altfel spus, un mesaj cu un grad ridicat de redundanță este mai ușor de transmis în condițiile în care în procesul de comunicare intervin zgomote, de natură tehnică sau semantică.

Această redundanță, în eleas în termenii teoriei informației, poate îmbrăca trei forme distincte: redundanță necesară, privitoare la volumul informațional minim pentru menținerea comunicării, redundanță acceptată, vizând volumul informațional optim și redundanță superfluă (o expresie în sine redundantă!), presupunând un volum informațional atât de mare, încât blochează comunicarea (Marian, 2008:40). Ultima dintre aceste forme este larg întâlnită în sistemul mediatic contemporan, caracterizat prin exces comunicational venit de pretutindeni, aparent fără întârziere în mesaj, interferând în preajma individului incapabil să aleagă, să discearnă. Redundanța superfluă a comunicării de masă, caracterizată de Șfez prin apel la mixonimul tautism, presupune transmiterea informației structurate pe orizontală, fără adâncime, fără intensitate, fără analiză calitativă, fără interpretare, caz în care comunicarea se realizează într-o „rețea turnantă”, fără scop și fără sfârșit, lărgindu-se cu fiecare tură și lăsând individului impresia realizării unui întreg sincron, ecosistemic și autogestionar, în condițiile în care în realitate se produce autoînsingurarea (Șfez, 2002a:100).

2.5. Utilitatea redundanței. Redundanța este utilă, așa cum am văzut anterior, în cazul recuperării informațiilor alterate. Dar această utilitate, vădită mai degrabă ca fiind o rezervă de siguranță luată în limitele unei disponibilități de spațiu de stocare, de consum energetic suplimentar etc., nu este singulară. Plecând de la teoria informației, Schmidhuber (2000:694) rezumă câștigurile directe și evidente ale reducerii redundanței, care

(...) poate ajuta la reducerea spațiului de căutare pentru proceduri de învățare orientate către obiectiv, (...) permite comprimarea datelor și (...) promite simplificarea clasificatorilor statistici.

Dincolo de aceste beneficii directe, redundanța, în eleas drept pattern informațional⁴, trebuie privită cu rezerve deoarece se referă la cunoașterea comună, necesară în reducerea eforturilor de culegere a datelor prin apel la schema inductiv /deductiv imprimată de pattern, dar nu privește implicit și convențiile referitoare la interpretarea și utilizarea acesteia. Neînțelegerea utilității redundanței pleacă de la aplicarea unor scheme simplificatoare, generalizatoare în alocarea de sens informației redundante. Redundanța este privită ca fiind un proces de banalizare în raport cu memoria structurii care procesează informația:

⁴ „Redundanța înseamnă că prile modelului utilizează informații comune. Înseamnă că, atâta vreme cât cunoaștem anumite componente ale modelului, ținem deja câte ceva despre alte componente”, menționează Schmidhuber (2000:693).

Redundanța, pe de altă parte, este procesul de banalizare ce are loc în strictă concordanță cu memoria sistemului. Se poate ca sistemul să echilibreze ambele funcții necompromițând nici abilitatea sa de deschidere cognitivă către inovație, nici unitatea sa structurală. (Philippopoulos-Mihalopoulos, 2004 :86).

Dar tocmai inconsistența acestei memorii este cea care transformă informația redundantă într-o informație importantă în reconstruirea dinamică a întregului de analizat.

Redundanța este o realitate cotidiană, face parte din viața socială. Orice sistem social este în mare măsură redundant și rezistent la schimbare, la fel cum orice sistem biologic este redundant și trăiește din redundanță. La fel ca în cazul redundanței în limitele teoriei informației, redundanța în limitele biologiei poate oferi suportul recuperării pierderilor și refacerii:

Sistemele biologice în general tind să fie extrem de redundante, deoarece redundanța le face mai adaptabile: dacă o parte a proiectului dă greș, altă parte similară procesului o poate prelua. Creierul continuă să funcționeze chiar dacă părți din el sunt distruse,

dar are costurile sale metabolice, care nu sunt neglijate:

Oricum, redundanța și adaptivitatea au, de asemenea, prețurile lor: pentru suplimentare trebuie să fie reprezentate genetic, acestea consumă energie, au greutate, ocupă spațiu din organism și așază mai departe. (Pfeifer *et al.*, 2011:33).

În sistemele sociale, redundanța poate fi privită ca fiind o forță constantă, gravitațională, îngreunând schimbarea și favorizând raportarea conservatoare la valorile culturale naționale și/sau organizaționale. Astfel privind problematica redundanței, utilitatea acesteia nu se rezumă la înlocuirea datelor alterate, așa cum o descrie Sauter⁵, ci privește și aspectele funcționale ale vieții organizaționale. Spre exemplu, remarca profesorului de științe politice Martin Landau (1969:350), cunoscut pentru aplicarea conceptului redundanței în studiul organizațiilor publice, conform căreia redundanța „acceptă limitările inerente ale oricărei organizații prin tratarea fiecărei părți, indiferent de gradul de perfecțiune, ca actor de risc”, este ilustrativ pentru posibilitatea punerii în discuție a unui management al redundanței. Eliminarea redundanței poate conduce, în înțeleșul lui Landau, la apariția mesajelor false, distorsionate, în el toare tocmai datorită lipsei de raportare la un sistem de referință stabil.

⁵„Pe măsură ce mediul organizațional își decideții se schimbă, ei vor găsi tipuri de căutare care vor produce schimbarea. Dacă aceste schimbări nu au fost anticipate, bazele de date existente în mod normal nu vor putea să îndeplinească cerințele. Oricum, puțină redundanță permite acestor căutări neanticipate să fie procesate eficient. Prin urmare, este nevoie să se gândească anticipativ atunci când se evaluează beneficiile redundanței pentru o anumită aplicație”, susține Sauter (2010:80)

Focalizarea asupra perspectivei lui Landau este fundamental în re-proiectarea raporturilor informației-redundanță, în afara înțelegerii circumscrise de teoria informației. Cu alte cuvinte, întrebându-ne asemenea profesorului american dacă am putea proiecta o organizație mai fiabilă decât oricare dintre subsistemele componente ale acesteia, vom ajunge la răspunsul pozitiv doar dacă vom înțelege că aceasta se poate realiza în condițiile unui grad ridicat de redundanță, ceea ce se poate traduce prin faptul că teoria redundanței și teoria fiabilității sunt convergente (esența studiilor lui Landau⁶).

⁶ Manuel Angel Morales (2010) sintetizează esența studiilor lui Landau asupra rolului redundanței în organizație astfel: „Martin Landau a fost cel care a afirmat că redundanța este un dispozitiv puternic pentru înlăturarea erorii și pentru asigurarea fiabilității în comunicare. Uneori, simpla repetare este cel mai simplu mod de a introduce redundanța pentru asigurarea performanțelor solicitate”, respectiv „Organizațiile funcționează ca sisteme care se auto-organizează și tind să își dezvolte propriile circuite paralele: nu în ultimul rând, dintre acestea face parte și transformarea acestor părți reziduale precum grupurile informale, în redundanțe constructive. Redundanța are mai multe funcții vitale în managementul organizațiilor. Acesta furnizează factori de siguranță, oferă răspunsuri flexibile la situații anormale și asigură un potențial creativ pentru cei care sunt capabili să-l vadă”.

3. Forme ale comunicării

3.1. Comunicarea verbală. Comunicarea verbală se realizează prin prisma limbajului articulat și aparține în exclusivitate ființelor umane. În centrul preocupărilor privitoare la comunicarea verbală se găsește, în primul rând, studiul limbajului, cu toate aspectele ce decurg de aici, apropiindu-se din această perspectivă, de obiectul de studiu al lingvisticii generale. În acest sens este important să punctăm pentru început diferențele dintre limbă, vorbire și limbaj.

În termenii lui Ferdinand de Saussure (1972:44), *limba* reprezintă „produsul social sedimentat în mintea cuiva”, un sistem social existent în colectivitate ca sumă de amprente care marchează creierul fiecărui individ în parte. Limba este comparabilă unei foi de hârtie, care conține pe retro gândirea și pe verso sunetul (Saussure, 1972:157), ceea ce înseamnă că ea se constituie într-un mediator între conținutul noțional și expresia sonoră. Actualizarea limbii se realizează prin intermediul *vorbirii*. Vorbirea are un caracter personal și variabil și reprezintă latura concretă a punerii în practică a potențialului lingvistic al individului. *Limbajul*, pentru Saussure, constituie *suma dintre limbă și vorbire* (Saussure, 1972:112).

De-a lungul timpului, limba a fost percepută ca ansamblu de deprinderi ale membrilor unei colectivități lingvistice în baza căroră comunică între ei (Otto Jespersen, 1922) sau ca ansamblu de convenții adoptate de o masă de utilizatori (Harold Palmer, 1921). Charles Bally consideră limba ca fiind un sistem organizat care conține elemente referitoare la comunicarea și în alegerea gândurilor, vorbirea reprezentând punerea în act a limbii. Pentru lingvistul italian Antonio Pagliaro (1967), limba aparține în egală măsură individului și comunității (v. Căcriu, 2004:19-22,38). Lingvistul român Eugen Căcriu (2004:41-42) consideră că limba și vorbirea nu pot constitui realități autonome net separabile atâta vreme cât între ele se instituie o relație biunivocă, în care vorbirea contribuie la realizarea limbii (prin punerea în act a acesteia), iar limba reprezintă o condiție a vorbirii. Limbajul există în mod exclusiv ca activitate lingvistică, limba reprezentând nivelul istoric al acestuia.

Asocierea dintre imaginea mentală și sunet/contur grafic stă la baza definiției *semnului*. Revenind la definiția pe care o dă Saussure limbii, mai exact la genul proximal al acesteia, „depozit de semne”, trebuie să ne raportăm la semn ca la elementul fundamental în studiul comunicării verbale. Semnul reprezintă o entitate fizică, perceptibilă direct de către simțuri, care se referă la altceva decât la sine însuși și care este dependentă de convenția utilizatorilor aceluiași cod. Totodată, el este și o componentă a procesului de transmitere a informației, și o componentă a procesului de semnificare.

Lingvistica structurală și-a îndreptat întreaga atenție asupra studiului semnelor, considerând fundamentale trei elemente care converg în definirea acestuia: semnul în sine, utilizatorul lui și obiectul la care se referă.

Semnificația semnului se naște ca urmare a interacțiunii dintre aceste elemente constituente. Ele au fost evidențiate începând cu scrierile antice, dar punerea lor în valoare în perceperea semnului ca element al procesului de semnificare s-a realizat ca urmare a contribuției reprezentanților lingvisticii structurale și, mai ales, ai celor ai pragmaticii lingvistice a începutului secolului trecut. Interacțiunea dintre semn, utilizator și obiect a condus la reprezentarea semnului într-o relație triadică, prin intermediul a trei elemente, denumite de Saussure (1972):

- *semnificant*, semnul fizic propriu-zis;
- *semnificat*, ideea sau conceptul mental asociat semnului;
- *realitate externă*, entitatea la care se referă semnul.

Peirce (1990) a propus notația semn-interpretant-obiect, C.G. Ogden și I.A. Richards (1923) simbol-referință-referent, Morris (1938) vehicul al semnului-designatum/significatum-denotatum etc. Între aceste variații de denumire există diferențe uneori terminologice, alteori interpretative. Generalizând, semnul este *ceva* care ocupă locul a *altceva* (*aliquid stat pro aliquo*) pentru cineva (Macoviciuc, 2000:264).

În funcție de relația dintre semn și obiectul la care se referă acesta, Peirce introduce trei categorii distincte:

- *iconul*, care reprezintă un semn asemănător obiectului său;
- *indicele*, care presupune o relație causală, directă cu obiectul;
- *simbolul*, care nu presupune nici o legătură cu obiectul.

Charles Morris (1938), preluând distincția făcută de Peirce, operează cu categorii de semne asemănătoare, astfel: semnele iconice, semnalele și simbolurile. Diferența este dată de semnale, care înlocuiesc indicii, categorii desemnând semne naturale ale organismului sau mediului, care pot fi utilizate ca substitut pentru alte semne. Raymond Firth (1973) corelează clasificările Peirce și Morris și distinge între index – semn care presupune legătura directă cu semnificantul, semnal – care aduce în discuție acțiunea consecutivă, stimulul care cere un răspuns, icon – semn presupunând similitudinea sensibilă cu ceea ce reprezintă, respectiv simbol – semn care caracterizează o serie completă de asociații în elese convențională ca exprimând gânduri, emoții, evenimente (McQuail, 1999:74-75).

În baza triunghiului semiotic amintit, relațiile semnelor cu elementele care converg în definirea lor dau naștere unor discipline subsumate semioticii. Astfel, la Morris relația semnelor cu ele înseși stă la baza *sintacticii*, relația semnelor cu obiectele pe care le desemnează dă naștere *semanticii*, iar relația semnelor cu utilizatorii este obiectul de studiu al *pragmaticii* (*apud* Lohisse, 2002:70). Dacă sintactica și semantica sunt corespondente dimensiunilor paradigmatică, respectiv sintagmatică a codului lingvistic, pragmatica, presupunând utilizarea efectivă a semnelor presupune o abordare diferită. Pragmatica reprezintă, a adăuga, o disciplină a limbajului, care studiază raporturile semne – utilizatori, dar și modul de folosire a semnelor și efectele produse de acestea. Pragmatica scoate în evidență caracterul activ și interactiv

al limbajului și structura de norme și convenții stabilite în cazul comunicării lingvistice.

Capacitatea de utilizare a comunicării verbale între parteneri a fost analizat prin prisma dimensiunilor semantice și sintactice. Fără a lua în calcul perspectiva pragmatică, Chomsky a definit *competența lingvistică* drept „capacitatea unui vorbitor ideal de a stăpâni un sistem abstract de reguli generative de vorbire”. Introducerea termenului de competență lingvistică, termen ce ilustrează „cum este dobândit sau folosit limbajul” (Chomsky, 2006:4) este strâns legat de un model de achiziție lingvistică ce are la bază teoria unei gramatici universale. Într-un context de acte particulare de limbaj, competențele lingvistice chomskiene și s-a adăugat de către Hymes (1974) dimensiunea pragmatică. A luat naștere, astfel, *competența de comunicare*, care presupune utilizarea limbii în manieră adecvată în contexte diferite. Aspectele competenței comunicative, în viziunea lui Hymes, nu privesc numai potențialul sistemic al limbajului (abordat și de Chomsky), ci și contextul comunicării și măsura adecvării la context. Competența comunicativă presupune, așadar, capacitatea adaptării la interacțiunea socială și la experiența acumulată. Raportându-ne la formula saussuriană: limbaj = limbă + vorbire, competențele aferente sunt următoarele: pentru limbaj, competența comunicativă iar pentru limbă competența lingvistică. În ceea ce privește vorbirea, putem puncta *competența discursivă*, care privește capacitatea subiectului vorbitor de a produce enunțuri adecvate unei formațiuni discursive adecvate. Astfel, competența discursivă poate fi privită ca fiind eminentă interdiscursivă, deoarece situarea în interiorul unei formațiuni discursive înseamnă cunoașterea poziționării acesteia comparativ cu alte formațiuni discursive, fapt de care se delimitează ideologic.

Rămânând pe teritoriul pragmaticii, John L. Austin (1975) denumea utilizarea limbii în situații concrete de comunicare *acte de limbaj*. Un act de limbaj este alcătuit din trei componente (Austin, 1975:109):

- locuționar, prin intermediul căreia se realizează transmiterea de semnificații prin emiterea unui mesaj;

- ilocuționar, constând în exprimarea unei anumite intenții comunicative și proiectarea unui obiectiv conștient în raport cu receptorul, respectiv

- perlocuționar, vizând realizarea unui efect asupra receptorului, prin ducerea la îndeplinire de către receptor a obiectivului vizat de emițitor.

Deși inițial Austin distingea doar între componenta verbalizată, „locuționar” a actelor de limbaj (*sayings*) și cea acțională, „ilocuționar” (*doings*), ultima categorie este îmbogățită cu dimensiunea „perlocuționar”, vizând ducerea la îndeplinire a intenției:

Am distins, în primul rând, un set de lucruri pe care le facem spunând ceva, pe care le-am adunat, afirmând că îndeplinim un *act locutionar*, care este, *modo grosso*, similar cu enunțul a unei sensuri a unei referințe, în linii mari

echivalente <în elesului> în sens tradițional. În al doilea rând am afirmat că realizăm *acte ilocutionare* ca informarea, comandarea, alertarea, promiterea etc., adică enunțuri care au o anumită formă (convențională). În al treilea rând, mai putem realiza *acte perlocutionare*: ceea ce producem sau dobândim spunând ceva, cum ar fi convingerea, persuadarea, interzicerea sau chiar surprinderea sau inducerea în eroare (Austin, 1975:109).

Conținând cele trei componente ale actelor de limbaj, discursurile pot fi privite ca *macro-acte de limbaj*.

Cea mai importantă clasificare, în interiorul comunicării verbale, se realizează în funcție de canalul utilizat pentru transmiterea semnalelor. Astfel, putem distinge între comunicarea orală și comunicarea scrisă.

Comunicarea orală, mai puțin bogată și mai imprecisă din punct de vedere al utilizării aparatului semantic și sintactic, creează o primă impresie, superficială, care se constituie într-o „formă degradată, surcicioasă și incoerentă”, o varietate lovită de degenerescență a comunicării interumane” (Dinu, 2000:320), în comparație cu comunicarea scrisă. Cu toate acestea, privitor la dimensiunea pragmatică a limbajului, comunicarea orală se distinge printr-o putere mult mai mare de producere de efecte asupra interlocutorului. În primul rând, mesajul transmis prin intermediul canalului verbal beneficiază de suportul paraverbalului și nonverbalului, neputându-se face o delimitare clară, în cadrul actului de vorbire, între eficiența componentei verbale și a celei nonverbale. Actul de comunicare orală se poate realiza în contexte diferite prin modalități diferite. În baza studiilor lui Martin Joos (1967), vezi Dinu (2000:322-323), putem distinge cinci stiluri de comunicare orală, care se constituie în cinci pași ai îndepărtării față de comunicarea scrisă, astfel:

- *stilul rece*, specific comunicării mediate, caracterizând formele de comunicare necooperantă, presupunând lipsa feedback-ului și apropierea cea mai mare de rigorile comunicării scrise;

- *stilul formal*, specific comunicării de masă sau relațiilor formale dintre indivizi, caracterizat printr-un discurs bine organizat și coerent, pregătit dinainte;

- *stilul consultativ*, specific relațiilor formale în mediul profesional, caracterizat prin absența unei preelaborări și prin situarea într-un cadru comunicational informativ;

- *stilul ocazional*, specific conversațiilor libere între prieteni/cunoscuți, în care rigoarea discursului este abandonată în favoarea unei comunicări redundante, exprimând apartenența comună la același cadru social;

- *stilul intim*, specific relațiilor intime, caracterizat prin recurgerea la un cod personal și prin intenția exprimării, în lipsa oricărui constrângerii de natură convenției lingvistice la nivel de grup sau cultură, a unor sentimente și trăiri interne ale actorilor comunicării.

Comunicarea orală se caracterizează, de altfel, printr-un grad ridicat de interactivitate, prin coprezența participanților și prin reversibilitatea rolurilor între emițător și receptor (în cazul comunicării interindividuale). Ea presupune

mai mult libertate în ceea ce privește alegerea modalității de transmitere a informației, fixarea conținutului și obținerea de efecte asupra interlocutorului prin intermediul posibilității de a reformula sau adăuga. Pe de altă parte, comunicarea orală este imposibil de separat de componentele paraverbale și nonverbale ale comunicării.

Comunicarea scrisă se realizează prin apel la interconexiuni neuronale mult mai complexe decât în cazul vorbirii. Comparativ cu comunicarea orală, scrierea conferă posibilitatea „stocării” pachetelor de semnale care se constituie în mesaje, transmiterii lor în timp și spațiu și, mai ales, posibilitatea reluării sau revenirii asupra lor. Această teaurizare a mesajului scris conduce, de multe ori, la separarea acestuia de contextul producerii și de perceperea distinctă a unei intenții de autoproducere a textului în afara intenției de producere a autorului său. Comunicarea scrisă are un grad de interactivitate scăzut. Mesajul este pasat între emițător și receptor, de multe ori actul de comunicare întrerupându-se după o singură etapă; prin aceasta, rolurile de emițător și receptor devin ireversibile. Dimensiunile sintactice și semantice au un rol determinant în acest tip de comunicare. Comunicarea se realizează mai degrabă ca urmare a unor nevoi informative decât persuasive. Prin intermediul acestui tip de comunicare, odată izolat contextul de producere, se poate izola și componenta nonverbală.

3.2. Comunicarea nonverbală. Comunicarea nonverbală, termen utilizat pentru prima dată de Jürgen Ruesch și Weldon Kees (1956), a constituit obiectul studiului unor cercetători din cadrul colii de Palo Alto (Ruesch fiind, printre altele, apropiat al acestei grupări și colaborator al lui Gregory Bateson). Comunicarea nonverbală se realizează prin intermediul codurilor prezentaționale: prin elementele comportamentale și de prezență fizică ale individului, dar și prin percepția și utilizarea spațiului și timpului. În cadrul acestui tip de comunicare, codificarea se poate realiza voluntar sau involuntar, iar decodificarea și interpretarea mesajelor nu se realizează întotdeauna. Din altă perspectivă însă, emițătorul nu are întotdeauna intenția de a transmite nonverbal un mesaj, dar receptorul îi atribuie intenționalitate, în cazul în care decodifică și interpretează mesajul nonverbal. Canalele de comunicare nu se rezumă la cel vizual și la cel auditiv, ca în cazul comunicării verbale; prin comunicarea nonverbală se face apel la toate canalele senzoriale (un mesaj putând fi transmis printr-unul singur sau, concomitent, prin mai multe).

Nu se poate opera clar o delimitare între comunicarea verbală și comunicarea nonverbală decât în câmp teoretic. Aceste două forme ale comunicării coexistă în cadrul actelor de comunicare și se completează reciproc. Comunicarea nonverbală înțreține mesajul verbal, iar receptarea se realizează simultan pentru ambele coduri în care a fost engramată informația în cazul comunicării față-în-față. Dacă fiind această apropiere între cele două tipuri de comunicare, cercetătorii în domeniu, începând cu reprezentanții Școlii de la Palo Alto, au ajuns la concluzia că mesajele transmise nonverbal sunt organizate în pachete de semnale care pot fi reduse la semne elementare, comune întregii umanități sau unor spații culturale delimitate. Este cazul lui

Ray L. Birdwhistell (1952) care, studiind gesturile, a propus o organizare a acestora în baza normelor de organizare lingvistic , tot el fiind cel care a abandonat ideea, devenind criticul propriei teorii și considerând că nu există nici măcar un singur gest care poate fi considerat universal valabil.

O primă clasificare ce se poate opera în câmpul comunicării nonverbale face distincție între elementele *vocale*: râsul, strigătul, mormitul, cântatul, intonația, accentul etc. și cele *nonvocale*: mimica, gestica, mișcarea corpului, pozițiile adoptate, orientarea privirii, surâsul, strângerea mâinii, bătăia pe umăr etc. Practic, vorbind despre comunicare nonverbală vocalică constatăm că aceasta se referă și la aspectele sonore ale comunicării verbale, nu cum s-ar înțelege, în primul rând, în opoziție cu aceasta.

Continuatori ai tradiției paleoaltiste, americanii Paul Ekman și Wallace V. Friesen (1969:49-98), v. și Chelcea *et al.* (2005:130-135; 2008:144-149) au propus o altă clasificare a elementelor comunicării nonverbale în:

- *embleme* sau gesturi substitutive, care în loc de cuvinte și care pot alcătui un cod sau chiar un limbaj. Emblemele sunt rezultatul convenției în cadrul comunității paralingvistice și sunt folosite în mod intenționat pentru a exprima înțelesuri fără echivoc și neinfluențate de contextul producerii. Ele sunt specifice anumitor spații culturale, deși unele dintre ele au devenit gesturi cu semnificație transculturală ;

- *ilustratori* sau elemente nonverbale care însoțesc și completează mesajul verbal. Ilustratorii nu sunt utilizați independent de conținutul verbal al comunicării, altfel devenind embleme;

- *expresii faciale*, care pot fi neintenționate (expresii ale emoțiilor) sau intenționate (în cazul exprimării teatrale a anumitor trăiri);

- *reglatori*, elemente nonverbale care mențin și controlează interacțiunea emiștorului cu receptorul. Reglatorii au rolul de a asigura un feedback, indiferent dacă sunt sau nu conștientizați de emiștor;

- *adaptori* sau gesturi stereotipe, care transmit informații vagi, imprecise, creând mai degrabă premisa percepției stării de disconfort, nervozitate, nerbdare, tensiune psihică în care se găsește persoana respectivă, decât posibilitatea decodificării acestora ca semne de sine stătătoare. Adaptorii nu au înțelesuri precise ca emblemele, de exemplu. Ambiguitatea adaptorilor nu poate conduce la o interpretare explicită, ci doar la interpretarea stării pe care o exprimă.

Considerând corpul uman principalul transmisor de mesaje nonverbale, Michael Argyle (1975/2004), v. și Fiske (2003:93-95) identifică zece categorii mari de coduri nonverbale, astfel:

- *contactul corporal*, privitor la circumstanțele atingerii între persoane și vizând o interpretare culturală. Contactul pielii se produce cu o frecvență foarte ridicată în primii ani de viață între mamă și copil. Cu vârsta, se impun anumite tabuuri. În raport cu elementele de natură haptică (cele ce privesc atingerea cutanată), începând cu anii 1980 s-au realizat o serie de hărți corporale variind între genuri și tipul de relație dintre persoane. Printre aceste

hărțile ale contactului cutanat se numără și cele realizate de W.S Rogers în 2003, mai exact hărțile privind zonele corporale ale bărbaților și femeilor și emoțiile generate de atingere (*apud* Chelcea *et al.*, 2008:82). Strângerea mâinii, bătăia pe umăr, sрутul mâinii, îmbrățșarea, sрутul sunt forme uzuale de contact cutanat. Aflat la zona de graniță a studiului componententului nonverbal, neuroștiințelor și tehnologiilor privind stimularea sau protezarea, haptica se bucură de un intens interes în lumea științifică. O atenție aparte în raport cu atingerea cutanată îi este acordată strângerii mâinii, puternic conotată cultural, vizând reguli clare privind ordinea întinderii mâinii, modul în care se realizează, distanța dintre persoane, orientarea etc. În raport cu aspectele de natură haptică, antropologii au sugerat, plecând de la modelele din lumea animală, posibilitatea clasificării culturilor în culturi de contact care tind să interacționeze cutanat frecvent și care presupun distanțe reduse între partenerii de comunicare, respectiv culturi de noncontact, în care persoanele interacționează de la o distanță mai mare, evitând atingerea sau diminuând numărul de atingeri (Hall, 1966; Montagu, 1978);

- *proximitatea*, sau apropierea persoanelor în timpul comunicării, variind, de asemenea, după coordonate culturale. Proximitatea comunicățională constituie obiectul de studiu al proxemicii. Plecând de la studiile etologului elvețian H. Hedinger (1955), beneficiind totodată de studiile predecesorilor săi, printre care Emory S. Bogardus (1933), sociolog american care a introdus *scala distanței sociale* (o sinteză a raporturilor de comunicare – distanță socială a fost realizată de Ciupercă, 2010:75-94), Edward T. Hall (1959) a delimitat patru tipuri de zone de interacțiune umană, variind în anumite limite de la cultură la cultură. Aceste zone au fost determinate în urma unor măsurători în ceea ce privește pragurile de identificare a vocii umane, astfel: a) zona intimă, de la suprafața epidermei până la circa 45 cm, cu o subzonă apropiată, de până la 15 cm, în care comunicarea tactilă și olfactivă se realizează cel mai ușor; această zonă este specifică raporturilor materne, relațiilor intime, dansului, luptei corporale; b) zona personală, cuprinsă între 45 și 125 cm, cu o subzonă apropiată până la 75 cm, presupunând familiaritate, apropiere fizică, respectiv o subzonă îndepărtată, caracterizând dialogul obișnuit, informal, dintre doi interlocutori; c) zona socială, cuprinsă între 125 și 360 cm, cu o subzonă apropiată, până la 220 cm, specifică dialogului formal, raporturilor de serviciu și negocierilor impersonale; subzona îndepărtată indică o anumită distanță ierarhică; d) zona publică, peste 360 cm, cu o subzonă apropiată, până la 720 cm, caracterizând comunicarea publică, în fața unui grup sau a unei mulțimi, presupunând discursuri formalizate și reducerea posibilității de feedback. În afara studiului distanțelor personale, proxemica privește și organizarea spațială, expunerea spațială a persoanelor în interacțiune. Distincția dintre spațiul sociopet și cel sociofug propusă de Humphrey Osmond și analizată de Edward T. Hall (*Chelcea et al.*, 2008:56), descriind poziționarea de apropiere (convergența) sau de îndepărtare (divergența), este de asemenea conotată cultural. Contactul

corporal și proxemica ar trebui, natural, să fie completate de semnalele nonverbale olfactive, dar olfactiva nu face obiectul analizei lui Argyle;

- *orientarea*, presupunând poziționarea unuia față de cel alt în timpul comunicării. Orientarea a devenit element studiat în clasificările proxemice propuse de Edward T. Hall (1963/1972), care a introdus geometrișmul unghiular al poziționării plecând de la trei orientări fundamentale ale corpului emițătorului și receptorului în comunicare: față c tre față (*face-to-face*), profil c tre profil (*side-to-side*) și spate c tre spate (*back-to-back*). Orientarea *face-to-face* presupune maximizarea interacțiunii, fiind singura care permite contactul vizual direct;

- *aspectul*, aici intrând în calcul, pe de o parte, aspecte voluntare legate de vestimentație, frizur , ornamente, tatuaje, utilizarea produselor cosmetice etc., pe de altă parte aspecte involuntare: înălțime, greutate, pilozitate, ten etc. Prima categorie privește aadar artefactele: îmbrăcăminte, podobe, accesorii vestimentare, care au determinări geografice, istorice și culturale precise și care devin, contextual, simboluri ale identității personale și sociale, modalități de exprimare a adeziunii la grupuri, curente artistice, ideologii sau a diferențelor de orientare, clasă, vârstă. Artefactele pot fi, totodată, elemente de comunicare nonverbală prin intermediul cărora se exprimă statusul social sau apartenența la o anumită organizație profesională. Aspectul involuntar privește elementele de constituție corporală și fizionomie cărora li s-a acordat, în lipsa unor studii de specialitate, o anumită semnificație în raport cu trăsăturile psihologice ale persoanei. Elementele de natură somatotipologică, de pildă tipurile constituționale propuse William H. Sheldon (1949): endomorf, ectomorf sau mezomorf, sau cele de natură fizionomică (clasificate în tipologiile primare negroide, cauziene și mongoloide) nu pot oferi indicii clare de predispoziție comunicațională ;

- *mișcarea capului*, însoțind mesajul exprimat verbal și însoțind de gestiunea interacțiunii (elemente preponderent regulatorii). În mod natural, mișcarea capului ar trebui inclusă în categoria gesturilor, dat fiind complexitatea mișcărilor realizate în acest sens: datul din cap, aplecări, mișcări pe diferite direcții, înclinări, legănări etc. Totuși, mișcarea capului presupune un acord regulator, dublat de orientare și de contactul vizual, care permite un anumit grad de control al interacțiunii dintre actorii comunicării;

- *expresia facială*, studiată în funcție de elementele feței care, individual sau în anumite combinații, dau în alegeri privitoare la modul de interacțiune a participantului în actul de comunicare. Expresiei faciale li s-a creat o „gramatică” a combinațiilor, după model lingvistic. Condiționate biologic, expresiile faciale exprimate prin relaxarea sau încordarea celor 43 de mușchi faciali sunt universale. În cazul surâșului sau al râșului natural, la care sunt angrenați prin contractare mușchii faciali și cei ai ochilor (spre deosebire de expresia artificială a zâmbetului, de exemplu, care permite formarea, în timp, a ridurilor de expresie la coada ochilor), datul în scut este cel care primează .

Achizițiile psihologice și sociale sunt mai importante în cazul zâmbetului fals, spre exemplu.

- *gesturile*, transmise preponderent prin intermediul brațelor și palmelor, care s-a asociat, de asemenea, o sintactic gestural. Gesturile au fost obiectul studiilor de kinezic propuse de Ray L. Birdwhistell (1952), care a intenționat să construiască o gramatică gestural plecând de la unitățile de semnificație ale mișcărilor numite kineme, asociate fonemelor, proiectând un cod complex în care similaritățile dintre limbajul gestural și limbajul articulat se extind la asocierile: kinemofeme – morfeme; complex de kinemorfeme – cuvinte; construcții de complexe kinemorfice (sau construcții kinesintactice, *kynesyntactic constructions*) – propoziții (Birdwhistell, 1970:101). Cu toate acestea, antropologul american nu a reușit să impună proiectata gramatică kinezic. Gesturile au fost obiectul studiului diferitelorcoli/curențe în câmpul disciplinar al comunicării, începând cu cele de filiație paleoaltist, printre care și cea a lui Paul Ekman și Wallace V. Friesen, a căror clasificare a fost analizat anterior;

- *postura* sau modul de a sta, de a se așeza, învătă corporală în timpul mersului, care poate fi foarte puțin controlat. Postura, ca element de studiu în comunicarea nonverbal, își are originea în studiile antropologului american Edward T. Hall care, în 1963 propunea un sistem de notare a posturilor. În înțelesul lui Hall, orientarea și postura sunt inseparabile. Direct derivat din pozițiile statice ale corpului, mersul furnizează, în raport cu caracteristicile sale: regularitate, viteză, presiune, lungimea pasului, precizia direcției, ritm, la care se adaugă postura corporală în mers, importante informații (în primul rând medicale, dar și de personalitate) despre persoana care merge;

- *mişcările ochilor* și contactul vizual, presupunând un cod facil și direct de a transmite mesaje sau de a sublinia mesajele transmise verbal. Contactul vizual este cel mai important feedback. În funcție de aspecte de ordin cultural, social, de gen și vârstă, direcția privirii sau durata contactului vizual poate varia de la lipsa totală a contactului până la schimbul complet (*mutual gaze*). Interpretarea fiecărui tip de contact diferă cultural. *Mutual gaze* poate fi interpretat și ca interes ridicat (pentru mesaj sau pentru emițător), și ca lipsă de respect, infatuare, ostilitate, furie etc. Mișcările ochilor semnalează, de regulă, atenția sau dezinteresul, reglează dialogul și marchează limitele acestuia, au rol în proiecția credibilității în ochii celuilalt, dar pot avea și funcții de poziționare ierarhic de exprimare a diferențelor de status. În ceea ce privește oculistica, putem constata existența unor pattern-uri culturale ale privirii. În anumite culturi, aspecte de natură oculistică pot conduce la conflicte (de exemplu, privirea – insistent – a unei femei musulmane);

- *aspectele nonverbale ale vorbirii*, cuprinse în codul nonverbal vocalic, presupunând pe de o parte *prozodia*, care afectează cuvintele folosite (intonația, intensitatea vocii, accentuarea, pauzele intenționate în actul vorbirii etc.), pe de altă parte *paralimbajul*, care transmite informație despre vorbitor (ton, volum, timbru, accent, erori de pronunție, ritmul vorbirii, pauzele neintenționate în

vorbire etc.). În general paralimbajul are un înțeles larg, zoosemiotic (presupunând o gamă diversificată de elemente nonverbale vocalice), respectiv un înțeles restrâns, referindu-se la vocalizarea umană. În acești termeni, paralingvistica presupune un segment al comunicării nonverbale, deși elementele ale acestora sunt studiate în egală măsură și ca elemente de limbaj, și de paralimbaj. De exemplu, prozodia, care privește în special intonația, aparține ambelor domenii de studiu. Accentuarea, tonul, frazarea, elemente de natură prozodică fac obiectul studiului deopotrivă în ceea ce privește comunicarea verbală și nonverbală (Nöth, 1995:248). Dintr-o perspectivă mai explicită, Michael Argyle operează cu cele două concepte, paralimbaj și prozodie, ca fiind elemente ale codului nonverbal vocalic, sau, mai exact aspecte nonverbale ale vorbirii (*vocalization linked to speech*). În înțelesul dat de Argyle, prozodia se referă la afectarea cuvintelor folosite prin intonație, accentuare, utilizare a pauzelor sau orice formă de modulare vocală pentru a pune în evidență un anumit conținut emoțional: „*Prosodic signals* are really part of language – e.g. rising pitch to ask a question, pauses and other aspects of timing to show syntax, loudness to give emphasis” (Argyle, 2004:114). Printre aspectele nonverbale ale comunicării se numără și manifestările sonore fără conținut verbal (majoritatea neintenționate): sfericitul, tușitul, râgâitul, oftatul, gemetele, plescitul etc., dar și componenta sonoră a râsului.

Septimiu Chelcea *et al.* (2005; 2008) sistematizează disciplinele specializate în studiul anumitor tipuri de comunicare nonverbală și distinge, printre altele, kinezica, proxemica, oculezica, haptica, vocalica, olfactivă sau cronemica, discipline ce studiază codurile de limbaj nonverbal în mare măsură după schema propusă de Argyle. Astfel, kinezica se ocupă cu studiul gesturilor, proxemica are drept obiect de studiu distanțele interpersonale, oculezica privește contactul vizual, haptica se referă la contactul cutanat, vocalica studiază paralimbajul, olfactivă se raportează la semnele olfactive, iar cronemica la percepția timpului. În afara celor care fac obiectul analizei în clasificarea lui Argyle, studiul-sinteză al cercetătorilor români Septimiu Chelcea, Loredana Ivan și Adina Chelcea aduce în discuție cel puțin două elemente suplimentare:

- *olfactivă*, sau studiul semnalelor olfactive. Având origini în comunicarea nonverbală în lumea animală, comparat cu elementele de olfactiv studiate de zoosemiologie, studiul semnelor olfactive la om pune în discuție un simț mult atenuat, dar care produce o formă de comunicare nonverbală consistentă, inclusiv în ceea ce privește preferințele inter-genuri. Spre exemplu, semnalul olfactiv transmis neintenționat și receptat fără conștientizarea analizei, indică o apropiere a femeilor de bărbați în raport cu formația genetică intitulată *major histocompatibility complex* (MHC), marker al similarității genetice (Chelcea *et al.*, 2008:97). De asemenea, mirosul are o însemnătate de necontestată în raporturile dintre mamă și copil. Haloul olfactiv, la fel ca și cel al frumuseții (al armoniei formelor corporale/faciale), construiește nonverbal o predispoziție comunicatională;

- *cronemica*, sau percepția și semnificația utilizării timpului, cu puternice conotații culturale. Această dimensiune comunicational nonverbal îi are originea în studiile lui Edward T. Hall (1959/1988), care distinge între timpul liniar, monocronic, cu încadrări istorice (modernitatea) și cultural (nord-estul european, spațiul nord-american) precise, respectiv unul policronic, neliniar. Dincolo de cele două ipostaze anterior amintite și de conotația culturală a acestora, Hall distinge între un timp tehnic, un timp formal și unul informal. Timpul tehnic nu este relevant pentru codul cronemic, dar timpul formal oferă informații atât despre cadrul cultural, cadrul situațional concret, cât și despre aspecte care țin de personalitatea indivizilor în cauză.

În linia cercetărilor din domeniul comunicării verbale, privitoare la abilitatea de a utiliza limba în manieră adecvată în contexte diferite, a fost propusă și expresia *competență de comunicare nonverbală*. Competența de comunicare non-verbală (*nonverbal communicative*) este definită de Nicholas O. Jungheim (2006:126) ca fiind o parte a competenței de comunicare și presupune abilitatea de a interpreta elementele non-verbale și de a face apel la acestea pentru sublinierea/întărirea mesajului verbal exprimat, în schimb ce pentru Howard S. Friedman, Ronald E. Reggio și Daniel F. Castella (*apud* Chelcea *et al.*, 2005:181), competența de comunicare nonverbală (de această dată *nonverbal skills*) desemnează expresivitatea emoțională și controlul sinelui. Mai mult, plecând de la ideea că în cadrul comunicării verbale limba modelează cultura și de aici rezultă o oarecare opacitate între comunitățile lingvistice, conform ipotezei Sapir-Whorf a relativismului cultural, McQuail lansează ideea existenței unor comunități paralingvistice (McQuail, 1999:87) care modelează la nivelul altor coduri culturale, fără ca granițele comunităților lingvistice și a celor paralingvistice să coincidă.

4. Geneza comunicării verbale

4.1. Orizonturi încețoșate. Istoria evoluției semnelor grafice, utilizate cu rolul de a desemna referenți externi, se confundă, de cele mai multe ori, cu istoria mijloacelor de comunicare. Așupra intenției (de a transmite mesaje explicite, de a reprezenta ceea ce este cunoscut actualmente sub numele de «art preistoric» sau de a acorda reprezentărilor valoare magică) planează suspiciuni. Cert este că în lipsa unor probe elocvente în domeniu, istoria nu poate consemna etape distincte ale evoluției vorbirii și scrierii, ci doar indicii unui demers deductiv. Pe de o parte, pentru a văna, omul preistoric imită natura, se folosea de blana animalului sau de mască pentru a se apropia mai mult de posibila pradă. Probabil actul imitării nu se limita la aspectul exterior, ci și la sunete, atitudini și mișcări. De domeniul supoziției rămâne și ordinea în care au apărut pantomima, pantomima simbolică (în ritualuri), dansul (ca repetiție rituală a mișcărilor animalului), onomatopeea, fonemul elaborat spontan (posibil sunetul imitat din natură sau sunetul ratat, imposibil de redat de aparatul fonator al omului preistoric, aflat într-un anumit stadiu al evoluției), al turarea de foneme, proto-cuvântul, limbajul afectiv, limbajul-convenție. Un rol important în această evoluție îl joacă ritmul, preluat de dansul ritualic și de limbajul care, probabil, s-a „închegat” pe ritm, după cum sugerează Ion Biberi (1968:15):

Redus la o gesticulație mai limitată, predominant buco-facială, pantomima a devenit, la capătul unei îndelungi evoluții, cântec și limbaj; în loc să imite faptele lumii corporale, omul le-a imitat prin sunet și mișcări ritmice; expresia era diferită, dar mecanismul psihologic profund era același: caracterul simbolic al actului.

Rolul ritmului a fost și acela de a crea corespondența între sunet sau ansamblul de sunete și realitate, corespondența în care ansamblul de sunete conturat în proto-cuvânt (de origine onomatopeică) se identifică cu obiectul. Intenția de imitare a realității exterioare a avut drept rezultat continua mutație de natură anatomo-fiziologică, atât la nivelul conformației maxilarului, a limbii, a dimensiunilor cutiei craniene și a complexității sistemului nervos central, fapt ce a determinat posibilitatea elaborării unui sistem de convenții, a unui limbaj care să răspundă necesităților de comunicare specifice. Pe de altă parte, ambianța imediată a fost transpusă în desene. Desenele făceau trimitere directă la natura obiectului reprezentat. Analogiile elementare au fost înlocuite treptat de analogii mai subtile, lăsând locul unei lumi mentale complexe, în care imaginea desenată nu mai făcea trimitere doar la realitatea exterioară, reprodușă, ci căpătase valențe magice, prin presupunerea, pe palier mental superior, a identității dintre imagine și realitate, dintre actul simulat și actul

s vârit: „În gândirea omului, realitatea nu se r sfrângea simplu, prin percep ie pur , ci se convertea în semn, în imagine, în simbol” (Biberi, 1968:14).

Nici m car pe scara evolu iei speciei umane nu se pot puncta, cu exactitate, momentele de referin în apari ia vorbirii i semnelor grafice ca semnifican i, cât vreme acestea sunt rezultatele unor îndelungi procese de percep ie, analiz i interpretare a realit ii exterioare. Revela ia transcendentului, de pild , nu poate fi localizat în timp, ci doar se poate presupune c s-a petrecut odat cu trecerea de la *Homo erectus (ergaster)* la *Homo sapiens*, în urm cu 200.000 de ani, i c e posibil s fi fost reflectat pentru început în riturile funerare. Practic, abia folosirea ocrului, în produsele artistice aurignaciene i postaurignaciene, poate constitui un indiciu al preocup rilor artistice, dar nu se poate stabili când, în ce împrejur ri i sub ce influen e au ap rut acestea. Cum nu se poate sus ine, cu dovezi suficiente, dac primele înmormânt ri rituale, ca rezultat al preocup rii fiin ei de transcendent, au apar inut lui *Homo sapiens neanderthalensis* sau lui *Homo erectus (Pithecanthropus pekinensis)*. Cert este c la *Homo sapiens neanderthalensis* se poate vorbi despre preocup ri estetice, fiind descoperite podoabe rudimentare, statuete de filde , fluiere de os, unelte de piatr , pe când la *Homo sapiens sapiens*, începând cu 30.000 î.Chr., a ap rut deja desenul elaborat, prin zgârierea pe argil , prin realizarea de gravuri pe pere ii pe terilor, pe oase, coarne de cerb sau filde i de mamut. De la simplele contururi geometrice, pân la arta elaborat a cavernelor, încadrat în „stiluri” (sau „coli”), realiz rile artistice descoperite ofer indicii importante în ceea ce prive te evolu ia iconului ca semnificant i raporturile dintre semnificant i referent.

Nu trebuie s uit m c în cadrul produc iilor artistice portabile sau murale se g sesc diferite semne geometrice (meandre, cercuri, triunghiuri) sau mai complexe (cruci gamate, cruci claviforme, simple) i mâini, mai ales mâini, care toate pot fi încadrate într-un sistem simbolic unitar (coerent) cu func ii rituale i mai ales magico-religioase, sistem care, de i nu a fost decriptat, prin îns i prezen a lui dovede te existen a unor preocup ri metafizice ale omului ultimei glacia iuni. (B l ceanu-Stolnici *et al.*, 2006:82)

Pertinent ar fi analiza produc iilor artistice începând cu aceast perioad , a ultimei glacia iuni (Wurn-Wisconsin, cca.70.000 – 12.000 î.Chr.), în care raporturile semnificant-referent, mediate de conceptul mental, de semnificat, scot la lumina studiului elemente ale gândirii „traduse” în exterior, elemente reprezentate (prin filtrul perceptiv i expresiv al autorului) i transformate în simboluri. Privind prin prisma simbolicii apari ia limbajului, oral sau scris, este mult mai u or de în eles de ce contururile prime au devenit reprezent ri elaborate ale lumii înconjur toare, de ce semnifican ii grafici au fost supu i unor sisteme conven ionale, unor coduri a adar, de ce maniera de reprezentare a unui referent putea fi citit într-un anumit context i era purt toare de cod, de ce s-a recurs, ulterior, la schematizare, la ideogram , la reprezentarea unui concept mental, cu referire la un context cultural comun, la

un sistem de convenii. La fel de bine cum semnificantul grafic a evaluat de la reprezentarea referentului prin *pictogram* la un grad mai ridicat de abstractizare și la înclinarea balanței semnificat-semnificant versus referent-semnificant în favoarea primei relații, la simplificarea grafic prin *ideogram*, ulterior la o clasificare noțională, la o funcție clasificatoare, la *taxogram*, independente de limba vorbită, și în ceea ce privește semnificantul fonetic, în imitarea sunetelor din natură a fost posibil trecerea de la sunetele *ecofone* (onomatopeele clasice, imitate cu înaltă acuratețe) la *ideofone* (prin transformarea sunetelor ecofone în proto-cuvinte desemnând acțiuni ale referentului sau făcând trimitere la referent), respectiv la *taxofone* (prin apel la palatizare/depalatizare a cuvintelor afective, în procesul de numire).

4.2. Revoluția fonetică. Chiar dacă la nivelul producerii sunetului se realizează fizic primul salt din perspectiva revoluției la nivel fonetic, adevăratul salt calitativ se petrece la nivel comprehensiv. Cu siguranță, revoluția fonetică nu a presupus doar trecerea de la zgomotele nearticulate și articulate (fonemele elaborate spontan pentru imitarea naturii) la sunete articulate, ci la dezvoltarea rețelelor neurocorticale care au început să discearnă între contextele semantice de producere a respectivului sunet. Articulația sunetelor a devenit cauză și efect al acestei revoluții: cauză, prin realizarea diferenței între fonemul elaborat spontan și sunetul articulat de imitare, iar efect prin creșterea diferenței între aceste două tipuri de sunete și realizarea sincronismului mișcărilor articulatorii permițând articularea sunetelor (în limitele convenției impuse de comunitatea în cauză). Astfel, omul a început să discearnă între sunetul purtător de mesaj prim, emis de vieuitoarele din natură, și sunetul purtător de mesaj secund (mesaj deja prelucrat despre natură), sunete articulate purtătoare de semnificații – la început, probabil în limite mai largi în ceea ce privește perturbarea sincronismului articulatoriu –, conținând un mesaj privitor la o gamă variată de procese, pornind de la percepția simplă a unui act, a unui fapt sau a unei entități până la senzații.

În natură, comunicarea se supune unor alte reguli decât cele care gravitează preponderent în jurul comunicării verbale, în cazul oamenilor. Dar ne înțelegem dacă, situându-ne în zona proceselor semantice preverbale și eliminând codul molecular – efect al inteligenței materiei, sistem de semne dominant în ceea ce privește arealul viului – avem impresia unei lipse de repere din perspectiva comunicării. Mai întâi trebuie semnalată variația tipurilor de comunicare în lumea vie, grupate în jurul a două nuclee importante: comunicarea intraspecifică și interspecifică, referitoare la mijloacele la care face apel entitatea pentru a comunica cu reprezentanții ai aceleiași specii, respectiv cu reprezentanții ai altor specii, genuri, familii, ordine, clase, încrengături sau regnuri. În ambele tipuri majore de comunicare, semnalul emis, de natură vizuală, acustică, tactilă, olfactivă etc. sau combinat, însoțit de emiterea unui hormon capabil să fie cules de organele receptoare ale destinatarului, conduce la reacții răspuns (Sebeok, 2002:80-87). Altfel spus, trecerea de la un sistem de comunicare din lumea vie, bazat pe anumite canale,

la un sistem de comunicare preponderent auditiv, în cadrul unui spectru de frecvență specific, denumit comunicare verbal (bazat, cum am văzut, și pe prelucrarea de date la un nivel diferit de lumea animală, decât cea superioară acesteia, al neocortexului), devine firească. Cu menirea acestui tip nou de comunicare, pe care a se produce începând, probabil, cu *Homo erectus*, vizează pre-existența unor reguli și criterii semantice, a unei capacități interpretative continuu antrenate să se raporteze la un mediu dinamic. Condiționarea de mediu, dat fiind sistemul de semne animale moțenit, studiat de zoosemiotici (Sebeok, 2002:82), a condus fie la constituirea directă unor mecanisme semantice, fie la constituirea acestora în mod indirect, prin transferuri semantice pe scheletul comunicării intraspecifice. Probabil constituirea acestor mecanisme s-a realizat atât direct, cât și indirect, dat fiind posibilitatea de mediere moțenită prin intermediul a ceea ce poate fi grupat acum sub numele de comunicare intraspecifică. Lucian Culda (1989:53-56) situează această etapă a comunicării în stadiul genezei codului figurativ, determinat de specificitățile nevoilor funcționale ale organismului, caracteristicile structurale ale comunității, caracteristici de mediu etc. Trecerea de la sistemul de convenții ideofone la limbaj, în paralel cu abandonul codului figurativ, nu s-a realizat conștient. De altfel, limbajul se situează la nivelul gândirii inconștiente: nu se conștientizează, în această etapă, fonemele și nici opozițiile fonologice, care ar putea permite descompunerea fiecărui sunet în elemente diferențiale (Lévi-Strauss, 1978:70). Caracteristic acestei etape este elaborarea colectivă a limbii, într-un cadru care depășește stricta conștientizare a sa de către membrii comunității lingvistice – iantere limba ca regn, în accepțiunea lui Saussure. Treptat, proto-cuvintele, asociațiile de sunete ideofone, lasă locul unor asocieri fonetice arbitrare în raport cu referentul. Doar că în această etapă proto-cuvintele sunt folosite cu zgârcenie, în limitele unor norme de conduită verbală, iar trecerea de la o relație stabilă semnificat-semnificant, la una bazată pe arbitraritate survine lent.

Problema revoluției la nivel fonologic nu a presupus transformarea sunetelor ecofone în sunete ideofone, ci saltul calitativ la nivelul receptivității semnificațiilor în relațiile dintre ființele umane. Revoluția fonetică reprezintă doar marca exterioară a unui proces complex, de transformare calitativă în actul de comunicare, în sensul abandonului simplei comunicări intraspeciale de natură animală în favoarea unei comunicări semantice. Și tot mai procesul de trecere de la sunetele ecofone la cele ideofone a fost dublat de un amplu proces de simplificare a numărului de sunete în proto-limba pe care se instaură. „(...) nici o limbă nu reține decât un număr foarte mic dintre toate sunetele posibile (...)”, aserțuează Lévi-Strauss (1978:52-53), tot el fiind când o paralelă cu diversitatea atitudinilor posibile în cadrul grupului social:

ca și limba, grupul social găsește la dispoziția sa un foarte bogat material psihofiziologic; de asemenea, ca și limba grupul social nu reține din acest material decât anumite elemente, dintre care unele cel puțin rămân aceleași

în cele mai diverse culturi, și pe care le combin în structuri mereu diversificate.

Dar reducerea sistemului fonologic la sunetele esențiale ale proto- limbii, în contextul în care, pe acest nivel al limbii (față de nivelurile lexical, morfematic sau sintactic) mobilitatea este cea mai scăzută, nu s-a putut realiza decât la influența directă a mediului extern în ceea ce privește trierea sunetelor. Prezența anumitor specii de animale în arealul comunității lingvistice a avut influență asupra modului de articulare a anumitor sunete, fie ele vocale sau consoane. În ceea ce privește vocalele, exemplul limbii maghiare este elocvent. Comunitatea lingvistică maghiară, trăind în preajma cailor, a dezvoltat un sistem de rezonanțe caracteristice, primare și secundare, derivate din vocala labial semi-închis „o”, împărțite după timbru în acute: *ö*, , respectiv grave: *o*, *ó*, cu perechile lor închise articulate posterior, acute: *ü*, , respectiv grave *u*, *ú*, capabile să reproducă cât mai fidel nechezatul. Și tot mai însusesc aceste patru sunete-tip specifice limbii maghiare, redând posteriora labial semi-închis „o” sunt și ele rezultatul mediilor diferitelor tipuri de pronunție ale respectivelor sunete; fiecare dintre cele patru foneme sunt unități fonologice, reuniuni de particularități capabile să fie recunoscute doar de nativ (ca urmare a dezvoltării unei anumite deprinderi de a reproduce anumite serii de sunete din cadrul natural specific comunității lingvistice, deprindere engramată genetic). Un exemplu concludent privitor la consoane ni-l oferă limba arabă, caracterizat prin consonantism bogat, în care întâlnim aze laringale (kh, gh, h, ‘, ħ, ‘), care au o articulație forte și influențează vocalele alăturate, reproducând, cu o mai mare fidelitate, sunetele emise de cămile.

Nu poate fi exclusă posibilitatea transformării sunetelor ecofone în sunete ideofone și interpretarea semantică a acestora ca urmare a unor „reflexe condiționate”, asociindu-se anumitor stimuli ale organismului un anumit tip de reacție la nivel fonetic. Cum nu poate fi exclusă nici comunicarea prin cel puțin două canale, unul la nivel fonetic (transmiterea unui anumit tip de sunete asociat unei anumite stimuli), altul prin emisii de hormoni (canal specific comunicării în lumea animală) care să faciliteze „traducerea” semnalului sonor. Reflexul condiționat ar fi rezultat, a adăuri, în urma asocierii condiționate a sunetelor de o anumită factură, într-un anumit registru, cu o anumită sonoritate și cu un timbru specific, unei experiențe comune. Prin aceasta ia naștere posibilitatea de interpretare a unor semnificații derivate, transmise prin intermediul emitorului. Canalul auditiv se dezvoltă în detrimentul celui alt, în timp ce semnificația derivată, ca urmare a repetabilității unor anumite procese și fenomene „interpretate” și transmise de emitor, începe să câștige teren în fața semnificației primare, rezultat în urma prelucrării semantice a mesajelor din natură. Noul tip de comunicare, mediat, face obiectul etnologiei, dat fiind faptul că dincolo de simpla geneză și dezvoltare a unor modalități de transmitere a anumitor mesaje trebuie să vorbim și despre dezvoltarea cunoașterii. Semnificația derivată începe să nu mai creeze în mintea

receptorului un triunghi semantic cu un referent, ci doar o relație semnificant-semnificat, în care semnificatul îne locul referentului, prin raportare la experiențele anterioare. A adar, locul referentului este luat de o zonă „invizibilă”, rod al imaginației ap rute ca urmare a unor raporturi la experiențele anterioare. Această zonă de „vid referențial” lasă locul, treptat, unor „entități invizibile” care controlează și coordonează vizibilul.

A adar, caracteristicile codului figurativ generează procese semantice ce disting între două zone ale existenței, afirmă dependența de invizibil și atribuie entităților din această zonă puteri de care entitățile perceptibile vizual nu sunt capabile (Culda, 1989:72).

Revelația transcendentului, în urmă cu 200.000 de ani, ar putea fi justificată în acest mod, al scoaterii treptate a referentului dintr-o anumită zonă a comunicării. Raportul semnificant-obiect era mediat. Nu se realiza legătura dintre semnificantul verbal și un referent oarecare, ci între semnificant și o imagine-simbol, un semnificat construit în baza experiențelor anterioare. Altfel spus, în comunicarea în perioada de înlocuire a codului figurativ cu codul verbal, relația de semnificare este exterioră și ulterioară relației de numire; mai mult, aceasta devine doar manifestarea explicită a „unirii” în sensul liniilor de forță date de relația de semnificare ca preexistent potențial ulterior. Această dublă relaționare dă naștere unui limbaj dublu, în termenii lui Roland Barthes: un limbaj propriu-zis, *limbajul-obiect*, convenia prin care se comunică și mitul, un *meta-limbaj*, un limbaj secund „în care se vorbește de primul” (Culda, 1989:99-100).

Abandonul codului figurativ în favoarea codului verbal, însă, a avut alte cauze. Intenția, în plan semantic, nu a fost de a introduce un anumit cod artificial în procesul de comunicare primar, ci de a denumi, localiza, semnala elemente ale ambientului. Dar rezultatul nu a putut fi prevăzut, cum, de altfel, nici consecințele acestui rezultat. „Arbitraritatea semnificatului” este ceea ce deschide perspectiva unei evoluții paralele a semnelor, nu în lumea emitorului și a receptorului, ci într-o altă lume, într-un „alt patrulea regn”, cum îl numește Ferdinand de Saussure. A adar, vorbirea, presupusă de origine onomatopeică, a apărut ca urmare a imitării sunetelor din natură. Dacă limbajul gesturilor a precedat sau nu limbajul onomatopeic este irelevant din punct de vedere al evoluției semnelor scrise.

La origine, termenii inventați (sunetele ideofone) erau de fapt copii ale unor sunete nearticulate din natură (ecofone), imitându-le, în limitele capacității de reproducere în cavitatea bucală a omului primitiv, în limitele impuse de organele articulației: limbă, buze, maxilare, bolt palatin, vârful palatului și uvula. În plus, acești termeni primari mai erau restricționați și de câmpul auditiv al omului primitiv, a adar de pragul audibilității ca limită inferioară și pragul durerii ca limită superioară, atâta vreme cât în natură sunt produse regulat și sunete care se situează dincolo de aceste limite. Nu în ultimă instanță, trebuie să

supunem termenii omului primitiv unei a treia restric ion ri, tot la nivel auditiv, date fiind perturba iile ce intervin în acest proces. Dacă , în urma deprinderii, sunetele imitate se apropie foarte mult de cele din natur , acestea nu pot fi reproduse exact în exprimarea curent , date fiind asocierile care solicit un efort enorm. Pe de o parte, ca urmare a unei incapacit i de acomodare a mu chilor urechii solicita i de tensiunea nervoas , pe de alt parte ca urmare a incapacit ii de acomodare a organelor articula iei la reproducerea fidel , odat ce scopul devine comunicarea unui mesaj despre exterioritate sau a unei senza ii interioare, reproducerea aproximativ face uz de sunete u or de integrat într-un registru larg, acceptat de comunitate, iar onomatopeea se transform din imita ie spontan în imita ie voluntar , comandat , purt toare de informa ie prelucrat . Astfel, ea se traduce în „termenii verbali” ai unui stadiu incipient al contur rii limbajului.

Ace ti termeni preluând îns semnifica ii furnizate de codul figurativ, diversificându-se, la un moment dat întrunesc condi iile minime pentru a se contura mecanisme semantice capabile s prelucreze doar semnifica ii devenite verbale. Este plauzibil ca ini ial omul s reac ioneze la termeni verbali ca la orice alt semn recep ionat figurativ, dar propriet ile termenilor i presiunea problemelor sintactice generate de gruparea sunetelor articulate, probleme care nu pot fi asimilate de codul figurativ, determin apari ia i gruparea unor criterii i reguli semantice specializate pentru prelucr ri verbale, deci constituirea mecanismelor semantice capabile s realizeze construc ii semantice verbale. Indiciul genezei codului verbal este furnizat de posibilitatea omului de a realiza propozi ii i agregate de propozi ii (Culda, 1989:92).

În plan morfo-sintactic, existen a referin ei simbolice, a semnului propriu-zis, nu a impus o apari ie imediat a unei sintaxe. Sintaxa nu ar fi putut ap rea decât în urma unei evolu ii graduale a limbajului conven ie. Probabil, în cadrul aceleia i comunit i lingvistice, între apari ia sunetului care s desemneze entit i vii/obiecte/fenomene din natur sau care s le localizeze pân la apari ia propozi iilor s-au succedat multe genera ii care s „ lefuiasc ” conven iile limbajului.

Apari ia conven iilor în comunicarea verbal a presupus înregistrarea pasiv a acestora, deopotriv în memoria personal cât i în cea colectiv . Genera ie dup genera ie, „amprenta” conven iilor în mentalul individual s-a p strat prin prisma memoriei colective. Limba a luat fiin ca entitate vie, de sine st t toare, condi ie în care definirea ei în raport cu individul nu s-a putut realiza decât prin prisma comunit ii lingvistice. Limba a devenit produsul social depozitat în mintea cuiva (Saussure, 1972:44), în timp ce contactul cu colectivitatea a presupus o ruptur instaurat între semnificant i referent. Suma de conven ii a împins, ini ial, la perceperea unui raport limb -individ caracterizat prin egalitate a p r ilor în ceea ce prive te bagajul conven iilor lingvistice:

Limba există în colectivitate sub forma unei sume de amprente depuse în fiecare creier, aproape ca într-un dicționar ale cărui exemplare, identice, sunt repartizate indivizilor (Saussure, 1972:38).

Ulterior, limba se definește printr-o sumă de potențialități, care urmează, pe parcursul experienței lingvistice în cadrul comunității, să fie sau nu activate.

4.3. Revoluția grafică. Apariția primelor reprezentări grafice imitând referenții din natură nu este interpretată ca act de comunicare scrisă. Dar apariția scrierii nici nu poate fi mutat atât de târziu, cu trei milenii înainte de Christos. Surprinzătoare este ipoteza revoluției comunicationale din Neolitic, dublând revoluția tehnică și ocupațională. O evoluție în paralel a semnului grafic cu comunicarea orală, aproximativ între 6.000 și 3.000 î.Hr., ridică semne de întrebare în ceea ce privește teoriile antropologice:

În ciuda faptului că nu există cunoștințe directe despre limbile vorbite de oamenii din Neolitic, este probabil că, încă din această perioadă, limbile s-au fi suferit diferențieri, ajungând la o importantă varietate tipologică (Giovannini, 1989:24).

Diversificarea limbilor, apariția dialectelor și graiurilor nu au putut influența și o modificare de aceleași dimensiuni și în ceea ce privește tipurile de scriere. Chiar și în ziua de astăzi, tipurile de scriere pot fi ușor contabilizate. Tipologiile actuale de scriere sunt în număr de șase: logografic (organizat pe cuvinte), silabic (organizat pe silabe), alfabetic (organizat pe sunete), abugida (sistem în care consoanele sunt însoțite invariabil de vocale), abjad (sistem în care există simboluri grafice pentru consoane și semne specifice pentru vocale) și subfonologic (organizat pe blocuri de silabe). Aceste tipuri de organizare a scrierii sunt moșteniri ale anumitor culturi și influențe istorice și realizează, invariabil, legătura cu experiența grafică a vechilor popoare. Mai mult, există limbi eminentemente orale. Acesta s-ar putea constitui într-unul din cele mai importante argumente ale cercetătorilor care poziționează apariția vorbirii înaintea scrierii, din perspectivă cronologică.

Prima modalitate cunoscută de exprimare grafică o constituie picturile rupestre care, datorită faptului că fac apel la iconici și nu la grafem, nu li s-a acordat întâietate și în ceea ce privește istoria scrierii. Cu certitudine, aceste reprezentări comunicau, utilizându-se practic același suport ca și în cazul primelor scrieri. Însă, dat fiind perspectiva deformată asupra unității constitutive a textului, este abandonată dimensiunea iconică până în pragul transformării pictogramei în ideogramă, respectiv până la un anumit prag al coerenței textului iconic sau verbo-iconic. Cercetătorii, lingviști sau antropologi, proclamă anterioritatea psihologică și sociologică a vorbirii asupra scrierii. Contraargumentul presupune referirea la o relație mai complexă în cazul imitarii sunetului, în care

onomatopeea nu reproduce referentul, ci ofer indicii *de interpretat*, fa de reproducerea în mod vizibil a formei obiectului în cazul reprezentării picturale.

Natura poate fi perceput ca sistem de semne codificate mai degrabă prin prisma apariției vorbirii. Codificarea în reprezentarea picturală presupune o facilitare a percepției întregului, în comparație cu necesitatea de interpretare impusă de proto-cuvintele rostite. Codul iconic este mult mai accesibil decât codul fonetic. Mai mult, etapei proto-limbii vorbite (a ansamblului de sunete eco-ice/sau ideofone) îi corespunde, în plan mental, etapa iconică a comunicării scrise. Din această perspectivă, semnul pictural imitând referentul, în aceeași măsură în care sunetul ecofon imită sunetul din natură, se constituie în prima încercare de comunicare în scris. În bogăția sa semantică, acestuia nu-i lipsește nici referentul, nici semnificantul, nici semnificatul. Relația de semnificare se constituie pe raportul realitate-reprezentare picturală care induce, realizându-se ulterior prin asocierea spontană între concept și referent. Mecanismul semiotic este același ca și în cazul reproducerii sunetelor ecofone. Mai întâi se realizează inducerea mesajului din exterior prin prisma semnificantului fonetic, care realizează ulterior legătura cu conceptul. Sunetele, simplificate, reduse la capacitățile anatomice ale organului fonator uman, transformate în ideofone, realizează ulterior legătura directă între referent și semnificat. Însă, la fel cum comunicarea orală mediată conduce spre abandonul legăturii cu referentul, în favoarea dezvoltării unei relații semnificant-semnificat, în care conceptul mental înlocuiește locul referentului, la fel și în cazul reprezentării picturale triumphiul semiotic se reduce la o simplă relație între două vârfuri ale acestuia, creând posibilitatea înlocuirii „vidului referențial” cu entități invizibile. Treptat, și în cadrul exprimării scrise, prin apel la pictural, semnificantul creează legătura cu transcendentul, conferind desenului atribuții magice. Probabil primele inserții grafice, primele semne reprezentate ale lumii exterioare creau același efect de intensitate pe care îl creează, în scrierile contemporane, metalogismele aplicate prin adaos sau suprimare-adaos, cum ar fi, de pildă, hiperbola sau litota.

Evident, primele reprezentări grafice nu puteau da naștere unor relații asimetrice semnificant-semnificat, de tipul alosemiilor sau polisemiilor, cum nici nu se putea vorbi de asemenea gen de anomalii în cazul primelor onomatopee (proto-cuvintele). Dar, dată fiind diversitatea sunetelor din natură și diversitatea sunetelor emise de același animal, în contexte diferite, nu este exclusă relația asimetrică polifonie sau alofonie (cu doi semnificanți fonici fără când trimitere la același concept mental). În plus, spre deosebire de comunicarea orală, în care utilizarea semnului (sunetului eco-ice sau ideofon) pentru referent implică o mediere ortonimică nu neapărat precisă (fie prin apel la hiperonim, la genul proxim sau, *modo grosso*, la gen, fie prin apel la hiponim, la clasa subordonată), relația de semnificare scrisă induce un grad ridicat de precizie în medierea ortonimică.

Din nevoia de redare cu un grad ridicat de precizie a informației privitoare la un referent, medierea ortonimică prin apel la icon a oferit

posibilitatea în latură anumitor bariere în comunicare. Din perspectiva dimensiunii perceptive, disponibilitatea de context creează premisele unei apropieri mai mari, la nivelul formei, între semnificativ și referent. Practic, primele semne în istoria scrisului au generat din transpunerea directă a unor referenți externi, în manieră pictografică, de natură să apropie până la identificare sus-amintitele elemente componente ale semnului. A adică, primele reprezentări rupestre conduc spre interpretarea acestora drept petroglife, dincolo de valoarea iconică sau de valoarea mitică, incontestabile. Aceste petroglife, dublate de înkrustările, scrijeliturile geometrizate (zoomorfe, fitomorfe sau antropomorfe) aplicate pe obiectele din paleoliticul târziu, conturează dimensiunea reală a unor „semne”, asociate probabil unor sunete sau ansambluri de sunete (proto-cuvintele), respectiv unor unități premitice și a unor preriuri totemice (Vulcaneșcu, 1987:89). Acest tip de asociere a putut conduce, ulterior, la transformarea referentului concret – în plan mintal, prin saltul prin „vidul referențial” la transcendent – în „referent imaginat”. Pe de o parte, pictograma a fost simplificat continuu, păstrând intact relația de semnificare în ciuda modificărilor aduse semnificantului. În acest caz, singurele modalități de diferențiere în simplificare erau dictate de matricea culturală în interiorul căreia se conturau modalități de reprezentare specifice, respectiv de materialul în care era scrijelit/înkrustat sau pe care era desenat semnul. Istoria mijloacelor de reprezentare grafică poate oferi informații importante despre modul de evoluție a iconurilor și despre tipurile anumitor semne grafice. De la degete, fibrele vegetale și smocurile de păr de animale (utilizate ca peneluri rudimentare), corbune sau piatră moale, „creioane” cu oxizi de mangan sau de fier până la „cuțite” de silix, instrumentele de „scris” s-au adaptat mediului pe care erau reproduse semnele. Pe de altă parte, prin apel la „referentul imaginat” semnificantul copiind un referent din natură a început să semnifice o entitate invizibilă, o zeitățe. Mai mult, prin apel la atributele anumitor entități din natură, semnele au început să reprezinte respectiva însușire și nu referentul în sine. Astfel, pictogramele au lăsat, treptat, locul ideogramelor.

În acest context, trecerea de la elementele pictografice disparate, fie ele petroglife, fie înkrustări, scrijelituri (gr. *graphein* – a scrijelii) pe obiectele de uz curent sau pe obiectele ritualice, la ansambluri de asemenea elemente a condus la contestarea unor asemenea *structuri protoliterate* și implicit la contestarea intențiilor comunicative prin intermediul acestora, în milenii VI-V î.Chr. Este cazul celebrelor *scrieri pictografice* aparținând Vechii Civilizații Europene, cum o numește Maria Gimbutas (1989:51), mai exact complexelor culturale calcolitice, în special culturii Vină-Turda, dar și complexelor Boian, Gumelnița, Dikili Ta etc. (v. semnele pictografice și/sau ideografice, în stadii diferite de simplificare, întâlnite la Turturița, Turda, Vină, Fafos, Gradeani a.s.m.d.). Este firesc, în acest context, contestarea intenției unei exprimări în scris prin intermediul semnelor lineare, atâta vreme cât iconului nu i s-a atribuit valoare de semn. Dar demersul forțat spre începuturile scrierii se poticnește dincolo de arhicunoscutul episod Sumerdac nu există suficient deschidere în

a acorda valoare semiotic petroglifei sau semnului gravat pe obiectul de uz cotidian.

Asocierea scriere-centru urban nu poate fi probat . În schimb, invocarea ra iunilor economice care ar fi stat la baza “invent rii scrierii”, sau mai exact a r spândirii ei, este pertinent . Pe de alt parte, motivele istorico-militare care au condus la apari ia i evolu ia scrierii la vechii egipteni constituie ra iuni pertinente în luarea lor în considerare în ceea ce prive te studiul fenomenului ca atare. O alt func ie, mitic , fie primordial , fie de natur s completeze „principiul listei”, se poate constitui într-o necesitate care a condus la apari ia semnului scris. Andrei Cornea diferen iaz , pornind de la o percepere diferit , la Platon, a *amintirii* ca *hypómnesis* (aducere-aminte) i *anámnesis* (amintire din untru), între un principiu al listei, ordonator pentru primele scrieri, în special în Orientul Mijlociu, i un principiu al coeren ei interne, care a caracterizat textele Greciei Antice. Evident, înainte de apari ia vechilor caractere pre-elene, scrierea cunoscut nu se putea avea decât rolul de fixare, de aducere aminte. Probabil primele texte „scrise”, spre deosebire de primele reprezent ri vegetale, animale sau antropomorfe, nu vizau dobândirea duratei, profunzimii i clarit ii specifice acestui tip de comunicare, bazat pe amintirea ca *anámnesis*. Adoptarea principiului listei trebuie c utat cu mul i ani în urm , începând cu primele texte cunoscute, în care scrierea era legat de num rarea i inventarierea bunurilor, a venitului, de comer . A adar, primele texte, ordonate dup principiul listei, reprezentau consemn ri de tip proces-verbal, având un caracter formal, stereotip, erau alc tuite din propozi ii scurte, precedate de verb, legate între ele prin copula „i”. În textele ordonate dup acest principiu propozi iile subordonate nu exist . Caracterul „administrativ” al textului poate fi cel mai bine ilustrat de radicalul ThR prezent în câteva limbi semitice, printre care i akkadiana (*othrim*), desemnând deopotriv a *administra* i a *scrie*. Chiar i textele mai elaborate sunt redactate în baza aceleia i coeren e de proces verbal.

Acest caracter paratactic nu prive te, fire te, doar aspectele gramaticale. El implic fondul, structura de baz a acestui text, unde faptele sunt mai degrab enumerate decât deduse în mod dramatic unele din celelalte, a a cum se întâmpl în obi nuitele nara iuni cosmogonice.

noteaz Cornea (2006:65). Vechiul Testament s-ar supune, în opinia filosofului român, aceluia i principiu al fix rii în timp.

S lu m un exemplu al aplic rii acestui principiu. Scrierea pictografic de la Uruk nu are în comun cu scrierea cuneiform decât suportul: t bli ele dreptunghiulare de argil . Respectivete t bli e, dateate c tre 3.000 î.Chr., con in semne explicite (imagini simplificate de animale, unelte, plante) i semne abstracte (interpretate drept numere). Semnele explicite seam n izbitor cu semnele utilizate în scrierea reprezentan ilor culturii Vin a-Turda , sau cu cele din silabarele cretane. Probabil, textele inscrip ionate la Uruk nu se ab teau de

la principiul listei, astfel cum nici textele cretane nu o făceau. Se ridică semne de întrebare privitoare la afirmarea conform creierii mesopotamienii au reușit să treacă de la utilizarea semnului pentru indicarea unui obiect la utilizarea semnului pentru indicarea unui sunet. De altfel, este improbabil trecerea de la scrierea pictografică la alfabet, adică la delimitarea completă a sunetelor, fără faza intermediară de delimitare a silabelor în cadrul cuvântului. Dar există posibilitatea ca pictografia să se fi solicitat oamenilor dobândirea facultăților fonetice monosilabice, derivate din posibilele onomatopee. Nu este exclus, observă Boncompagni, ca sunetele monosilabice ale oamenilor primitivi să se fi redus la consoane, calea spre semnul care desemnează un fonem fiind astfel mult ușurată.

Într-adevăr, intelectul – o dată formulat o imagine mentală corespunzătoare fiecărui obiect – trebuie să-și fi sugerat o expresie adecvată și diferențiată. O dată dobândit mecanismul obiect-imagine-expresie, cucerirea scrierii se poate interpreta ca o evoluție inversă în abstract, plecându-se la imagine și mai apoi la obiect (Boncompagni, 2003:230).

Faptul că influența mijloacelor și suporturilor scrierii au determinat apariția cuneiformelor este foarte puțin probabil, dar probabil primele cuneiforme erau utilizate cu scopul de a exprima referenții care nu puteau fi reprezentate figurativ, având valoare silabică. De altfel, scrierea cuneiformă sumeriană nici nu a atins stadiul final de alfabet, adică stadiul în care fiecărui sunet al limbii să îi corespundă un semn grafic. Coexistența celor două tipuri diferite de scriere, cea pictografică din Uruk și cea cuneiformă, indică mai degrabă originea diferită a acestora și contaminarea reciprocă la care au fost supuse pe parcursul coabitării decât derivarea uneia din cealaltă. De altfel, semnele grafice (de la pictogramă la literă) au evoluat în funcție de exigențele fiecărui tip de scriere, în funcție de gradul de abstractizare/stilizare, în funcție de instrumentele și suportul scrierii dar și de tradiția culturală. Semnele cuneiforme nu simplifică scrierea pictografică, ci reprezintă un ir de convenții grafice, influențate de o posibilă structură de reprezentări diferite. Inclusiv ordinea de scriere și citire schimbată (de la dreapta la stânga și în plan vertical în scrierile vechi, respectiv pe cele având drept suport piatra sau metalul, față de citirea de la stânga la dreapta și în plan orizontal în scrierile mai recente) reprezintă un indiciu relevant în cercetarea ipotezei originii diferite a celor două tipuri de scriere.

În mod similar, și în Egiptul antic sistemul lingvistic era alcătuit din semne ideograme (semne-cuvânt) și semne fonetice (semne-sunet), cu specificitatea că cele din urmă provin din primele, în urma unui amplu proces de evoluție și a confruntării cu necesitatea de redactare a unor noțiuni abstracte sau a unor verbe imposibil sau greu reprezentabile în manieră pictografică, taxografică sau ideografică. Ideograma devine, la fel ca la vechii sumerieni, reprezentativ pentru sunetul inițial sau pentru grupul de sunete inițiale, pentru că, în zorii grafiei, stricta delimitare între foneme era imposibilă. Pe de o parte

scrierea cuneiform sumerian confirm acest lucru, atâta vreme cât nu exista o relație bijectivă între sunet și semnul grafic singular, în maniera alfabetului (apărut mult mai târziu). În scrierea egipteană, în care vocalele nu erau reprezentate ci, prin omisiune, erau încorporate consoanei care le precedau, confirmă această supoziție. Observația lui Boncompagni că tabloul substanțelor, adică alfabetul derivat din sunetele monosilabice ale oamenilor din neolitic, reduse la consoane; această observație are acoperire și în ariile culturale cipriote și cretane, posibil și în arealul danubian pre-indoeuropean, în care vocala, împreună cu consoana care o preceda sau urma aceasta, constituia un „întreg” fonetic, reprezentat printr-un semn (astfel luând naștere silabarele). Silabele cretane și cipriote reprezentate grafic, derivate din hieroglife, dar și semnele alfabetice ale vechilor egipteni, reprezintă pași intermediari clar delimitați în evoluția principiului fonetic. Dar „principiul fonetic nu pare a fi inventat în sine, ci o evoluție necesară principiului pictografic inițial” (Boncompagni, 2003:231). Aceasta ar trebui să fie și calea de cercetare a premiselor apariției diferitelor semne grafice în diferitele culturi, înându-se cont de contextul istoric, influența epocii și de scopul în care erau utilizate respectivele texte scrise.

Acestea sunt, în linii mari, premisele apariției vorbirii și redactării grafice a semnelor, dar ordinea strictă nu poate fi stabilită cu certitudine. Nu este exclusă dezvoltarea în paralel a transpunerii realității exterioare prin icon (ulterior grafem) și fonem, cum nu poate fi contrazisă nici preponderența unui anumit mod de redare a realității. Singura certitudine este legată de evoluția, de la simplu la complex, pe cele două dimensiuni ale actului reproducerii exterioare.

5. Alte forme ale comunicării

5.1. Comunicarea intrapersonală. Comunicarea intrapersonală este forma comunicării în care emi torul și receptorul sunt una și aceeași persoană. Această formă de comunicare presupune dialogul realizat în forul interior al persoanei. Comunicarea intrapersonală nu face apel la cod și nu presupune transfer, ci reprezintă o punere în echilibru, în planul gândirii, a unor perspective divergente. Lipsind codul, mesajele nu necesită codificare-decodificare-interpretare, ci doar expunere, pe fațete diferite. Aadar, fenomenul de verbalizare a comunicării intrapersonale este mai degrabă o excepție decât o regulă a acesteia. Comunicarea intrapersonală ridică problema acută a raporturilor dintre limbaj și gândire. Primul aspect de dezbătut este cel privitor la limbajul gândirii. Limbajul gândirii, prin intermediul căruia se realizează comunicarea intrapersonală, este privit prin prisma a două ipoteze: ipoteza limbajului public al gândirii, care presupune că limbajul în care gândește persoana este limbajul vorbirii ei, respectiv ipoteza limbii „mentaleze” (*mentalese*) lansată de Jerry Fodor (1975) în baza proiecției lui Gilbert Harman (1973), în care gândurile sunt *propoziții mentale*, iar conceptele *cuvinte mentale*. În ambele ipoteze însă se ridică problema convenției și arbitrarului, care pot fi luate în calcul în ceea ce privește acordul dintre două persoane, nu și negocierea unei persoane cu sine însăși și asupra înțelesului unui termen. Ambele ipoteze privitoare la limbajul gândirii iau în calcul propozițiile, iar

propozițiile, spre deosebire de imagini, sunt independente de mediu. În vreme ce relațiile dintre imagine și imaginat sunt – într-un sens vag – naturale ori intrinseci, relațiile dintre nume și numit sunt arbitrare (Devitt & Sterelny, 2000:142).

Niciuna dintre ipoteze nefiind validată din punct de vedere al nevoii de asociere naturală, gândurile ar putea fi amestecuri de grafeme, foneme, iconuri, vibrații acustice, semnale electrice, magnetice sau de orice altă natură. Cu certitudine, sunt semnale *n-senzoriale* simplificate la nivelul producerii lor, prin apel la limbajul articulat, în propoziții, iar prin aceasta la uzul de convenții. De altfel, se presupune existența unei forme de „gândire imaginativă”, cum o numesc psihologii, o formă de pregândire care precede transformarea imaginilor vizuale (reprezentărilor) în cuvinte. Gândurile timpurii preced învedere convențiilor, iar „pregândirea”, stocarea și utilizarea internă a reprezentărilor (în cadrul comunicării intrapersonale) preced „gândirea noțională”.

Raporturile gândirii cu limbajul privesc și ideile latente ale limbajului, ceea ce nu este exprimat, ceea ce rămâne în forul interior inclusiv în cazul comunicării interpersonale. Aadar, „comunicarea interpersonală totală” este

imposibil . Nu tot ceea ce se gânde te se i exprim . Dar ceea ce nu se exprim nu este neap rat eliminat sau complet inactiv. R mâne în forul interior i este supus procesului de comunicare intrapersonal . Perspectiva asupra *ideilor latente ale limbajului* aduce lumin într-o alt sfer a controverselor, privitoare la raporturile gândirii cu limba, cu spa iul cultural. Michel Bréal (*apud* Samson, 1983:127) noteaz :

Spiritul p trunde materia i umple pân i golurile i intersti iile. Neadmînd la un popor alte idei decît acelea care sunt formal reprezentate, risc m poate s neglijeze ceea ce inteligen a lui are mai viu i mai original. De vreme ce idiomurile nu sunt de acord în ceea ce se exprim , ele pot diferi i prin ceea ce subîn eleg. Nu e suficient, pentru a- i da seama de structura unei limbi, de a analiza gramatica ei i de a reda cuvintelor valoarea lor etimologic . Trebuie s p trundem în modul de a gândi i de a sim i al poporului.

În aceste condi ii exist posibilitatea, în cazul în care câmpul reprezent rilor proprii este mai bogat decît câmpul reprezent rilor partenerului de comunicare sau decît câmpul reprezent rilor dobândite prin experien a de grup, transmis prin intermediul limbajului, informa ia extern s fie „tradus ” în func ie de codul propriu de reprezent ri. Odat astfel tradus i supus procesului de comunicare intrapersonal , această informa ie se poate transforma, în timp, în experien de grup prin intermediul comunic rii interpersonale.

5.2. Comunicarea interpersonală. Comunicarea interpersonal presupune, din perspectiv procesual , transmiterea de mesaje între dou persoane, urm rindu-se un anumit scop i existând posibilitatea de feed-back imediat. Sub acest nume, Lucien Sfez (2001:151) situeaz comunicarea de tip telegrafic, instituit în baza modelelor procesuale, presupunând interac iunea dintre doi indivizi, fiecare dintre ei având rol de emi tor i/sau de receptor. Mesajul este elaborat într-un cod comun i transmis prin intermediul unui canal. Accep iunea telegrafic a comunic rii interpresonale presupune o activitate preponderent verbal , oral sau scris . Înso it de elemente nonverbale, comunicarea verbal este cea care primeaz , prin intermediul ei realizându-se transferul inten ionat de informa ie. Acest aspect scoate în eviden dimensiunea ei ra ional i voluntar . În plus, ea poate fi analizat i dup alte criterii:

dac o comunicare este un act voluntar i con tient, atunci ea poate fi evaluat estetic i etic. Ea poate reu i, dup cum poate i e ua; poate fi bun sau rea, normal sau patologic , eficace sau neclar . (Sfez, 2001:152).

În realitate, comunicarea personal se instituie între dou persoane i cadrul unui context i presupune o punere în acord a unor cadre sociale de referin . Ea dep e te simpla percepere a acesteia ca fiind un proces de transfer

de informa ie, eviden iindu-se dimensiunea social contextual . Comunicarea interpersonal este principalul vehicul în ceea ce prive te comportamentul rela ional. Comunicarea interpersonal se bazeaz pe rela iile interpersonale, iar aceste rela ii presupun procese continue de transformare a partenerilor comunic rii i de acordare a în elesurilor la plaja comun de valori i de interese. Ritmul de schimbare/îmbog țire a bagajului individual lingvistic i cultural difer , dar rela ia interpersonal se men ine în ciuda acestor discrepan e. În cadrul comunic rii interpersonale, actorii comunic rii sunt pu i cel mai adesea fa în fa , pentru a discuta; aceasta presupune comportament comunica ional, în care sunt angajate valori culturale i de grup.

Discu ia nu este numai exprimarea unor pachete de informa ie împachetate cu grij , un simplu agent de transfer de informa ie obiectiv sau neutr sau un simplu mediu pentru construirea de inventare enciclopedice ale gândirii unor oameni. Discu ia serve te, simultan, unor scopuri diverse, unele strategice (de exemplu, negarea unor pozi ii opuse, propria prezentare, administrarea impresiilor .a.m.d.), altele individuale (de exemplu, stabilirea, exprimarea sau înf ptuirea unui scop individual într-o interac iune; recunoa terea credin elor i valorilor altor persoane) i altele rela ionale (de exemplu, ini ierea unor conversa ii despre asem n ri, ob inerea dezacordului, indicarea afec iunii, realizarea de propuneri rela ionale) (Duck, 2000:25).

O form frecvent întâlnit de comunicare interpersonal este *conversa ia*. Aceast form este dialogal i presupune schimbul de mesaje fa -în-fa sau, cel puțin, presupunând coprezența în același timp al comunic rii i la o anumit distanț spațial . În cazul conversa iei telefonice, pe Skype sau pe chat, nu este necesar prezen a fizic , ci doar legarea (logarea) la acela i canal. Conversa ia este o form familiar a comunic rii interpersonale, caracterizat prin oralitate, i presupune interac iunea dintre indivizi i interven ii alternative emi tor/receptor. Comportamentul fizic i psihic, atitudinile intelectuale trebuie s se adapteze reciproc în cadrul conversa iei, pentru a se crea condi iile necesare inteligibilit ii, accesibilit ii la mesaj, feedback-ului, accept rii, interesului i comprehensiunii. Conversa ia, cea mai r spândit form de schimburi interpersonale, prezint a adar o serie de tr s turi care o diferen iaz de alte acte comunica ionale cum ar fi: interac iunea continu a partenerilor, atât la nivelul con inutului cât i la nivelul rela iei, contextualitatea i structurarea în sensul altern rii interven iilor participan ilor (Roven a-Frumu ani, 2004:40-41).

O alt form de comunicare interpersonal este *coresponden a* (în scris sau electronic). Aceasta implic principiul dialogal în schimbul de mesaje, dar nu i coprezen a. De asemenea, r spusul (mesajul-r spus) poate fi emis în timp, ceea ce presupune c în cazul coresponden ei comunicarea interpersonal nu este condi ionat spa ial i temporal. Spre deosebire de conversa ie, care permite interven ii simultane, respectiv feedback simultan sau aproape

simultan, corespondența implică o suită de secvențe emitor-receptor, în care rolurile se inversează și în care mesajul este pasat în baza schemei clasice din psihologie, stimul-răspuns.

5.3. Comunicarea socială. Comunicarea socială este o formă de comunicare realizată în prezența mai multor actori și include contextul social de producere. Pentru Sfez (2002a), comunicarea socială este de tip orchestral, presupunând interacțiunea continuă dintre participanții la actul de comunicare. Comunicarea orchestrală presupune ghidare reciprocă, interrelații structurale, coordonare în funcție de normele scrise și mai ales nescrise ale comunității sau culturii. În funcție de structura grupului în care se comunică și de mărimea auditoriului, comunicarea socială poate îmbrăca forme diferite. Putem distinge, pentru început, între comunicarea în cadrul formal și comunicarea în cadrul informal, clasificare realizată în baza modului de organizare a grupului. Această tipologie diferă de tipologia comunicare formal /comunicare informală.

Comunicarea în cadrul informal presupune existența unui număr relativ mic de persoane în componența grupului, astfel încât să nu fie necesară intermedierea. A doua condiție necesară cadrului informal este legată de caracterul coeziv al grupului social.

Esența vieții în grup, după Homans, este o interrelație dinamică între câteva elemente: activități, sentimente, norme, interacțiuni și comunicare. Sentimentele de atașament între membrii grupului se nasc din contact și cooperare; interacțiunea și intercomunicarea duc la însușirea unor norme comune și la un atașament de tipul solidarității față de grup; formele de comunicare ce apar reflectă și susțin o structură de diferențe de status în interiorul grupului și o anumită distribuție a sentimentului de atașament al membrilor unii față de alții. (McQuail, 1999.105)

Aadar, în cadrul informal, comunicarea este în egală măsură cauză și efect al solidarității grupului. Comunicarea reprezintă un liant al membrilor grupului și un garant al acceptării și respectării normelor interne și structurii interne a statuturilor.

Comunicarea în cadrul formal diferă de comunicarea în cadrul informal prin faptul că există o rețea de canale de comunicare instituite oficial și organizate în scopul transmiterii fluxurilor comunicative. În afara acestei structuri formale, în cadrul organizațiilor mai există și alte fluxuri comunicative. Cadrul formal asigură comunicarea oficială, în scopul îndeplinirii scopurilor de către instituție. Dar acesta nu asigură, ca în cazul comunicării în grupurile informale, și creșterea sau menținerea nivelului de coeziune în grup. În cadrul relației de canale instituite oficial se comunică preponderent în mod descendent. O altă caracteristică a acestei comunicări este lipsa sau nivelul scăzut al feedback-ului. Fluxurile comunicative neoficiale sunt asociate canalelor nonformale și funcționează în scopul compensării de informație transmise prin canale oficiale, sau suplimentării acestora. Canalele

neoficiale asigură comunicarea rapidă, în mod descendent sau pe orizontală. Diferențele de status împiedică extinderea comunicării și în mod ascendent. Fluxul comunicational ascendent este supus barierelor de natură diferențelor de status, care obstrucționează în principal comunicarea informală, ceea ce determină un grad de interacțiune scăzut, invers proporțional cu distanța dintre nivelurile ierarhice.

Din punct de vedere al mrimii auditoriului, putem distinge între comunicarea de grup, comunicarea publică și comunicarea de masă.

Comunicarea de grup este specifică grupurilor nonformale, formate dintr-un număr redus de membri. Scopul comunicării în cadrul unor asemenea grupuri este atingerea unor obiective comune, fie de natură profesională, fie ca urmare a răspunsului la o nevoie socială. Grupul reprezintă forma iune socială în cadrul căreia individul se supune unor reguli fixe, împărtășește sentimentul de apartenență și în care recunoaște toți ceilalți membri și este la rândul său recunoscut de aceștia. În cadrul grupurilor, studiul comunicării presupune o abordare mai complexă decât în context interpersonal, presupunând o analiză interdisciplinară, plecând de la rațiuni sociale. Dar elementul de legătură în cadrul grupului social îl constituie însăși comunicarea, ceea ce presupune mutarea accentului de pe conținutul informațional pe contextul social de producere a comunicării. Elaborată în cod restrâns, având rolul de a menține canalele de comunicare deschise între membrii grupului, comunicarea de acest tip cere o situație la nivelul interacțiunii în care este pus în evidență apartenența la grup și normele interne ale acestuia, și nu fluxul de date, rațional și voluntar, care să asigure o funcționalitate sistemică în scopul obținerii unor efecte.

Comunicarea publică se realizează în prezența unui emițător și a mai multor receptori, constituiți într-un public. În acest caz, rolul fundamental îi revine emițătorului, care vizează deopotrivă transmiterea unui conținut intenționat și efecte persuasive. Feedback-ul este redus și este asimilat de cele mai multe ori efectelor următoare a fi produse în urma acestui tip de comunicare. Comunicarea publică presupune o structurare prealabilă a discursului, indiferent dacă intenția următoare este de natură informativă sau de natură obținerii unor efecte asupra publicului. Alocuțiunile informative (prelegeri, cursuri, conferințe, comunicări științifice, rapoarte, dăți de seamă) au drept scop transmiterea cu acuratețe a unui conținut informațional pertinent și obiectiv. Dar, în afara acestui scop, există și o dimensiune persuasivă, care vizează, în afara argumentării logice intenționate și a probării argumentelor, și obținerea simpatiei necesare din partea publicului. Există și discursuri al căror scop principal este obținerea de efecte din partea publicului (consolidarea sau schimbarea atitudinilor și comportamentelor membrilor acestuia). Discursul se definește în raport cu fraza, textul și limba. În raport cu fraza, discursul reprezintă unitatea lingvistică superioară acesteia, fiind alcătuit dintr-o succesiune de fraze respectând o coerență internă; în raport cu textul, discursul privește includerea textului în contextul de producere; în raport cu limba, discursul reprezintă utilizarea concretă a acesteia și poziționarea într-un câmp

discursiv (Roven a-Frumu ani, 2004:225). Din perspectiv pragmatic , discursul presupune o enun are, realizat de un locutor în prezen a auditorului, cu inten ia de a influen a. Discursul se caracterizeaz prin contextualitate, asumare i interdiscursivitate, tr s turi ce devin specifice comunic rii publice.

Comunicarea de mas este o form a comunic rii publice, realizat prin intermediul mass-media, a adar printr-un set de canalele mediate diferite, de la carte i pres scris la televiziune i Internet. Comunicarea de mas a fost definit de John B. Thompson (1995:30) ca fiind „producerea institu ionalizat i difuzarea generalizat de bunuri simbolice i transmiterea informa iei sau a con inutului simbolic” i se caracterizeaz printr-un rol sc zut al feedback-ului, comparativ cu celelalte forme ale comunic rii publice. În ultima perioad , acestui domeniu i s-a acordat o importan deosebit , fiindu-i dedicate studii i cercet ri i implicit o literatur bogat . Comunicarea de mas are un impact profund asupra vie ii sociale în toate aspectele sale.

Dependen ele sociale care exist între media i alte sisteme sociale nu numai c afecteaz activit ile zilnice ale societ ii noastre, dar influen eaz i modul în care indivizii folosesc media în via a de zi cu zi (...). Ele contribuie, într-o anumit m sur , la echilibrul social al acelei societ i. Cu alte cuvinte, consecin ele lor vizeaz societatea ca întreg. (DeFleur & Ball-Rokeach, 1999:43).

Acest impact se constituie în inta preponderent a studiilor privitoare la comunicarea de mas , motiv pentru care, în cazul acestei forme de comunicare, se discut în primul rând despre influen are i abia apoi despre informare. În ceea ce prive te mesajul mediatic, acesta poate fi considerat ca îmbr când forma unui discurs general, care opereaz ca o nara iune social coerent având rolul de a induce problema pe agenda public a cet enilor. Acest discurs mediatic presupune o investigare holistic , la nivel textual – privitoare la analiza semio-lingvistic , la nivelul practicilor discursive – al proceselor institu ionale prin care textele mediate sunt produse i decodificate i la nivelul practicilor socio-culturale – la nivelul modalit ii în care discursul mediatic contribuie la stabilitatea sau schimbarea social (Roven a-Frumu ani, 2004:121-122). În cadrul comunic rii de mas putem distinge dou forme de interac iune, similare celor din comunicarea interpersonal : o interac iune mediat caracterizat prin separa ia contextelor, disponibilit i în timp i spa iu i comunicare dialogic , respectiv o cvasi-interac iune mediat , caracterizat prin separa ia contextelor i comunicare monologic . Aceast cvasi-interac iune a condus la criticile contemporane privind puterea de influen a mijloacelor de comunicare în mas .

6. Discursul public: repere teoretice

6.1 Conceptul de discurs. Analiza discursului public – specific unui anumit tip de spațiu de producere, unei anumite culturi și proiectat într-un viitor modelabil prin însuși discursul în cauză – atrage atenția asupra raporturilor dintre acesta și cultura/comunitatea de producere. Cultura, în eleas în consens cu și prin apropiere de termenii-umbrelă: caracter național, limbaj/areal lingvistic, comunicare nonverbal /areal paralingvistic, comportament (norme, reguli, maniere), specific al relațiilor sociale etc. devine referențial în raport cu discursul. Pentru a pătrunde în profunzimea analizei unui discurs trebuie să înțelegem în primul rând propagarea discursului în limitele culturale ale spațiului de producere. Iar pentru o bună înțelegere a culturii ca spațiu de difuziune este suficient o asemănare a acesteia cu scoara terestră, ordonată pe straturi, în care limba reprezintă stratul vizibil și fecund, de suprafață, între înțelesurile relațiilor, comportamentele se situează pe stratul intermediar, în timp ce în profunzimea scoarei se regăsesc substratul convingerilor și al sistemelor de credințe. Dintr-o altă perspectivă, putem înțelege că limbajul, mai ales, punerii în act a acesteia, își rezervă un spațiu central în raport cu factorii bio-socio-culturali și cu mediul ecologic care modelează ființa umană. Preluând modelul antropologic al lui Achim Mihăilescu (2002:8), putem alocă discursului public, ca fenomen vizibil și accesibil, o poziție în rol în substratul socio-cultural prin comunicarea cotidiană, același spațiu central ca în fig.2.

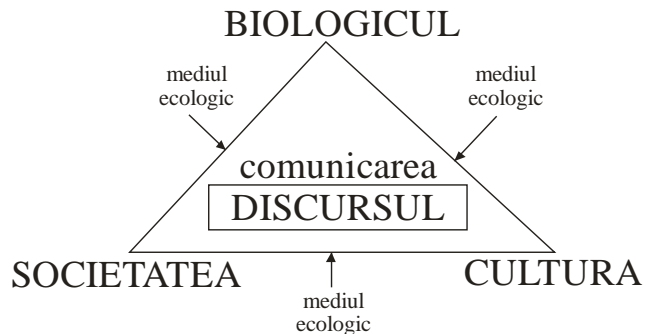


Fig.2 Locul discursului în câmpul bio-socio-cultural

Identificarea raporturilor discursului cu biologicul, societatea și cultura, factori modelatori ai ființei umane, constituie primul pas în producția discursivă autogenerativă. Înțelegând discursul ca fiind produsul unui cadru cultural, iar analiza discursului ca disciplină care oferă instrumentarul de lucru al articularii adecvate câmpului discursiv și spațiului social, având drept obiect de analiză „dispozitivul enunțiativ care corelează o organizare textuală și un loc social determinat” (Rovența-Frumuani, 2004:14), o abordare inter-/transdisciplinară

este necesar în încercarea de definire a conceptului „discurs”. În linii mari, definirea adecvată a conceptului ar trebui să țină cont de două dimensiuni: text și context:

$$\text{discursul} = \text{text} + \text{context} \quad (7)$$

Cele două dimensiuni nu trebuie percepute în manieră aditivă, ci, într-un cadru mai larg de definire, drept componente intercondiționate, analiza de discurs vizând în egală măsură producerea și performarea: „In sum, discourse studies are about *talk and text in context*” (van Dijk, 1998:3). Termenul „discurs” cunoaște, în funcție de specificul organizării discursive (de particularitățile producerii și performării), numeroase definiții. Dacă ne focalizăm asupra dimensiunii textuale a discursului în detrimentul celei contextuale, o definiție adecvată a „discursului” în care cele două dimensiuni să fie prezente, dar în care să predomină dimensiunea textuală se poate întâlni în studiile lingvistului britanic H.G. Widdowson, care acordă un interes special rolului textului în configurarea discursului, criticii și considerând că una dintre dihotomiile majore asupra căreia se apleacă acesta este dihotomia text/discurs, în care „*text is re-conceived as the starting point or alternatively the trace of discourse*” (Cook & Seidlhofer, 2001:11). Prin urmare, definiția propusă pentru conceptul „discurs”: „(...) termenul discurs este utilizat aici ca referindu-se atât la ceea ce a intenționat să înțeleasă cel care a produs textul cât și la ceea ce textul înseamnă pentru receptor” (Widdowson, 2007:6).

Perspectiva definirii conceptului „discurs” prin apel la studiile lui Widdowson ne poate arunca într-un cadru mai amplu de definire a acestuia. Perspectiva *fuzzy* (van Dijk, 1998:1) de raportare la discurs prin apel la termeni din imediată proximitate conceptuală și a punerii în act: limbaj, comunicare, interacțiune, societate, cultură lărgite foarte mult perspectiva. Teun A. van Dijk (1998:2) distinge trei niveluri majore în efortul de definire a conceptului „discurs”: „Chiar după această primă aproximare a termenului discurs, deja am întâlnit trei dimensiuni principale: (a) utilizarea limbajului, (b) comunicarea credințelor (cogniție) și (c) interacțiunea în situații sociale”, prin definiția widdowsoniană apropiindu-ne de primul nivel, al utilizării limbajului.

Alte definiții ale discursului presupun focalizarea asupra unor aspecte particulare ale acestuia. Discursul este văzut, prin urmare, ca fiind un ansamblu de enunțuri ale unui emițător, cu referire la un anumit subiect sau ca un act de comunicare între un emițător/enunțator singular și un receptor multiplu (public) în sfera influenței acestuia. Pentru o mai corectă și mai adecvată definire a discursului, propunem spre analiză abordările termenului „discurs” pusă față în față cu alte unități lingvistice: frază, enunț sau text (Șvulescu, 2001:4-5):

Opoziția discurs/text. Discursul este adesea privit ca un ansamblu format dintr-un text și contextul său.

Opoziția discurs/frază. Fraza reprezintă un „enunț în structură care nu se cuprinde decât în două propoziții”, având caracteristica autonomiei sintactice și de comunicare. Discursul reprezintă o unitate lingvistică constituită dintr-o succesiune de fraze. Din perspectiva acestei definiții, studiul discursului va fi numit de Harris (1952) „analiza discursului”, în timp ce alți cercetători consideră mai potrivit sintagma „gramatică discursului”. Acestei ramuri de cercetare a discursului și a obiectului său de studiu îi sunt atribuite astăzi conceptele lingvistice textual – text.

Opoziția discurs/enunț. Dincolo de caracterul său de unitate lingvistică (adică „enunț”), discursul reprezintă o unitate de comunicare legată de condiții de generare strict determinate (cu alte cuvinte reprezentând un gen determinat de discurs; de exemplu, discursul mediatic, discursul românesc, discursul publicitar, discursul tirilor etc.). Din această perspectivă, discursul și enunțul au sensuri diferite: termenul enunț acoperă sfera conceptuală a „textului ca structurare în cadrul „limbii”, în timp ce discursul va desemna „studiul lingvistic al condițiilor de producere a acestui text”.

6.2 Raporturile discursului cu cultura. Socialul în sine este reducibil la simbolic de vreme ce simbolicul mediază raporturile sociale. Pentru aceasta, vom trece în revistă raporturile socialului cu discursul, prin intermediul limbii sau excedând aceste raporturi. Privind raporturile culturii cu limba și discursul, putem aminti două direcții majore, ambele de filiație structuralistă, care definesc mai degrabă relațiile dintre limbă și limbaj. O primă „ecuație” a fost supusă discuției critice după apariția în 1916 a lucrării *Cours de linguistique générale*, o culegere de texte a profesorului elvețian Ferdinand de Saussure (1972:112), constituind rezultatul transcrierii de către trei studenți aceștia a cursurilor ținute în perioada 1907-1911:

limba (langue) = limbajul – vorbirea (parole) (8)

Considerând limba ca fiind un produs social, o *formă* și o *non-substanță* în egală măsură, lingvistul elvețian pune accentul pe necesitatea luării în discuție a relațiilor dintre elementele constitutive ale limbii. Acest aspect care a stat la baza constituirii structuralismului ca teorie făcând apel la sistemul lingvistic ca structură mediatoare între realitatea obiectivă și percepția subiectivă. Metoda structuralistă de cercetare presupune reducerea succesivă a variantelor la invariante, în paralel cu postularea organicității prilor (Sebeok, 2002:68).

Cea de-a doua ecuație, aparținând lingvistului francez Émile Benveniste, are la bază tot distincția saussuriană limbă – limbaj, cu mențiunea că limba este văzută ca fiind un sistem alcătuit din structuri aparținând deopotrivă comunității și individului, limbajul dezvoltându-se în cadrul unei limbi. În viziunea lui Benveniste (1966:30), limba este produsul unei culturi care, la rândul ei, este condiționată de limbajul subsumat limbii. Benveniste consideră că omul asimilează cultura, o perpetuează și o transmite prin intermediul limbii, în timp

ce discursul într-în componen a limbajului, într-o ecuație rescris de Caune (2000:28) sub forma:

$$\text{limbajul} = \text{logos} (\text{discurs} + \text{ra iune}) \quad (9)$$

Fra stabilii filiații în ceea ce privește raporturile sale cu structuralismul saussurian, cercetătorul francez Patrick Charaudeau se apropie de ecuația (2), cu mențiunea că perspectiva sa poate (și necesită) fi nuanțată. Într-un articol în care își explică poziționarea teoretică, Charaudeau se îndepărtează de esențialismul raționalist, care a condus la sintagma „o limbă, un popor, o națiune” ce a stat la baza delimitării teritoriilor naționale și a conștiinței naționale, dar acceptă perspectiva subgrupurilor sociale, a variantelor culturale ale antropologului structuralist Claude Lévy Strauss, care contribuie la apariția ideii „que l’identité culturelle est à la fois stable et mouvante” (Charaudeau, 2002). Charaudeau se plasează pe linia cercetătorilor care consideră relația naturală cu identitatea culturală nu se realizează prin intermediul limbii, ci prin intermediul discursului, punctând astfel: „contre une idée bien répandue, il faudrait dissocier langue et culture, et associer discours et culture” (Charaudeau, 2009). Poziția categorică a lui Charaudeau se îndepărtează de cea moderată a lui Caune, care consideră că, deși în continuare limba și comunicarea se condiționează reciproc, neputând fi explicate decât prin raportarea uneia la cealaltă, amintind adesea de geometria topologică a benzii Moebius, autenticitatea culturii se conturează prin aspirații și interese individuale, care conduc la o adecvare individ-cultură prin intermediul grupurilor restrânse, independente cultural (Caune, 2000:91).

Charaudeau se diferențiază fundamental de direcția lingvistic structuralistă a lui Benveniste, care pune la baza ideii că limba este interpretantul societății prin aserțiunea „la langue contient la société” (Benveniste, 1974:95), respectiv de direcția comunicational-palo-altistă, organizată în jurul unei aserțiuni de referință: „Cultura este comunicare și comunicarea este cultură” (Hall, 1959/1984:219), fundamentată pe extinderea limbii ca sistem semiotic la totalitatea sistemelor semiotice care caracterizează un areal comunicational, odată ce membrii unei comunități culturale nu doar vorbesc limbi diferite, ci trăiesc și în universuri senzoriale diferite (Hall, 1971:15). El asociază discursul cu limba, îl construiește în acord cu rolul identitar pe care îl joacă limba în cadrul comunităților. Din perspectiva lui Charaudeau, explicarea transmiterii valorilor culturale prin intermediul limbii este insuficientă. Valorile culturale se transmit prin intermediul discursului. Instituția discursivă capătă, astfel, rol în configurarea culturii. În acest sens, Charaudeau (2001:343) propune o ecuație alternativă la cea benvenistiană:

$$\text{discursul} = \text{limbă} + \text{punerea în operă a limbii (vorbitură)} \quad (10)$$

În acest sens, comunitățile se definesc în raport cu valorile discursive, adică în raport cu punerea în act a limbii în contexte diferite. Rezultă, firesc, o redefinire a comunităților în raport cu discursul (comunități de discurs), și nu cu limba.

6.3 Discursul critic. Raporturile dintre discurs și societate.

Comunitatea de discurs (uneori înțeleasă drept comunitate de discurs în practică, v. Skovira, 2010:370), reprezintă o structură dinamică, cu limitele depinzând de contextul discursiv. În plus, comunitatea de discurs include persoane care împart ideologii și pattern-uri contextuale. Acest tip de asociere implică elemente care evidențiază transmiterea de valori culturale prin discurs. Comunitatea de discurs poate fi considerată comunitate doar dacă fundamentarea ei presupune strângerea relațiilor dintre indivizi. Practic, un asemenea tip de comunitate este una bazată pe transmiterea de valori culturale. Discursul care unește în baza raporturilor identitare și permite dezvoltarea unei ideologii culturale constituie în sine un gen retoric distinct. Un asemenea discurs încorporează puterea enunțiatorului și legitimitatea, prin efervescența emoțională, cu alte discursuri din aceeași categorie; ele fac obiectul analizei discursului critic (*Critical Discourse Analysis*, CDA).

CDA operează cu o definiție particulară a discursului, care este astfel înțeles ca instrument utilizat în schimbările macro-sociale induse în cadrul unor evenimente sociale majore. Discursul care constituie obiectul de studiu al CDA reprezintă o construcție comunicativă care exprimă o modalitate particulară de comportament social. El este o construcție hegemonică, utilizată de regulă în marcarea unor relații inegale sau în amplificarea acestora. CDA se referă la discursurile de gen, la cele privitoare la raporturile de putere, la inegalitatea socială, la angajările rasiste și la alte tipuri de discursuri care implică producerea sau reproducerea inegalităților. În termenii lui Dominique Maingueneau, discursul analizat de CDA evidențiază o înclinare spre cogniția socială și reprezentarea puterii/dominației care poate fi exprimat astfel:

În termeni aproximativi, analiza discursului ar descrie doar practici, în timp ce abordările critice ale textelor și dezbaterilor indică modul în care acestea ascund relații de putere, prejudecăți, discriminare ș.a.m.d. (Maingueneau, 2006:229).

Prin urmare, CDA se focalizează pe un discurs colonist, pe un discurs care colonizează aria discursivă în strânsă legătură cu percepția adevărului bazată pe o certitudine particulară (marker ideologic) și pe o corectitudine morală particulară. Scopul discursurilor critice nu menține sau adâncește inegalitatea în mod direct, dar această inegalitate devine implicit prin capacitatea discursului de a menține relațiile de putere. CDA se caracterizează prin interesul comun în demistificarea ideologiilor puterii – în contrabalans, „Teoriile critice, la fel ca CDA, își propun să producă și să transmită cunoștințe critice oamenilor pentru a se emancipa în raport cu anumite forme de dominație

prin auto-reflecție” (Wodak & Meyer, 2009:7) – atâta timp cât discursul critic reprezintă motorul societății:

(...) discursul este constitutiv social tot pe cât este și condiționat social – el constă în situații, obiecte ale cunoașterii, în identitatea socială și în relațiile dintre oameni și grupuri de oameni (Wodak & Meyer, 2009:6).

Mainueneau (2006:229-230) distinge trei niveluri primordiale ale discursului critic rezultat prin diferențierea dintre analiza discursului și analiza discursului critic: (i) un nivel focalizat pe orientarea critică în raport cu fenomenul social care este etic și politic negativ; (ii) un nivel care presupune disciplinele comportamentiste într-un proiect global al schimbării sociale, numit *Kritische Theorie* în termenii reprezentanților Școlii de la Frankfurt și (iii) un nivel privind cercetarea în domeniul analizei discursului cu scopul de a clarifica orientarea critică a discursurilor. Luând în considerație această taxonomie și analizând dimensiunea ideologică – una dintre cele mai importante dimensiuni ale discursului critic care pune bazele hegemoniei sale – putem admite că primul nivel are o importanță importantă ideologică, al doilea este neutru din punct de vedere ideologic („Din acest punct de vedere, analistul poate studia fenomene care, la prima vedere, pot părea neutre ideologic”, notează Mainueneau, 2006:229), iar al treilea se situează la un nivel meta-ideologic. „Ideologia”, în raport cu analiza discursului critic, este înțeleasă ca fiind „o poveste elaborată despre un comportament ideal al unor aspecte ale relațiilor umane” (Locke, 2004:33). Dintr-o perspectivă diferită, mult mai nuanțată, ideologiile, sunt văzute drept concepții despre lume (*worldviews*) care reprezintă *cogniții sociale* în termenii lui Teun A. van Dijk și care pot fi definite drept „reprezentări ale aspectelor lumii care contribuie la stabilirea și menținerea unor relații de putere, dominație și exploatare” (Wodak & Meyer, 2009:8). Pentru studierea efectelor critice indirecte ale discursului este necesară proiectarea unei strategii de analiză în baza a două tipuri de valori polare: instrumentalitate vs. structură, respectiv operaționalizarea lingvistică în sens larg sau în sens restrâns. Această taxonomie propusă de Wodak & Meyer este reprezentată în figura 3.

Cu rădăcini în filosofie, antropologie, lingvistică, retorică, psihosociologie ș.a., CDA poate fi definit în raport cu o arie disciplinară apropiată, studiul discursului (critic) sau (*Critical Discourse Studies*, (C)DS, în baza propunerii de „etichetare” inițiată de Teun A. van Dijk în 2009. (C)DS sugerează că o abordare critică nu implică perspectiva analitică, ci doar angajare teoretică, referințe externe, aplicații și metode. Mai mult, familia de metode analitice nu aparține CDA, ci (C)DS care, înțeles drept arie disciplinară, nu este limitat la o metodă, ci la o „perspectivă, poziție sau atitudine critică în cadrul unei discipline a studiilor multidisciplinare ale discursului” (van Dijk, 2009:62). În plus, (C)DS reprezintă pentru van Dijk mai degrabă o orientare spre probleme (sau o orientare spre teorie) decât o disciplină în sine. CDA

reprezintă o cale spre adevăr – un adevăr al interpretării – și nu impune o abordare a adevărului, cum propune (C)DS. Este adevărat că (C)DS este limitat, în acord cu proiecția cercetătorului olandez, la analiza unei clase particulare de probleme sociale. (C)DS

(...) are scopul de a analiza și, prin urmare, de a contribui la înțelegerea și soluționarea unor probleme sociale serioase, în special a celor a căror cauză sunt exacerbate de textele și dezbaterile publice, cum ar fi diferitele forme de abuz în ceea ce privește puterea socială (dominație) sau a celor din care rezultă inegalitatea socială (van Dijk, 2009:63).

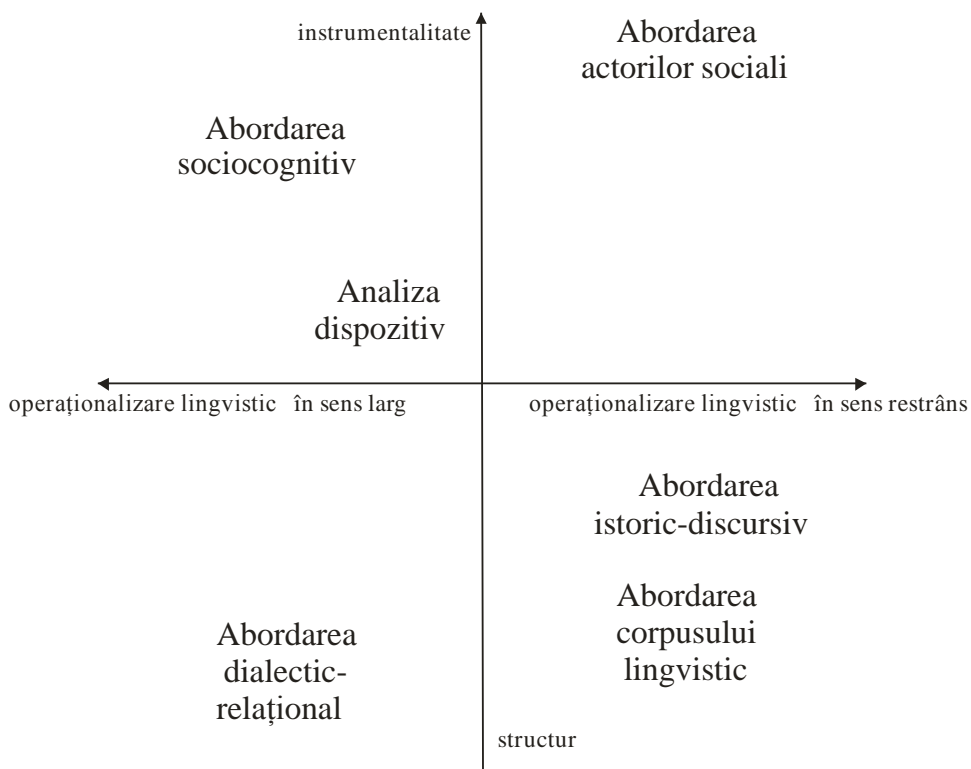


Fig.3 Taxonomia Wodak & Meyer în raport cu adâncimea lingvistică a câmpului lingvistic și nivelul de agregare al acestuia (*apud* Wodak & Meyer, 2009:22)

Dimensiunile câmpului disciplinar al (C)DS sunt extinse la interesul studierii limbii reale și a utilizatorilor reali ai *'naturally occurring' language*, focalizându-se pe mari unități de analiză (cum ar fi textele, de exemplu) și nu pe cuvinte sau propoziții izolate. Extinderea lingvistică dincolo de dimensiunile semantică și sintactică spre studiul acțiunii/interacțiunii constituie, de fapt, extinderea spre analiza aspectelor nonverbale ale comunicării, orientarea spre strategiile interacțiunii, studierea contextelor specifice funcțiilor utilizării limbajului (social, cultural, situativ sau cognitiv), respectiv analiza unui mare

număr de fenomene ale gramaticii textuale și ale uzului limbii (Wodak & Meyer, 2009:2).

Cea mai importantă dimensiune a (C)DS se referă la studiul funcțiilor contextului utilizării limbajului. Din această perspectivă, van Dijk consideră că relația dintre discurs și societate nu este directă, ci mediată de anumite modele contextuale (*context models*) printr-un set de pattern-uri contextuale (modelate cultural și extinse dinspre local – dimensiunea microsocioal spre global – dimensiunea macrosocioal), care:

(...) sunt organizate printr-o *schemă* relativ simplă, constând în *categorii* fundamentale, cum ar fi:

- context spațiotemporal
- participanți
 - identități, roluri, relații
 - scopuri
 - cunoaștere
 - ideologii
- acțiune socială în curs de desfășurare (van Dijk, 2009:73-74).

Modelele contextuale sunt considerate a fi, *par excellence*, zona de interferență dintre discurs și societate și joacă, prin urmare, un rol important în analiza discursului critic. În plus, aceste pattern-uri contextuale presupun apelul la criteriul discursiv al relevanței, a unei relevanțe relative, privind cunoaștere, scopuri, dorințe, interese și experiențe personale ale participanților în actul discursiv, filtrate de enunțiator. Relevanța relativă derivă dintr-un cadru general al culturii sau al cunoașterii comune privitoare la cultură și devine filtru subiectiv al participanților la discurs.

7. Competența de comunicare

7.1 Competența - cadru de definire. Termenul „competență” a pătruns târziu în lexisul psihologiei, operându-se mult timp doar cu aptitudini, deprinderi și priceperi. Ca set de potențialități proiectate, competențele au întâlnit, ulterior, rolurile asociate anumitor statusuri, provenite din aria disciplinară a sociologiei, desemnând împreună cu acestea latura dinamică a respectivelor statusuri. Termenul „competență” s-a născut în câmpul teoriei comunicării, iar de aici a pătruns în celelalte sfere sociale, contribuind în mare măsură la proiectarea carierei. Practic, termenul a cunoscut consacrară prin intermediul psihologiei muncii și al managementului resurselor umane, devenind determinant în proiectarea modelelor educaționale.

Provenind din lat. *competens*, însemnând *competent*, derivat la rândul său din termenul *competere*, cuvânt compus, format din radicalul *com* – împreună și din verbul *petere* – a urmări, competența, în înțelesul pe care îl are în momentul de față în câmpul psihologiei a fost studiat târziu, în ultimele decenii ale secolului trecut. De fapt, importul termenului s-a realizat prin filiera chomskiană. Termenul competență a început să-și construiască propriul statut în cadrul lexisului de specialitate, desemnând „capacitatea, deprinderea sau abilitatea de a face ceva corect sau eficient, sau scopul abilității sau cunoașterii personale sau de grup” (Colman, 2002:149). Ulterior, termenul a fost din ce în ce mai intens exploatat, iar aria de semnificare a fost extinsă, competența desemnând „în ontogeneză, ansamblul celor mai precoce posibilități de răspuns față de mediul înconjurător” (Larousse, 2006:218). Practic, această extindere presupune o abordare a problematicii competenței din perspectiva a patru tipuri de studii: anatomice, neurologice, neurofiziologice și comportamentale.

Studierea competențelor din perspectiva psihologiei presupune o adâncire a cercetării de specialitate în domeniul potențialităților individuale, mai precis în ceea ce privește *aptitudinile* și *deprinderile*. Aadar, odată ce asupra potențialităților latente ale persoanei se acționează în sensul activității lor, acestea devin aptitudini. Aptitudinile, prin delimitare terminologică, se apropie mult de definiția competențelor în dicționarul Larousse. „Însușirile psihice care constituie condiția îndeplinirii cu succes a anumitor activități se numesc aptitudini”, punctează P. Popescu-Neveanu și E. Fischbein (1971). Cu alte cuvinte, atât aptitudinile cât și competențele presupun un set de potențialități utilizate în scopul adaptării la mediu în condiții de eficiență. Diferența dintre acestea constă în faptul că aptitudinile presupun activarea potențialităților latente în raport cu situațiile concrete, în timp ce competențele presupun acumularea de valori și cunoștințe. Plecând de aici, se poate continua lista diferențelor derivate, inclusiv în ceea ce privește formarea: dacă aptitudinile nu necesită existența unui cadru formativ, competențele necesită un asemenea cadru instituționalizat și acumularea de durată, adică un orizont temporal mult

mai îndepărtat decât cel al aptitudinilor. Or, tocmai cadrul formativ este cel care contribuie la realizarea corelației dintre aptitudini, deprinderi și priceperi din perspectiva exercițiilor în anumite tipare de acțiune, respectiv dintre aptitudini, cunoștințe și competențe, din perspectiva activității potențialilor latente cu privire la totalitatea proceselor psihice implicate în actul de formare. Prin raportare la aptitudini, deprinderi și priceperi, competența devine acea „categorie specială de caracteristici individuale care sunt strâns legate de valorile și cunoștințele acumulate” (Lévy-Leboyer, *apud* oitu, 2006:58).

Plecând de la potențialitățile latente, perspectiva psihologică se îmbogățește și se cumulează cu perspectiva pedagogică. Mediul educațional instituțional constituie cadrul principal de activare, dar nu singurul. Pentru proiectarea colar și a carierei trebuie să se țină cont de latente, dar acordarea latentelor cu nevoile de formare nu asigură succesul atingerii anumitor competențe. În cadrul instituționalizat de educare se formează mai degrabă aptitudini decât competențe, dat fiind faptul că acele competențe vizate constituie eluri care pot fi verificate în contextul producerii lor ulterioare, în contexte profesionale. Pentru a puncta mai corect diferența față de latura practică a exploatarea latentelor individuale, transformate în deprinderi, în care factorii importanți sunt automatizarea sau execuția în baza unor repere de acțiune și experiență, în ceea ce privește formarea competențelor, singura modalitate de evaluare constă în adaptarea rapidă la schimbările survenite în context. Cadrul didactic instituțional nu are posibilitatea să probeze, în cele mai multe cazuri, capacitatea de adaptare la contexte noi și, prin urmare, nu presupune nici ancorarea în scopuri care vizează adaptabilitatea și răspunsul la nou.

Câmpul disciplinar al sociologiei profesiilor nu abordează distinct termenul competență. Competența și rolul sunt coordonatele dinamice ale poziționării unei persoane într-o structură socială, iar aceasta conduce la dese confuzii în termeni între respectivele concepte. Cele două concepte sunt asociate noțiunii de status, care desemnează poziția persoanei în cadrul unei structuri organizatorice. *Statusul* reprezintă, cu alte cuvinte, identitatea socială a unui individ și cere un comportament așteptat, adică un set de atribute derivate sau roluri. *Rolul* presupune acel comportament adecvat, asociat statusului, mai exact atributul structural al respectivei organizații implicat, *nolens-volens*, componenta atitudinală. Rolul constituie totalitatea așteptărilor, exprimate în drepturi și responsabilități, care definesc comportamentul oamenilor privitor la status. Rolul implică îndeplinirea unei atribuții, iar pentru aceasta el presupune existența unor competențe. Între rol și competență, elemente dinamice ale statusului, nu există relație de congruență, ci doar o condiționare reciprocă. Diferența fundamentală este dată de dimensiunea prescriptivă a rolurilor. Altfel spus, acestea presupun o proiecție mentală a comportamentului, a conduitei sociale, „ceea ce oferă posibilitatea direcționării acțiunilor spre un scop bine definit” (Schifirne, 2005:8). Din perspectivă socială, competența presupune activarea potențialilor. Această activare implică dimensiunea atitudinală.

Vorbind despre elementul dinamic al statusului, competența, discutăm despre potențialitate și atitudine. Rolul și competența, din perspectivă socială, ca elemente asociate unui status, presupun o componentă comună, de natură atitudinală, și elemente distincte. Unul dintre elementele aparent distincte, atitudinea, caracterizează atât rolul cât și competența.

7.2 De la competența lingvistică la competența de comunicare. În deceniul opt al secolului trecut, lingvistul american Avram Noam Chomsky, prin intermediul studiilor sale în domeniul lingvisticii generative, definește capacitatea unui locutor/receptor ideal de a produce/înțelege o infinitate de fraze corecte gramatical drept competență lingvistică. Chomsky nu ia, a adă, în calcul, dimensiunea pragmatică a comunicării și se restrânge la proiectia semantică/sintactică. Prin urmare, el introduce termenul de competență lingvistică în sensul ilustrării modului „how language is used or acquired” (Chomsky, 2006:4), presupunând un sistem de achiziție ce are la bază teoria unei gramatici universale. Cu alte cuvinte, competența lingvistică chomskiană poate fi definită drept capacitatea unui vorbitor ideal de a stăpâni un sistem abstract de reguli de vorbire (dimensiunea sintactică), odată dobândită relația semnelor cu obiectele pe care le desemnează (dimensiunea semantică). Această „competență” este rezultatul unor interacțiuni liniare între o structură de profunzime în care este deja engramată facultatea lingvistică, și o structură de suprafață.

Pentru definirea competenței de comunicare trebuie menționat influența colii de la Frankfurt, prin figura predominantă a celei de-a doua generații, Jürgen Habermas. Începând cu 1971, Habermas respinge noțiunea restrictivă de competență lingvistică propusă de Chomsky ca urmare a inadecvării la interpretarea culturală și la exprimarea/negocierea de înțelegeri. Pentru Habermas, competența de comunicare, raportată, de această dată, la situația ideală de vorbire și nu la vorbitorul ideal (care accesează coduri lingvistice), presupune mărirea acestuia: (1) de a pune în act potențialul de a produce o situație de comunicare ideală și (2) de a face uz de cunoașterea și competența necesare comportamentului de rol. Situația de vorbire ideală stă la baza teoriei critice a societății elaborată de Habermas⁷, în timp ce comportamentul de rol este numit „interacțiune simbolică”, iar actul comunicational este asociat competenței comunicative. Definirea conceptului de competență de comunicare s-a realizat mai târziu, în 1979, și a presupus

⁷ „Recursul la situația de vorbire ideală are pentru fiecare comunicare posibil însemnătatea unei aparținente constitutive, care este în același timp anticiparea unei forme de viață. Apriori noi nu putem desigur să afirmăm că această anticipare este numai iluzie (subreptiție) provenită, ca întotdeauna, din supoziții inevitabile sau condițiile empirice pentru realizarea formei de viață presupune, fie ea una apropiată, pot fi practic realizate. Normele fundamentale ale vorbirii posibile, cuprinse în pragmatica universală, conțin din acest punct de vedere o ipoteză practică. De la această ipoteză, care trebuie să fie dezvoltată și întemeiată într-o teorie a competenței comunicative, pleacă teoria critică a societății”, notează Jürgen Habermas în „Preliminarii la o teorie a competenței comunicative” (1971/1983:224);

luarea în considerare atât a dimensiunii sintactice a lui Chomsky prin apel la gramatica generativă, cât și a semanticii în dinamica sa, respectiv a pragmaticii pe care încearcă să o refondeze ca pragmatic universal (care are drept domeniu-obiect exprimarea elementară): „capacitatea unui vorbitor orientat spre în alegerea mutuală de a introduce o propoziție corect construită în relație cu realitatea” (Habermas, 1979:29). În alegerea este posibil dacă actorii comunicării accesează simultan planul intersubiectivității și planul obiectelor asupra cărora ei convin. În direcția deschisă de Habermas, conceptul a fost preluat și dezvoltat de Hans-Eberhard Piepho (*apud* Berns, 1990:97), un specialist în pedagogia limbajului, care în 1974 definea competența de comunicare drept

capacitatea de a se face înțeles, fără ezitări și fără inhibiții, prin mijloace lingvistice pe care individul le înțelege și a învăța să le evalueze în raport cu efectele lor, respectiv capacitatea de înțelegere intențională comunicatională chiar dacă ele au fost exprimate într-un cod pe care vorbitorul însuși (vorbitorul însuși) nu știe suficient de bine să îl utilizeze și care este doar parțial disponibil idiolectului său (ei).

Expresia *competență de comunicare* a cunoscut transformări, în sensul aplicării la un cadru de referință fluid, prin intermediul sociolingvisticii, în special prin studiile antropologului și lingvistului american Dell Hymes (1972; 1974). Din această perspectivă, expresia desemnează cunoștințele de care au nevoie participanții pentru interacțiunea socială și pentru succesul comunicării, altfel spus capacitatea de adaptare la situațiile de comunicare. Cât vreme pentru Hymes comunicarea nu poate fi studiată izolat, ci numai în termenii efectelor pe care o produce în mintea oamenilor, în mod necesar nici competența de comunicare nu se poate rezuma în definiție la dimensiunile sintactice și semantice. Hymes vede necesară perceperea comunicării ca punere în practică a unor competențe specifice. El se distanțează de perspectiva chomskiană a cunoașterii limbii și a emiterii unor enunțuri corecte din punct de vedere gramatical, apelând la o competență care presupune și luarea în considerare a performanței lingvistice în contexte variate. Cu alte cuvinte, competența de comunicare reprezintă cunoștințele de care au nevoie participanții la actul de comunicare pentru a interacționa și capacitatea de a o pune în practică (*ability for use*), adică utilizarea limbii în manieră adecvată în contexte diferite. Hymes ia în considerare patru aspecte ale acestei competențe: posibilitatea (*possibility*), gradul de realizare (*feasibility*), adecvarea (*appropriateness*) și probabilitatea (*probability*), prin apel la patru întrebări:

- a) dacă (și în ce măsură) ceva e posibil formal
- b) dacă (și în ce măsură) ceva e realizabil
- c) dacă (și în ce măsură) ceva e adecvat
- d) dacă (și în ce măsură) ceva e dat (Hymes, 1972:284),

iar ulterior redefine te cele patru dimensiuni: poten ial systemic, adecvare, ocuren i grad de realizare, dintre care doar primul este atins de ceea ce înseamn competen lingvistic în termenii lui Chomsky:

- a) poten ialul systemic – dac i în ce m sur ceva este înc nerealizat i într-un sens înc neîn eles, lucrul la care Chomsky reduce în consecin comunicarea;
- b) adecvarea/coresponden a – dac i în ce m sur ceva este într-un anumit context potrivit, eficace sau similar;
- c) ocuren a – dac i în ce m sur ceva e dat;
- d) gradul de realizare – dac i în ce m sur ceva e posibil, dându-se în elesurile îndeplinirii disponibile (Hymes, 1974:95)

Hymes a propus studiul competen ei de comunicare din nevoia de a include dimensiunea social , pornind de la studiul interac iunii sistemelor lingvistice individuale i a capacit ilor psiholingvistice ale individului, în contextul anumitor impuneri privind natura comunic rii i adecvarea acesteia la context. Hymes a ținut cont, a adar, de cunoa terea a ceea ce este posibil, realizabil, adecvat i chiar dat în actul de comunicare i a subliniat necesitatea unei teorii a competen ei de comunicare, plecând de la cele patru dimensiuni amintite. Teoria competen ei comunica ionale a fost completat i îmbun t it prin studiile lui Michael A.K. Halliday (1972), Michael Canale i Merrill Swain (1980), Michael Canale (1983), S.J. Savignon (1983), D.S. Taylor (1988), Henry G. Widdowson (1989) i Lyle F. Bachman (1990).

7.3 Modelul lui Canale și Swain al competenței de comunicare.

Plecând de la teoria lui Hymes, Canale i Swain (1980) au inclus competen a lingvistic în conceptul l rgit de competen de comunicare, cu argumentul c exist reguli ale utiliz rii limbii, inutile f r regulile gramaticale.

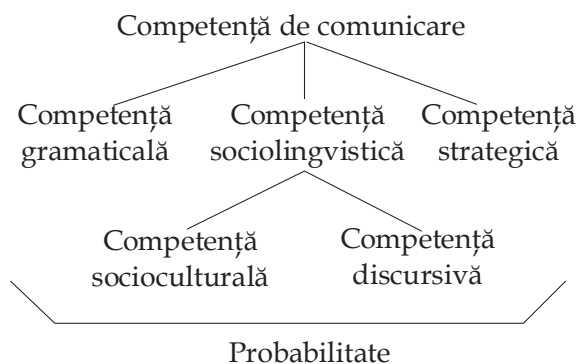


Fig.4 Componentele competen ei de comunicare în modelul Canale i Swain.
 Reprezentare schematic (apud Johnson & Johnson, 2002:66)

În modelul Canale-Swain (1980) putem distinge patru arii de competen care acoper domeniul nostru de studiu: gramatical ,

sociolingvistic , discursiv și strategic . Inițial, plecând de la o critică a modelului Hymes, Canale și Swain propun un model al competenței comunicative axat pe dimensiunile gramatical , sociolingvistic și strategic , pentru ca ulterior să fie adăugat competența discursivă ca parte a competenței sociolingvistice, alături de cea socioculturală .

Competența gramaticală presupune cunoașterea fonologiei, ortografiei, vocabularului, structurii și formării cuvintelor, frazelor etc. Competența sociolingvistică privește cunoașterea regulilor sociolingvistice de uz al limbii, adică capacitatea de a utiliza limba în contexte sociolingvistice diferite, de a comunica în limitele impuse de un subiect de discuție sau de a folosi formele gramaticale adecvate diferitelor funcții comunicative (*communicative functions*) în contexte sociolingvistice diferite. Competența discursivă se referă la capacitatea de a alege și producea textele, în consens cu cerințele discursive generale: coeziune/coerență , informativitate și relevanță /pertinență . Competența strategică , în modelul Canale-Swain, se referă la strategiile compensatorii utilizate atunci când apar dificultăți de exprimare de natură gramaticală , sociolingvistică sau discursivă , cum ar fi:

utilizarea surselor de referință , a parafrizei gramaticale și lexicale, a cererii de repetare, clarificare, vorbire mai rară , sau probleme în adresarea cître străini atunci când nu există siguranță privitoare la statusul social al acestora ori în găsirea mecanismelor coezive corecte (Peterwagner, 2005:12).

Această ultimă dimensiune presupune, cu alte cuvinte, compensarea în comunicare ca urmare a limitării variabilelor performative ale individului sau ca urmare a insuficienței în ceea ce privește competența.

Spre deosebire de Chomsky, Hymes a introdus în conceptul de competență de comunicare capacitatea de utilizare a limbii (*ability for use*). Canale și Swain au constatat că expresiei „*ability for use*” nu i-a fost acordată atenția necesară în cercetare, că nu există teorii ale acțiunii umane care să poată explica adecvat și că aceasta depinde de clasele sociale, în conformitate cu studiile lui Bernstein (1971:76), care distinge între codul restrâns, presupunând un vocabular redus și o sintaxă simplă, specific claselor de la baza ierarhiei sociale, comunităților tradiționale, restrânse, respectiv codul elaborat, presupunând un grad de complexitate ridicat, specific persoanelor educate și claselor sociale înalte. Pentru aceasta, cercetătorii americani au transferat *ability for use* în aria performanței comunicative.

7.4 Modelul lui Widdowson al competenței de comunicare.

Demersul lui Canale și Swain, a fost continuat de studiile britanicului Henry G. Widdowson, care a făcut distincție între conceptele de cunoaștere (*knowledge*) și capacitate (*ability*), primul referindu-se la cunoașterea convențiilor lingvistice și sociolingvistice, celălalt la capacitatea utilizării cunoașterii pentru crearea înțelesurilor în limbă . Aceasta înseamnă , în studiile ulterioare ale lui

Widdowson (*apud* Peterwagner, 2005), c ă a cunoa te o limb ă înseamn ă mai mult dec ăt a cunoa te formele lingvistice ale acesteia, „implic ă a cunoa te cum acestea interac ioneaz din perspectiv ă sintactic ă în calitate de purt toare de în eles” (Peterwagner, 2005:13). Dac ă prima dimensiune, cunoa terea, presupune analiza ă aplicarea unor reguli numite de lingvistul britanic func ă ia intern ă a formelor în codul lingvistic, utilizarea limbii presupune cunoa terea modalit ă ii de abordare a gramaticii pentru exprimarea în elesurilor adecvate contextelor diferite, adic ă o func ă ie extern ă . Competen ă a reprezint ă , în acest caz, mai mult dec ăt cunoa tere, reprezint ă capacitatea de a face uz de acest cunoa tere în acord cu conveni ă ile. Astfel, modelul Widdowson ia urm toarea form ă :

COMPETEN ă A

CUNOA ă ȘTERE

CAPACITATE

Aceste dou ă componente se refer ă la to ă i cei patru parametri ai lui Hymes
posibilitate, grad de realizare, adecvare și probabilitate

COMPETEN ă A GRAMATICAL ă

=Posibilitate

COMPETEN ă A PRAGMATIC ă

= grad de realizare, adecvare și probabilitate

Fig.5 Modelul Widdowson al competen ă ii de comunicare (*apud* Peterwagner, 2005:13)

Cunoa terea comun ă devine, în studiile lui Widdowson, o cerin ă a realiz ă rii convergen ă ii comunica ă ionale. Comunicarea nu presupune, din aceast ă perspectiv ă , o punere în coresponden ă a diferitelor forme de cunoa tere, ci a diferitelor grade de convergen ă , care necesit ă o negociere complex ă a cadrului cunoa terii comune în limitele c ă reia actul lingvistic este performat (Widdowson, 2007:25). Negocierea presupune punerea în discu ă ie a schemelor de cunoa tere familiar ă actorilor comunica ă rii – „schemele sunt reprezent ă ri mentale a ceea ce este familiar sau obi nuit” (Widdowson, 2007:28), dar acestea sunt constructe culturale, relative, reprezint ă variante diferite de în alegere ă i explicare a lumii.

Cunoa terea poate fi caracterizat ă în termenii posibilit ă ților de analiz ă (*analysability*), în timp ce capacitatea utiliz ă rii limbii în termenii gradului de accesibilitate (*accessibility*). Dac ă primul termen se refer ă la modul în care sunt construite, structurate ă i devenite explicite ca în eles reprezent ă rile mentale ale cunoa terii, accesibilitatea prive te u urin ă a ă i rapiditatea cu care cunoa terea poate fi accesat ă în utilizarea limbii. Posibilitatea de analiz ă devine astfel parametrul de referin ă în înv ă area unei limbi, în timp ce accesibilitatea parametrul de referin ă în demersul comunicativ. Dintr-o asemenea perspectiv ă , cunoa terea ă i capacitatea de utilizare a limbii sunt inseparabile ă i constituie, fiecare dintre ele, precondi ă ie pentru cealalt ă .

7.5 Modelul integrativ al lui Bachman. Alte modele-sinteză. În 1986, Jan A. van Ek (*apud* Coperias Aguillar, 2008:60-61) a prezentat un cadru de definire a abilității/competenței de comunicare (vizând atingerea obiectivelor privind învățarea unei limbi străine), subsumând acesteia:

- competența lingvistică (abilitatea de a produce și interpreta expresii cu înțeles, formate în acord cu regulile de limbaj),
- competența sociolingvistică (conștientizarea condițiilor în care are loc alegerea formelor limbii, determinată de condiții precum contextul, relația dintre partenerii de comunicare, intențiile comunicative etc.),
- competența discursivă (abilitatea de a utiliza strategiile adecvate în construcția și interpretarea textelor),
- competența strategică (capacitatea de exploatare a condițiilor de exprimare adecvat, respectiv de înțelegere a sensurilor intenționate, când comunicarea este dificil de realizat),
- competența socioculturală (utilizarea cadrului particular de comunicare, dependent de contextul cultural) și
- competența socială (presupunând dorința și abilitățile necesare interacțiunii cu ceilalți, mai exact motivație, atitudine adecvată, încredere în sine, empatie și abilitatea de a se descurca în anumite situații sociale).

Această direcție de cercetare a fost urmată și de Lyle F. Bachman. În încercarea de a încorpora ideile privitoare la competența de comunicare din modelele lui Michael Canale, Merrill Swain și Sandy Savignon pentru a putea construi teste de limbă, dar considerând modelul Canale-Swain ca fiind static, Lyle F. Bachman (1990) propune un model al competenței comunicative, pe care îl denumește *communicative language ability* (CLA). Componentele acestui concept sunt (Bachman, 1990:85), v. fig.6:

- competența lingvistică, desemnând un set de elemente utilizate în comunicarea prin intermediul limbajului;
- competența strategică, caracterizând capacitatea mentală de implementare a componentelor competenței lingvistice în utilizarea contextualizată a limbajului, vizând relaționarea limbajului cu contextul producerii sale și cu structura cognitivă a utilizatorului, privind componenta socioculturală și cea privitoare la cunoașterea lumii reale;
- mecanismele psihofiziologice ale individului, privitoare la procesele neurologice și psihologice, văzute ca fenomene fizice, necesare utilizării limbajului.

Competența lingvistică vizează două dimensiuni majore (Bachman, 1990:87-97): organizațională și pragmatică. Competența organizațională cuprinde elementele privitoare la structura formală a limbajului, incluzând competența gramaticală și cea textuală. Competența gramaticală privește aspectele legate de vocabular, morfologie, sintaxă, fonologie/grafologie etc., în timp ce cea textuală se referă la cunoașterea convențiilor pentru înțelegerea elementelor de discurs astfel încât să formeze un text, scris sau rostit, în acord cu regulile coeziunii și organizării retorice.

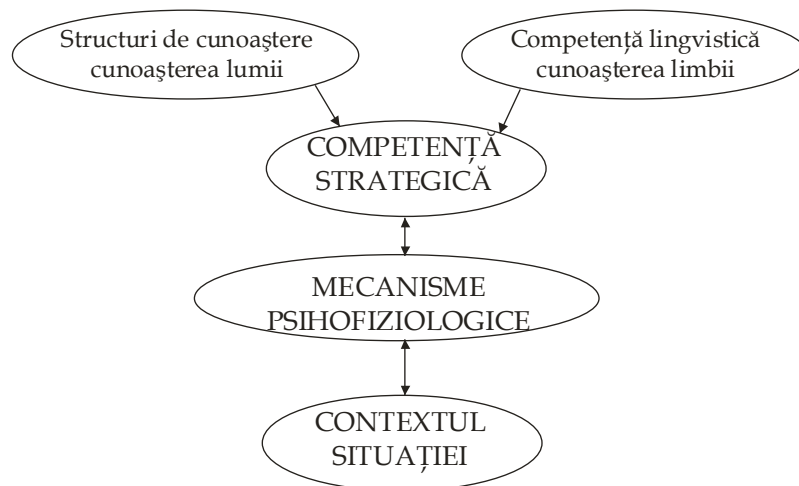


Fig.6 Componentele CLA în utilizarea limbii

Competența pragmatică privește relațiile dintre unitățile discursive și acțiunile sau funcțiile pe care utilizatorii limbii încearcă să le performeze prin aceste unități discursive, care evidențiază dimensiunea ilocutionară, respectiv caracteristicile contextului utilizării limbii, care determină gradul de adecvare al acesteia. Ea include competența ilocutionară și cea sociolingvistică. Competența ilocutionară, cu originea în teoria actelor de limbaj, vizează atât utilizarea limbajului cu for ilocutionară, cât și interpretarea forței ilocutionare a limbajului partenerului de comunicare, și trimite la prezența și activarea unui set de patru funcții:

- funcția ideatională, prin intermediul căreia fiecare se exprimă în termenii propriei experiențe privind lumea reală;
- funcția de manipulare, prin care este urmărită influențarea; Ea include funcția instrumentală, vizând utilizarea performativelor, adică executarea de acțiuni concomitent cu rostirea, funcția regulatorie, necesară pentru controlul comportamentului partenerilor de comunicare și influențarea mediului, respectiv funcția interacțională vizând utilizarea limbajului pentru a forma, menține sau schimba relațiile interpersonală;
- funcția euristică, privitoare la utilizarea limbajului pentru extinderea cunoașterii prin acte de predare, învățare, rezolvare de probleme sau memorizare conștientă;
- funcția imaginativă, referitoare la extinderea propriului mediu de producere.

Competența sociolingvistică privește controlul convențiilor utilizării limbajului determinate de contextul producerii, și se referă la sensibilitatea la dialect/ subdialect/ grai, sensibilitatea la registru privitoare la variațiile în interiorul unui singur dialect, subdialect sau grai, sensibilitatea la naturalețe care vizează maniera în care sunt formulate și interpretate elementele de limbaj,

nu în sensul acurate ei lingvistice, ci în sensul apartenen ei prin na tere la respectiva limb (*nativelike way*), respectiv utilizarea i interpretarea referin elor culturale i a figurilor de vorbire. Într-o reprezentare schematic , componentele competen ei lingvistice în modelul CLA al lui Bachman sunt structurate astfel:

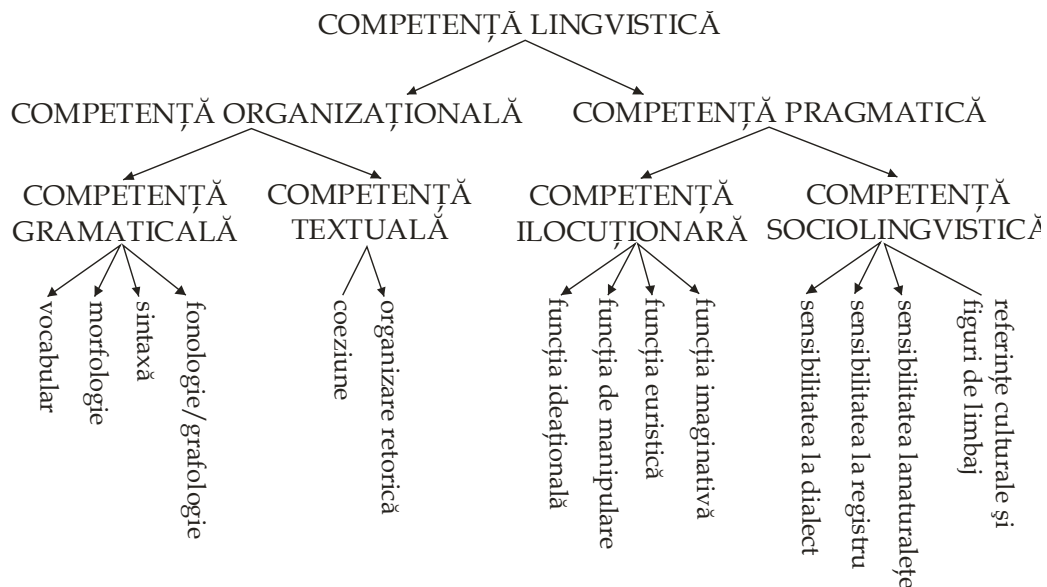


Fig.7 Componentele competen ei lingvistice (*apud* Bachman, 1990:87)

Competen a strategic are acela i în eles ca în studiile lui Canale i Swain i reprezint capacitatea mental a participan ilor la actul de comunicare de a compensa neajunsurile componentelor competen ei lingvistice în utilizarea limbii în contexte comunica ionale diferite, atâta timp cât strategia comunica ional , la modul general, prive te încercarea interlocutorilor de a conveni asupra unui în eles. Componentele acestei competen e sunt (Bachman, 1990:100-101): evaluarea (*assessment*), planficarea (*planning*) i executarea (*execution*). Componenta evaluativ presupune raportarea la un scop comunica ional într-un context mental dat, identificarea informa iei cerute i a resurselor de limbaj disponibile, respectiv evaluarea interlocutorului. Într-o manier sistematizat ,

componenta evaluativ ne ofer posibilitatea (1) s identific m informa ia – incluzând varietatea limbii, sau dialogul – care este necesar pentru realizarea unui scop comunicativ particular într-un anumit context; (2) s determin m ce competen e de limbaj (limba nativ , a doua limb sau o limb str in) ne sunt la dispozi ie pentru un transfer de informa ie mai eficient realizat pentru atingerea scopului comunicativ; (3) s certific m abilit ile sau cuno tin ele împ rt ite de interlocutor; i (4) s continu m

încercarea de comunicare, evaluând în ce m sur scopul comunicational a fost atins (Bachman, 1990:100).

Componenta de planificare prive te remedierea elementelor relevante din competen a lingvistic , de natur gramatical , textual , ilocu ionar sau sociolingvistic , i formularea unui plan care s conduc la atingerea scopului comunicational. Componenta executorie implic mecanismele psihofiziologice în implementarea planului în acord cu modul i canalul adecvate scopului comunicativ i contextului de producere. Într-o reprezentare schematic , punerea în act a limbii, prin apel la componentele CLA, presupune o interrela ionare a competen ei strategice cu competen a lingvistic , cu mecanismele psihofiziologice i cu contextul de urm toarea natur (Bachman, 1990:102):

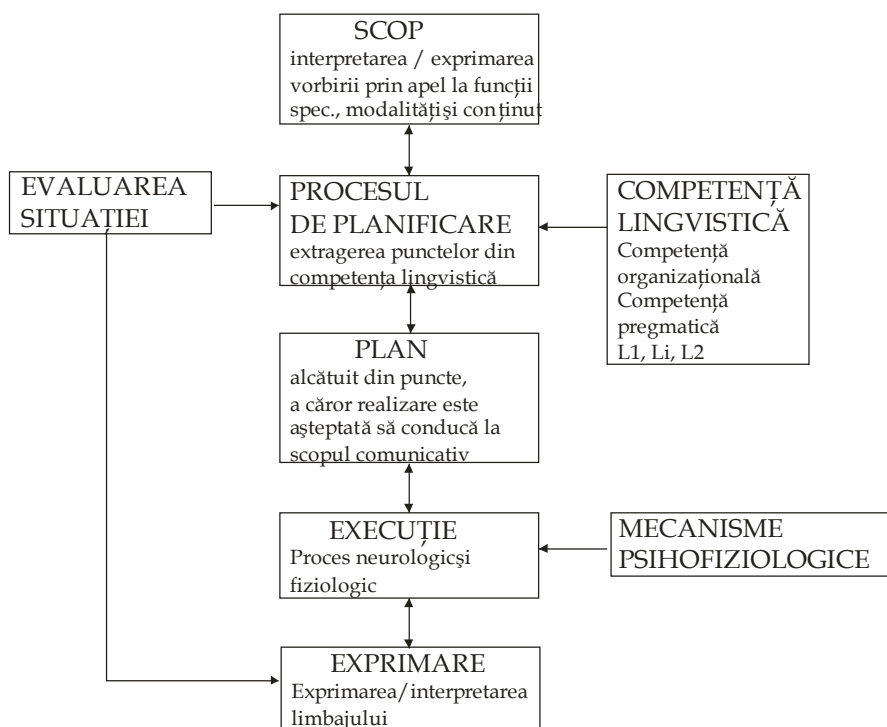


Fig.8 Un model al utilizării limbii, extensie a modelului Færch-Kasper (1983)

Modelul Bachman este un model-sintez , complex, oferind o descriere detaliat a elementelor componente, oferind o defini ie opera ional a competen ei de comunicare. În afara acestuia, alte modele-sintez au fost propuse de Marianne Celce-Murcia i colaboratorii. Spre exemplu, Celce-Murcia *et al.* (1995:10), Celce-Murcia (2008:44) propun o structur grafic în care componentele lingvistic , sociolingvistic / sociocultural , discursiv , strategic i ac ional sunt reprezentate împreun cu rela iile lor func ionale.

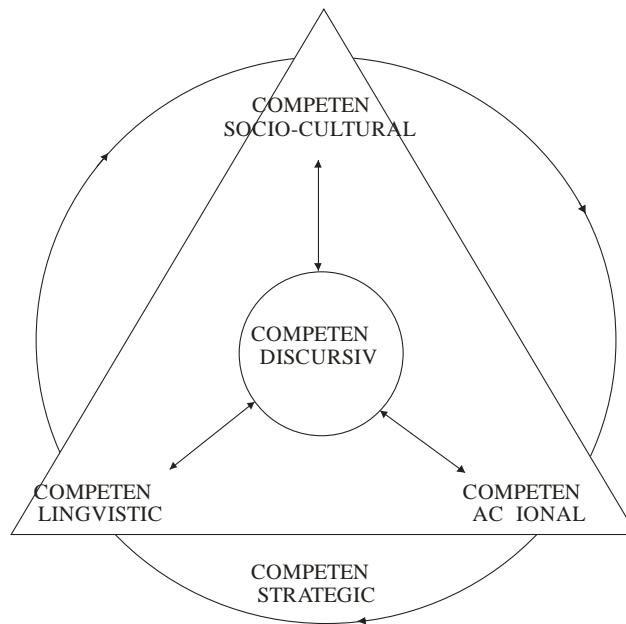


Fig. 9 Reprezentarea schematic a competen ei de comunicare (*apud* Celce-Murcia, 2008:44)

Reprezentarea schematic a fost revizuit în studiile ulterioare, în condi iile în care competen a ac ional a fost înlocuit de competen interac ional i competen a conven ional (*formulaic competence*), referitoare la aspectele conven ionale ale limbii, „ca acte de comunicare oral sau ca schimburi retorice scrise care func ioneaz ca parte a competen ei de comunicare” (Celce-Murcia & Olshtain, 2000:71).

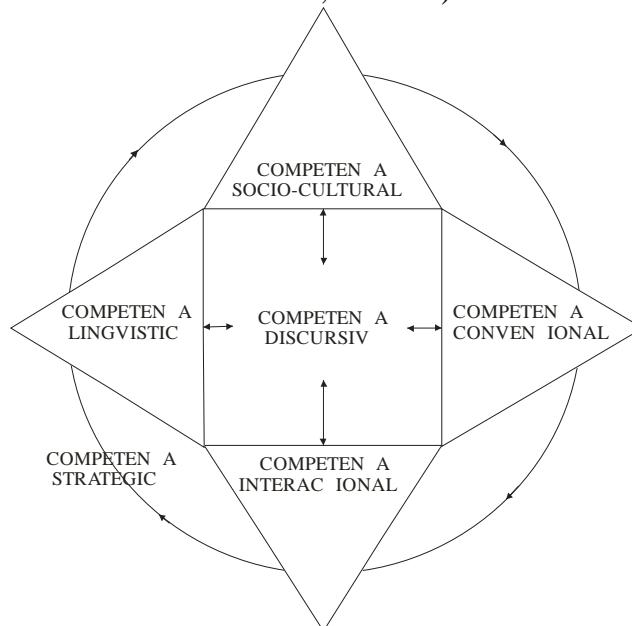


Fig. 10 Reprezentarea schematic revizuit a competen ei de comunicare (Celce-Murcia & Olshtain, 2000:45)

În studiul din 2008, Celce-Murcia definește competența convențională drept element de contrabalans în raport cu competența lingvistică („Competența convențională se referă la acele fragmente fixe și prefabricate de limbaj pe care vorbitorii le utilizează intensiv în interacțiunile cotidiene”, v. Celce-Murcia, 2008:47), cuprinzând elementele rutiniere, colocuțiile, structurile idiomatiche, cadrele lexicale etc. Competența interacțională (Celce-Murcia, 2008:45), subsumând competența acțională, conversațională și nonverbală /paralingvistică, întregesc setul de elemente componente ale competenței de comunicare și o încadrează în contextul unei lumi deschise, în care relațiile interculturale sunt luate în considerare.

8. Comunicarea de influențare

A vorbi înseamnă a face ca lumea să fie comun (Emmanuel Lévinas)

8.1 Căi ale influenței. Comunicarea de influențare presupune apelul implicit în situarea, în ceea ce privește receptorul, fie la baza unui construct cognitiv al concepției despre lume și viață tributari unor scheme reducționiste, fie la „porțile subconștientului” (Ruști, 2005:7-21). În primul caz, structurarea propriei concepții despre tema discuției – influențată de concepția emițătorului – într-un cadru al comunicării lipsit de tensiune nu trimite spre teoriile consistenței cognitive. Teoriile consistenței cognitive au drept fundament prezența de raționalitate comunicatională, în baza căreia înțelegerea umană este o formă rațională inclusiv comportamentului irațional.

Conceptul consistenței în comportamentul uman este o extensie a noțiunii generale de la lumea fizică la domeniul comportamentului uman. Diferiți teoreticieni susțin că indivizii luptă pentru consistență în mai multe feluri, ca de exemplu: consistența în atitudini, în comportamente, în percepția noastră asupra lumii sau chiar în dezvoltarea personalității. Pe scurt, încercăm să organizăm lumea în moduri în care ni se pare pline de înțeles și raționale (Severin & Tankard Jr., 2004:153).

Din această perspectivă, orice inconsecvență generează „tensiune psihologică” sau disconfort în relațiile interumane, conducând astfel la un anumit tip de acțiune care presupune reducerea tensiunii, inconsistenței, dezechilibrului și, în limitele posibilului, dobândirea consistenței.

În cel de-al doilea caz, comunicarea de influențare face apel la proximitatea unui hotărâre dintre conștient și inconștient, adică la „porțile unei zone aproape necunoscute în care stă informația nemonitorizată, alungată, neglijată, neluată în seamă” (Ruști, 2005:12-13), a unei zone guvernate de refuz, uitare accidentală, camuflare, în care cuvintele angajează simpatetic alte cuvinte. Apelul la subconștient, ca bancă de informații despre persoana în cauză, despre istoria ei socială, reprezintă una dintre căile posibile de angajare a acțiunii receptorului în acord cu intențiile emițătorului care controlează puncte de legătură cu acest teritoriu al necunoscutului uman. Din fericire, cunoașterea psihicului uman nu este la îndemâna oricui și influențarea prin teritoriul simbolic al presimțirilor, anticipărilor, viselor receptorului este dificilă. Dar, atâta vreme cât vorbim despre un prag al conștiinței, cât vreme vorbim despre o încercare de excedere a limitelor conștientului, este necesar apelul la fațetele multiple ale psihicului uman:

Ipoteza pragului conștiinței și a inconștientului înseamnă că materialul brut indispensabil oricrei cunoașteri, și anume reacțiile psihice, ba chiar <gândurile> și <cunoștințele> inconștiente se află în imediata vecinătate, sub sau deasupra conștientului, desigur de acesta doar printr-un <prag>, dar fiind totuși, după toate aparențele, de neatins (Jung, 1954/1994:26).

Una dintre posibilitățile interpretative, consonant cu studiile lui Jung, este cea conform căreia psihicul uman cunoaște două laturi, una individual/personală și una colectivă. Mai mult, fondul simbolic personal, inconștientul individual presupunând captarea de evenimente refulate, acel labirint misterios al unei camuflări a conștientului/raționalului este completat de un fond simbolic comun, de un inconștient impersonal, denumit inconștientul colectiv (Jung, 1954/1994:71). Acele structuri simbolice colective, repetate obsesiv în limitele unui cadru cultural, reprezintă un teritoriu al inconștientului în care se poate pătrunde mai ușor decât în inconștientul personal. Simplul apel la arhetipuri, structuri narative și simboluri care se repetă în limite culturale, angajând o memorie colectivă ce conține sensuri/structuri specifice, ușor de decodificat în afara experienței individuale a persoanei, oarecum protejată astfel în raport cu inconștientul individual, permite accesul prin „porțile subconștientului” la posibilitățile de influențare prin fondul simbolic comun. Vinovăția, frica de nereușit, incertitudinea, teama de a nu rata, anxietatea etc. sunt tot atâtea porți de acces la persoană, chiar dacă se face apel la o cale mai ocolită, prin intermediul unor arhetipuri ale memoriei colective. Cu alte cuvinte, ceea ce provine din experiența personală permite accesul prin structuri ale experienței generale, fiind când individul vulnerabil la cuvânt, la influențare. Cultura, cadru protector în raporturile interindividuale se dovedește a fi în acest caz principala poartă de accesare a vulnerabilităților individuale, cu condiția ca respectivul cadru cultural să fie suficient de bine cunoscut de către emițător/inițiator. Dar, mai mult de atât, nici măcar structura conștientă individuală, cea în care încrederea este totală, nu protejează suficient împotriva acțiunii de influențare. Nu există conținut conștient care să nu fie, dintr-o anumită perspectivă, inconștient, notează Jung (1954/1994:49,71), ceea ce înseamnă că și individual, conținuturile conștientului sunt simultan conștiente și inconștiente. Date fiind aceste lucruri, una colectivă, a unei culturi care poate deschide porți prin inconștientul colectiv către inconștientul individual, alta individuală, prin structura conținuturilor conștiente, deschizătoare în inconștient, rezultă că influențarea subliminală este nu doar posibilă, ci chiar reprezintă o parte a comunicării curente. Pătrunderea prin aceste porți înspre zona inconștientului personal este posibilă cu cât încrederea în fundamentul credințelor (culturale, religioase) sau în cel al convingerilor este mai mare. Cu alte cuvinte, predispoziția la influențare nu este direct proporțională cu gradul de civilizație sau cu nivelul de educație, ci cu capacitatea adaptativă a ființei.

8.2 Influența și raporturile de putere. Raporturile cu cel lalt, de cooperare sau de competiție, de înfrățire/consolidare a relațiilor sau de putere/construire sau consolidare a poziției, se realizează prin intermediul comunicării. Dar comunicarea servește deopotrivă informării și influenței. În plus, ființa umană, supusă unor traume logice cum ar fi cea a crizei conținutului care depășește forma (a devenirii, adică), a infinitului (a lui Dumnezeu și a morții) și, nu în ultimul rând, a raporturilor sociale (a iubirii, a neîncrederii, a trădării), se agață comunicational de cel lalt ca de un reper (Lévinas, 1999:35). Evadarea prin cel lalt, subliniază Lévinas, se poate realiza prin dorință până la invidierea alterității, prin plămădire până la altruism, prin căsătorie până la deschidere, prin iubire până la dizolvarea sinelui, și prin cuvânt până la autoidentificare (Ruti, 2005:24-26). Rămâne să observăm că raportul cu cel lalt, trecând prin aceste stadii ale evadării din sine, sfârșește de multe ori în sine, cu promisiunea întoarcerii la cel lalt, cu promisiunea noii evadări. Privind dintr-o asemenea perspectivă, legătura dintre ego și alter se realizează în zona comună a culturii care permite ancorarea de punți între conștientul individual și inconștientul colectiv punând la dispoziție întregul arsenal de atitudini, simboluri, arhetipuri etc. În ceea ce privește proiecția comunicării (a celei verbale) în limitele contactului cu cel lalt, cuvântul acționează ca filtru conștient într-un set de raporturi vizibile/tangibile, cum sunt cele cu conștientul individual al partenerului comunicării, sau invizibile/intangibile, cum sunt cele cu inconștientul colectiv. Or, atâta vreme cât inconștientul individual se revărsă în zona vizibilului prin nevroze, amintiri, vise etc., inconștientul colectiv marchează lexisul care, în manieră simpatetică, angrenează inconștientul individual. La acest nivel se produce efectiv influența.

Influența presupune capacitatea de a modifica în anumite limite comportamentul celuilalt, în termeni sociologici influența socială fiind înțeleasă ca fiind „acțiunea exercitată de o entitate socială (persoană, grup etc.), orientată spre modificarea acțiunilor și manifestărilor altora” (Zamfir & Vlăsceanu, 1993:294-295). Comunicarea ca proces de influență socială presupune o gamă largă de intenții comunicaționale, care se manifestă sub forma persuasiunii sau manipulării. Influența socială este considerată, în linia sociologiei acționaliste a lui Raymond Boudon, ca fiind o formă specifică a puterii, în care emițtorul/enunțiatorul trebuie să fie competent din punct de vedere comunicational și să aibă acces la informație de interes pentru receptor/auditoriu/enunțiat. Acesta, la rândul său, trebuie să accepte tacit un set de valori și, uneori, chiar efectele comunicării de influențare, pe care să le fi conștientizat în prealabil (în cazul persuasiunii, de exemplu). În acest sens, influența trebuie privită ca rezultat al unor raporturi manifeste de putere, bazate pe un consens tacit între actorii comunicării, premergător unui act comunicational în care emițtorul (inițiatorul comunicării) este perceput ca deținând competență și informație. Puterea trebuie înțeleasă, în acest context, ca reprezentând „capacitatea de a controla și influența comportamentul altora fără consimțământul acestora” (Cismaru, 2008:57), spre deosebire de autoritate, care

este însoțit de legitimitatea aferentă. Pentru punctarea legăturii directe dintre influențare și putere, Irina Stănciugelu (2009:177) apelează la argumentele sociologice ale lui Michael Mann (1986), care în subcapitolul *The four sources and organizations of power* situează influența într-o zonă de manifestare a puterii (cea simbolică sau ideologică, *ideological power*, v. Mann, 1986:22-23), diferită de constrângere și forță.

Într-o accepțiune marginală, puterea este înțeleasă ca fiind influența maximală pe care o poate exercita cineva asupra altcuiva, întrucând una dintre posibilele forme de manifestare:

- puterea legitimă, sau puterea conferită de post/status;
- puterea de recompensă, sau a celor ce dețin astfel de mijloace;
- puterea de coerciție, sau puterea celor ce dispun de sancțiuni (în general corelată cu puterea de recompensă);
- puterea de expert, bazată pe reputația sau pe succesul celui care o deține;
- puterea de informație, sau forma de putere specifică *gatekeeper*-ilor, celor care controlează accesul la informație;
- puterea relațională, bazată pe raporturile cu persoanele influente (Fortin, 2001, *apud* Cismaru, 2008:57).

Aceste forme de manifestare a puterii presupun angajări relaționale diferite între actorii comunicării, deveniți actori ai influenței; ele presupun modalități diferite de coorientare a receptorului, de la supunere reglementată normativ și orientări calculative până la încredere, empatizare, chiar identificare cu emiștorul (Stănciugelu, 2009:181). În influență îmbracă forme diferite de manifestare. Persuasiunea, forma comunicării de influență care presupune coordonarea emiștorului cu scopurile individuale, de grup sau organizaționale ale receptorilor, se realizează în baza unor argumente raționale, prezentate selectiv și într-o ordine subiectivă, dar și în baza unor fundamente emoționale sau culturale. Manipularea, înțeleasă ca formă de influență care presupune determinarea unui actor comunicațional să acționeze în mod compatibil cu interesul enunțiatorului și diferit față de interesele sale, se realizează în limitele unei raționalități bazate pe argumente false sau falsificabile, pe fundamente ideologice, pe influență emoțională, non-rațională. Diferența dintre aceste două forme de influențare comunicațională diferă, în principiu, prin intenționalitate, dar există și alte aspecte distincte, în special în raport cu etica actului comunicațional:

După cum vedem, diferența dintre persuasiune și manipulare apare doar din punctul de vedere al intenționalității (...). Totuși, mai apar două diferențe, care țin tot de tehnicile folosite și care merită a fi discutate; în primul rând, este vorba de recurgerea la argumente falsificate: din punctul de vedere al analizei, această precizare nu este problematică: odată ce intenția este de a induce în eroare, recurgerea la argumente falsificate nu mai ridică probleme morale, fiind consistentă cu intenția; minciuna este o tehnică de manipulare printre altele (ca dezinformarea, minciuna, zvonul, intoxicarea) (Stănciugelu, 2009:187).

Vasile Tran și Irina Stănciugelu (2007:13) consideră că formele îndepărtate de la dezideratul moral în comunicare pot fi înțelese ca având „un caracter inerent patologic” incluzând, printre acestea, manipularea cu toate tehnicile anterior menționate:

Manipularea este comunicare patologică, înțelegând prin această comunicare intenții ascunse și răsuitoare, în măsura în care interesele interlocutorului sunt, în cel mai bun caz, ignorate de către manipulator, iar autodeterminarea lui subminat. Patologia invocată aici este, evident, de ordin moral (Tran & Stănciugelu, 2007:15).

Tran și Stănciugelu propun, aadar, analiza unor tipologii patologice, care includ manipularea, propaganda, dezinformarea, intoxicarea, impostura, indiferent dacă înțelesurile asociate fiecărui tip de comunicare se intersectează și se suprapun. Totodată, și limita dintre cele două forme majore de influență, persuasiunea și manipularea, este uneori insesizabilă, alteori fluctuantă. De exemplu, persuasiunea în care acțiunea de influențare se realizează prin apel la motivații și credințe inconștiente, la aspecte de ordin subliminal, la raționări fundamentate emoțional sau cultural, este considerată uneori manipulare, chiar dacă scopul influenței este acela de a produce schimbări în concordanță cu voința receptorului. Un alt exemplu este existența unei așa-numite manipulări „pozitive” în care intenția este pozitivă, dar influența nu constă doar în obținerea efectului compatibilității proiectate de gândire și acțiune între actorii comunicării (percepute pozitiv de receptor), ci și înțirirea unei poziții de putere și control de către emițător. Raporturile dintre influență, în înțelesul de gen proximal al persuasiunii și manipulării, și acești ultimi doi termeni, forme particulare de influență, fără a exista o demarcație precisă între sensuri, au fost reconfigurate prin poziția lui Alex Mucchielli (2002), care a încercat să teargă orice posibile limite. Mai mult, Mucchielli a mutat indeterminarea pe palierul influențării, afirmând că termenii comunicare și influență se presupun reciproc:

Orice comunicare este o încercare de a influența. Comunicarea urmărește într-adevăr să transmită un sens (al unei idei sau situații, al unui fenomen etc.), ceea ce nu se poate realiza fără influențare. Influențarea este consubstanțială comunicării. A comunica și a influența formează una și aceeași acțiune. (Mucchielli, 2002:11).

Construit în prelungirea dramaturgiei sociale a lui Goffman (1959/2007), perspectiva lui Alex Mucchielli presupune o angajare sumativă, generalizatoare și simplificatoare totodată, utilă în câmp teoretic prin menținerea distincției dintre instrumente și tehnici de influențare, nu și dintre formele influențării în raport cu intenționalitatea. Pentru Mucchielli odată ce actul comunicării presupune continuă raportare la contextul comunicării, continuă definire a situației comunicaționale, influențarea se realizează implicit, iar comunicarea se confundă cu finalitatea, cu influența intenționată.

Evident, între comunicare și influențare nu se poate pune semnul egal, dar un anumit grad de influență există în orice act comunicațional, inclusiv în cele care presupun utilizarea formulelor de salut sau de politețe pentru menținerea canalelor de comunicare deschise, sau în cele prin care se intenționează transmiterea unor conținuturi informaționale.

În aceste condiții, comunicarea de influențare desemnează doar acele forme comunicaționale în care intenționalitatea influențării constituie un scop în sine, indiferent dacă se realizează în sens pozitiv, prin persuasiune, sau în sens negativ, prin manipulare.

modele și teorii ale comunicării.
abordări rigide



9. Preliminarii epistemologice ale abordărilor rigide

9.1. Cotitura lingvistică. Originea „teoriilor comunicării”, în stadiul preparadigmatic al acestora, se regăsește în științele al căror obiect de studiu este distinct și separabil, pentru care întregul este sumativ, iar tipul predominant de cunoaștere este cel analitic. Aceste științe, specifice modernismului și vizând un ideal pozitivist de cunoaștere, au intrat în contact cu filosofia secolului XX și cu cea a primei jumătăți a secolului XXI, rigidizându-se și contaminându-se cu programe logiciste, obligându-se îndepeșteze „lestul” metafizic. În ariile disciplinare astfel delimitate se poate vorbi despre o încercare de continuare a unei paradigme analitice, având drept repere orientarea spre experiență și acceptarea adevărului în cunoaștere ca fiind cel al cunoașterii științifice. Putem vorbi despre trăsături comune acestor științe, cum ar fi rigidizarea, punerea accentului pe concept, pe semnificație și pe valoarea de adevăr.

Față de precedentă paradigmă, idealistă, caracterizată prin cunoaștere sincretică, bazele noilor orientări se pun odată cu ruperea relațiilor dintre speculația științifică, specifică paradigmei anterioare, idealiste⁸, și simțul comun (*common sense*), respectiv odată cu aducerea în eșecul exagerat al paradigmei din sferele intelectualiste, elitiste spre în eșecul maselor. Mai mult, prin intermediul lui Frege, Russell, Wittgenstein sau Carnap, filosofia continuă procesul de raționalizare început de Bacon și Descartes. Este luat drept reper domeniul matematicii care „oferă filosofului imaginea unui paradis teoretic în care el se străduiește să-și aducă cercetarea” (Iliescu, 1989:96).

Studiul limbajului în cadrul larg al cunoașterii filosofice, fără să se realizeze desprinderea și constituirea în arie disciplinară distinctă, se supunea aceleiași abordări generale, presupunând aducerea în acord a problematicei sale cu simțul comun, punerea în discuție a maselor și formularea aspectelor teoretice în limbajul comun (*ordinary language*) prin apel la concepte general cunoscute. Mai mult, studiul limbajului a fost supus și acțiunii „briului lui Occam”, care presupunea eliminarea a tot ceea ce este nefolositor și lipsit de necesitate (îndepeștarea amintitului „lestul” metafizic). Supunându-se acestui principiu, filosofiei și științelor li s-a permis avansul în linia cauzalității. În acest sens, și filosofia era structurată după regulile științelor, iar studiul limbajului se supunea structurării rigide specifice mecanicii clasice și matematicii.

Cu timpul, filosofia devine instrument de cunoaștere analitică a lumii, obiectul său fiind limbajul, iar metoda – analiza logică a acestuia. Problemele filosofice sunt reduse la probleme de limbaj, iar analiza logică a limbajului este continuată de clarificarea și organizarea gândirii. În acest context, cunoașterea

⁸ Cuvântul „idealism” este folosit de filosofi diferiți în sensuri oarecum diferite. Vom înțelege prin el doctrina potrivit căreia orice există, sau în orice caz orice despre care se poate spune că există, trebuie să fie într-un anumit sens mental (Russell, 1995:23).

tiințific devine model în ceea ce privește raportarea obiectiv la realitatea înconjurătoare, iar limbajul obiectiv din științele exacte devine model de obiectivizare a limbajului pentru a răspunde unei cerințe a cunoașterii: comunicarea ca transfer de informație, de cunoștințe. Prin intermediul acestei paradigme, filosofia gravitează în jurul limbajului. Limbajului îi se asigură rolul privilegiat în noua paradigmă :

Limbajul este acel *mediu cristalizant* în care cunoașterea poate fi adusă la forma canonică, deci ideală (...). Limbajul este, de asemenea, *materia primă* indispensabilă acțiunii suprametodei ce caracterizează această paradigmă și care constituie principala sa resursă teoretică (Ilieșcu, 1989:36).

Fenomenul cultural care a presupus abandonul temelor clasice ale filosofiei și orientarea spre discurs și problematica aferentă acestuia a fost numit „cotitură lingvistică” (Ilieșcu, 1989:31). Însă „cotitura lingvistică” nu poate fi privită separat față de paradigma analitică. În baza acestei paradigme analitice (sau de cunoaștere rațională), valorii cognitive a limbajului îi s-a asociat consensul intersubiectiv; prin intermediul acestuia problema atingerii unui ideal de inteligibilitate a devenit manifestă. Acest ideal putea fi atins doar când se apelă la trăsături specifice cunoașterii raționale, adică precizie, claritate, univocitate etc., respectiv la un anumit grad de *rigoare formală*. Această rigoare cere, în egală măsură, viziune integrală și sistematicitate, un ideal de cunoaștere și posibilitatea reducerii structurilor la elemente bazale, la forme canonice de cunoaștere rațională. În această sistematizare a cunoașterii, în baza unei structuri axiomatice, limbajul devine mediu al cunoașterii, permițând apelul la metode canonice, reducționiste, în intenția atingerii pragului ultim, format din elemente individuale.

9.2. Proiectul logicist al lui Gottlob Frege. În cadrul proiectului său logicist, Gottlob Frege a intenționat o clarificare a expresiei lingvistice plecând de la tipul de structurare matematică, care se conduce la o *exactitate a demonstrației* ca rezultat al *clarității și rigurozității limbajului* prin intermediul căruia se realizează demonstrația (Husted, 2003, 59-69). Pentru realizarea acestui ideal de claritate și rigurozitate a limbajului, Frege introduce „scrierea conceptuală” (*Begriffsschrift*), propunând expresii logico-propoziționale („non”, „și”, „sau”, „dac ... atunci”, „dac și numai dac ... atunci”), expresii de cuantificare („toți”, „nici unul”, „unii”), conectori simbolici, cuantori, punând bazele logicii simbolice și transferând obiectul de studiu al limbajului dinspre filozofie înspre logică, adică Frege a structurat filosofia după modelul matematic. Filosoful german a intenționat să răspândească tipul de structurare și la celelalte științe, deja conturate, respectiv să înlocuiască abordarea propoziției după modelul subiect-predicat cu abordarea propoziției după modelul funcție-argument.

Frege pune bazele triunghiului semiotic, definind *sensul* și *referința* a unui semn și stabilind relații de corespondență între acestea. În viziunea sa, unei singure referințe nu îi corespunde, în mod necesar, un singur semn, iar unei expresii (ca sumă de semne) nu îi se poate asocia un singur sens: „Fiecui referințe ce apar în cadrul unei totalități de semne trebuie să-i corespundă neîndoiește un sens definit; dar limbajele naturale nu satisfac adesea această condiție” (Frege, 1892). De asemenea, filosoful german distinge între referința indirectă (în cazul vorbirii indirecte) și referința directă, anticipând seria semiotică a lui Peirce. Nu stabilește relații de egalitate între sensul semnului și ideea asociată, pe care o consideră a fi o „imagine internă”. Mai mult, admite că același sens nu este întotdeauna asociat aceleiași idei pentru aceeași persoană, cu atât mai puțin pentru persoane diferite (în baza principiului *Si duo idem faciunt, non est idem*). Ulterior, Frege rigidizează ideea privitoare la nivelurile de organizare a limbajului: cuvinte, expresii, fraze, respectiv cea privitoare la imposibilitatea acceptării traducerii ca „staționare” pe nivelul cuvintelor. Cu toate acestea, el se abate de la tradiția filosofică în ceea ce privește studiul limbajului. De pildă, în concepția fregeană numele propriu nu este privit drept un „designator rigid”, așa cum l-a considerat mai târziu Kripke⁹, ci este sinonim cu descrierea care îl arăta înlocuitor, ceea ce presupune și posibilitatea de a face apel la triunghiul semiotic prefigurată:

Un nume propriu (cuvânt, semn, combinație de semne, expresie) *exprimă* sensul său, *înlocuiește* sau *îi desemnează* referința. Prin înlocuirea unui semn îi exprimăm sensurile și îi desemnăm referința. (Frege, 1892)

Pentru filosoful german limbajul ar fi un simplu instrument, auxiliar, obiectul cercetărilor sale fiind gândirea. Cu toate acestea, Frege a contribuit la clarificarea distincțiilor dintre sens și semnificație, la extinderea logicii sau-sau și în această arie de studiu, legând (și nu condiționând) sensul unei propoziții de valoarea sa de adevăr: „prin valoarea de adevăr a unei propoziții în elegem circumstanțele conform căreia aceasta este adevărată sau falsă” (Frege, 1892), în sensul în care judecata, ca trecere de la gândire la valoare de adevăr, nu privește numai referința respectivei propoziții. Limbajul se structurează, se ordonează, se clasifică, se definește asemenea celorlalte obiecte de studiu ale științelor, prin apel la judecată, implicit la valoarea de adevăr. Totodată, limbajul oferă instrumentele prin care se realizează clarificarea și rigoarea necesară în stabilirea valorii de adevăr. Conceptele, expresiile, propozițiile pot exista în legătură cu starea de fapt și pot fi doar adevărate sau false. Totul se referă la adevăruri obiective, iar limbajul, din obiect al cunoașterii ideale a tilor, este adus în cealaltă extremă, a rigorii de raportare la lumea obiectivă, respectiv la un adevăr sau un fals obiectiv. Rigidizarea urma să fie „desvârșită” de continuatorii programului logicist. De exemplu, filosoful german a admis că există excepții de la regula conform căreia valoarea de adevăr a unei

⁹ Un „designator rigid” „desemnează același lucru în toate lumile posibile” (Kripke, 2001:47).

propoziții rămâne neschimbat și în cazul în care se face apel la aceeași referință prin intermediul altei propoziții, iar în virtutea acestui fapt a făcut apel la „limbajul logic perfect” sau la „scrierea conceptuală” (*Begriffsschrift*), pentru a putea stabili raporturile logice astfel încât valorile de adevăr să rămână aceleași în cazul excepțiilor.

9.3. Atomismul logic al școlii analitice de la Cambridge. Filosoful austriac Ludwig Wittgenstein și fostul său profesor, Bertrand Russell au dus mai departe demersul logicist al lui Frege, punând bazele atomismului logic. Astfel, realitatea poate fi descompusă în entități indivizibile, denumite fapte atomare, care le corespund propozițiilor atomare¹⁰. Cunoașterea se realizează fie prin experiență nemijlocită, „fără intermedierea vreunei inferențe sau cunoașterii de adevăruri” (Russell, 1995:28), fie prin descriere. Cunoașterea prin descriere este indirectă, mijlocită de cunoașterea prin experiență, iar „principiul fundamental în analiza propozițiilor ce conțin descrieri este acesta: Orice propoziție pe care o putem înțelege trebuie să fie compusă din întregime din constituenții pe care îi cunoaștem nemijlocit” (Russell, 1995:36).

În concepția lui Russell, structura limbajului ascunde canoane și poate fi redusă la o *formă canonică*, în sensul pe care îl are expresia în algebră. Analiza limbajului presupune reducerea acestuia la unități ultime, la entități atomare, care nu mai pot fi descompuse și care, cu ajutorul conectorilor lui Frege, pot forma propoziții complexe.

Propozițiile atomare sunt formate din elemente a căror semnificație este cunoscută din experiență, deoarece desemnează obiecte, însușiri sau relații direct perceptibile cu ajutorul organelor de simț. Se susține că propozițiilor atomare le corespund, în realitate extralingvistică, fapte atomare, formate, la rândul lor, din obiecte individuale, proprietăți și relații ale lor. Un fapt atomic constă în posedarea de către un obiect a unei proprietăți, sau într-o relație dintre două sau mai multe obiecte. Între propoziții și fapte există o corespondență strictă; faptele sunt zugrăvite de către propoziții, iar relația dintre o propoziție și faptul exprimat este o relație de identitate formală, structurală sau logică (Macoviciuc, 2000:318).

Atomismul școlii de la Cambridge se reduce, a adă, la realizarea corespondenței dintre faptele atomare (*atomic facts*) și propozițiile atomare (*atomic propositions*). Propozițiile atomare, raportate la criteriul adevărat/fals, pot oferi, în viziunea lui Russell, valoarea de adevăr a propozițiilor complexe (*molecular propositions*), iar prin această cunoaștere poate fi raportat la

¹⁰ Propoziția 2.04: „Totalitatea stărilor și lucrurilor existente constituie lumea” și propoziția 2.06: „Existența și nonexistența stărilor de lucruri constituie realitatea” (Wittgenstein, 1991:41). Ceea ce în traducerea academicianului Alexandru Surdu poartă numele de „stări de lucru” se regăsește în traduceri în limba engleză drept „atomic facts” (v. Wittgenstein, 1981:37). Într-un not la ediția în limba română, Alexandru Surdu menționează: „Realitatea se dovedește a fi lumea (existența stărilor de lucruri – 2.04) + nonexistența stărilor de lucruri” (Wittgenstein, 1991:129).

adevăr, poate fi gândit în termeni obiectivi. Adevărul există independent de convingeri.

(...) deși adevărul și falsul sunt proprietăți ale convingerilor, ele sunt totuși într-un sens proprietăți extrinseci, deoarece condiția adevărului unei convingeri este ceva ce nu presupune convingeri sau (în general) o altă minte, ci numai obiectele convingerii. O minte care crede, crede ceva adevărat atunci când există un complex corespondent ce nu conține mintea, ci numai obiectele ei. Această corespondență asigură adevărul iar absența ei are drept consecință falsul. Prin această explicație deci simultan două fapte referitoare la convingeri: (a) ele depind de minți în ceea ce privește existența lor, (b) nu depind de minți în ceea ce privește adevărul lor (Russell, 1995:84).

În intenția atomizării limbajului, Ludwig Wittgenstein îi ordonează lucrarea intitulată, *Tractatus logico-philosophicus*, în teze care decurg unele din altele și se constituie în model de organizare și atomizare a discursului filosofic¹¹. Structurarea logică a propozițiilor este evidentă, iar demersul wittgensteinian subliniază posibilitatea analizării propozițiilor din punct de vedere logic, indiferent de faptul că acestea sunt exprimate prin limbaje diferite, într-un singur mod.

Prin acest demers, Wittgenstein consideră necesare problemele legate de limbaj și de sens, reducând întreaga problematică a filosofiei la problematica limbajului. Cele apte propoziții principale se pot reduce, în limbaj binar, la doar două propoziții: ceea ce se poate spune, se poate spune clar (rezultantă a propozițiilor 1-6), respectiv despre ceea ce nu se poate spune trebuie să se tacă (propoziția 7). Filosoful austriac reușește să inducă ideea posibilității construirii discursului plecând de la propoziții atomare, purtătoare de sens (adevărat sau fals), a adăuga unor funcții de adevăr, capabile să pună în act, totodată, și o rigoare a minții. La Wittgenstein, limbajul este o imagine a realității, o oglindă a lumii. Între limbaj și realitate se instituie raporturi bijective, dar nu la întâmplare, ci înându-se cont de organizarea structurală a lumii. Vorbim, a adăuga, despre un *izomorfism structural* între lume și limbaj. Astfel, odată apelat limbajul pentru înțelegere, se face apel la realitate, care poate fi, de asemenea, în eleasă. Realitatea odată în eleasă este presupusă și în alegerea locului fiecărei entități în parte în cadrul structurii (clasei, grupului, seriei, mulțimii etc.) din care face parte. Propozițiile pot fi percepute prin apel la extensiunea lor

¹¹ Cele apte propoziții de bază sunt în număr de șapte, fiecare la rândul ei subsumând alte propoziții în număr de logic, astfel încât *Tractatus*-ul devine o entitate logică atomizată, organizată în jurul celor apte propoziții principale: „1. Lumea este tot ce se petrece, ... 2. Ceea ce se petrece, faptul, constituie existența stărilor de lucruri, ... 3. Imaginea logică a faptelor este gândirea, ... 4. Gândirea este propoziția cu sens, ... 5. Propoziția este o funcție de adevăr a propozițiilor elementare, ... 6. Forma generală a funcției de adevăr este [p, ..., N()]. Aceasta este forma generală a propoziției, ... 7. Despre ceea ce nu se poate vorbi trebuie să se tacă” (Wittgenstein, 1981).

(referin a, denontatul), adic la clasa de obiecte, respectiv la intensiune (sens, în eles), adic la proprietatea definitorie pentru respectiva clas sau la condi ia de apartenen la ea. Intensiunea este numele sub care ideea de esen revine în filozofie dup „cotitura lingvistic ”, iar abandonul studierii acesteia este similar renun rii la preten iile intelectualiste, elitiste, în dauna sim ului comun (*common sense*) în filosofia lui Moore. Intensiunea, sensul, esen a, sunt percepute ca entit i asociate expresiilor, care determin extensiunea.

Atât Wittgenstein cât i Russell nu au reu it s ajung la nivelul entit ilor atomare. Propozi iile atomare au reprezentat o fic iune, dar numai Wittgenstein a realizat, ulterior, c modelul idealizat de cunoa tere prin raportare la un nivel ultim de propozi ii indivizibile, corespondente unor fapte atomare, este în dezacord cu forma de cunoa tere subiectiv sau intersubiectiv care ne caracterizeaz ca fiin e umane.

9.4. Idealul axiomatic al Cercului de la Viena. Ideile tân rului filosof austriac au fost preluate i duse mai departe, în inten ia impunerii rigorii în filozofie i în tiin e, prin intermediul reprezentan ilor Cercului de la Viena (Schlick, Waismann, Carnap). Fondat în baza studiilor lui Ernst Mach privitoare la monismul neutru, dar i în continuarea interpret rilor pe *Tractatus*, Cercul de la Viena a num rat în rândurile sale personalit i ale epocii, printre care: Philip Franck, Richard von Mises, Hans Hahn, Otto Neurath, Moritz Schlick, Rudolf Carnap, Herbert Feigl, Kurt Gödel, Victor Kraft, Felix Kaufmann, Bela von Juhos, Friedrich Waismann i Gustav Bergmann. Cercul s-a impus prin inten ia unific rii tiin elor, pe fundamentele matematicii i fizicii, respectiv a axio-matiz rii acestora, adic a g sirii sistemelor de propozi ii dintr-un domeniu oarecare, propozi ii care s ordoneze i s genereze cuno tin ele în respectivul domeniu, pentru a putea oferi necesarul de rigoare i etalonare. Reprezentant ii acestei mi c ri s-au caracterizat printr-un optimism exagerat în ceea ce prive te „*posibilitatea perfec ion rii i regulariz rii limbajului*”, optimism identificat mai târziu cu un ideal de cunoa tere numit ideal axiomatic (de inteligibilitate sau hilbertian¹², dup numele matematicianului german David Hilbert, care a inten ionat axiomatizarea tuturor tiin elor, dup modelul axiomatiz rii matematicii).

Paradigma la care ne referim (n.a. paradigma cunoa terii ra ionale, paradigma analitic) graviteaz în jurul unui *ideal de inteligibilitate recunoscut* atât de promotorii reconstruc iei axiomatice a tiin ei – de la Frege, Russell, Hilbert pân la Einstein, – cât i de promotorii structuralismului (Saussure i urma ii). În esen acest ideal poate fi rezumat în ecua ia: cunoa tere ra ional = inteligibilitate necondi ionat (Iliescu, 1989:31-32).

¹² Idealul hilbertian a fost formulat astfel: „**a cunoa te = a reconstrui ra ional**, adic a da o hart riguroas a teritoriului studiat, a da *un model teoretic exact*” (Bor un, 2002:89)

Inten ia abord rii riguroase transpare în primul rând din instrumentul ideologic, din manifestul *Wissenschaftliche Weltauffassung: der Wiener Kreis*, iar aceste idei au urm rit abord rile ulterioare ale reprezentan ilor acestei mi c ri, în special în ceea ce prive te crearea interdependen ei dintre sensul propozi iilor i condi iile de adev r. Mai mult, ei au legat cunoa terea necesar de limbaj, considerând c se realizeaz *a priori* prin intermediul limbajului, prin propozi ii analitice, a c ror valoare de adev r este determinat de expresiile sau simbolurile incluse (entit ile atomare), a adar ca o extensie a demersului wittgensteinian din propozi iile 1-6. Cât prive te cealalt component din sistemul binar, cunoa terea non-necesar , se realizeaz *a posteriori*, în mod empiric, depinzând de experien , fiind exprimat prin propozi ii cu sens, dar care nu sunt analitice.

Prin intermediul acestei abord ri, filosofia a încetat s con in în corpusul s u studiul limbajului, ea îns i devenind în întregime analiza logic a discursului tiin ific:

Filosofia a fost conceput , pe de o parte, ca analiz logic a limbajului tiin ific, iar construc ia sistemelor lingvistice ca instrument al acestei analize. Pe de alt parte, alegerea defini iilor sau a limbajelor artificiale (construite) a fost important din motive practice (eficien , simplitate, comoditate). Cât vreme astfel de reflec ii au fost considerate relevante sub raport filosofic, determinarea explicit a devenit din ce în ce mai problematic (Flor, 2003:151).

Prin apropierea filosofiei de limbaj, prin apelul la unica metod , analiza logic a acestuia, constructul pozitivit ilor grupa i în Cercul de la Viena a pierdut din func ionalitate. Odat ce reprezentan ii acestei mi c ri au luat pe cont propriu adâncirea studiului în domeniul cunoa terii, a fost din ce în ce mai dificil s se men in delimitarea metafizicii de tiin , respectiv s se determine rela ia dintre propozi iile complexe i cele direct verificabile. Este i cazul celei mai reprezentative personalit i a Cercului de la Viena, Rudolf Carnap, care s-a v zut nevoit s î i reconsidere pozi ia. Astfel, Carnap a propus constituirea unui sistem neutru fa de realismul pozitivist, respectiv fa de precedenta paradigm , idealist .

Filosoful german nu a abandonat ipoteza verific rii i valid rii în cunoa tere, dar dep irea unei închist ri în rigiditatea axiomatic a fost înțeleas c se realizeaz prin operarea distinc iei între limbajul obiect, a c rui structur a regulilor trebuie construit , deopotriv cu limbajul sintactic sau metalimbajul, prin care se exprim structura regulilor. Prin aceasta, limbajul devine autoreferen ial, sintaxa acestuia putând fi exprimat prin acela i limbaj, f r a se ajunge la paradoxuri i nonsensuri. Dar această delimitare între limbajul obiect (sau analitic) i limbajul sintactic a condus, de fapt, la scoaterea metalimbajului în afara problematicii filosofiei.

În ceea ce prive te cunoa terea, Carnap propune rigidizarea/regularizarea la nivel intensional a limbajului analitic, cerin pe care o vede

imperioas cel pu în privin a limbajului tiin ific: „(...) sunt cerute reguli pentru intensiune, deoarece, în caz contrar, impreciziunea intensional ar persista, ceea ce ar împiedica în alegerea reciproc limpede precum i comunicarea efectiv ” (Carnap, 1972:308). În contextul în care filosofi precum Quine i White consider c sensul cuvintelor depinde de factorul subiectiv, c acestea nu sunt „perfect inteligibile”, Carnap r mâne cantonat în problema obiectiviz rii.

Teza intensionalist în pragmatic , pe care o ap r, afirm c atribuirea unei intensiuni constituie o ipotez empiric i care, deci, ca orice alte ipoteze lingvistice, poate fi verificat prin observa ii asupra comportamentului lingvistic. Pe de alt parte, *teza extensionalist* afirm c atribuirea unei intensiuni, pe baza extensiunii determinate anterior, nu este o chestiune de fapt, ci una de alegere. Teza afirm c lingvistul este liber s aleag oricare dintre propriet ile care corespund extensiunii date; el se poate c l uzi în alegerea sa dup considerente de simplitate, dar problema adev rului sau erorii nu se pune (Carnap, 1972:303).

Apelând la teza intensionalist , Carnap l mure te termenul tehnic *intensiune*¹³ pe care îl folose te în dauna celui de *semnifica ie*, pentru c se refer doar la componenta cognitiv , nu i la cea designativ a semnifica iei, pe care nu o neag , dar c reia nu îi acord acela i rol precum Wittgenstein dup convertirea la noua paradigm , Quine sau White. Componenta cognitiv studiat de filosoful german, rigidizat la extrem, a stat la baza dezvolt rii rela iei de comunicare om-ma în sau ma în -ma în din modelele procesuale ale comunic rii, atâta vreme cât „intensiunea unui predicat poate fi determinat pentru robot la fel ca i pentru vorbitorul uman, ba chiar într-un mod i mai complet înc , dac structura intern a robotului este îndeajuns de cunoscut pentru a prezice” (Carnap, 1972:313). Rigidizarea limbajului (i artificializarea acestuia) se datoreaz concep iei lui Carnap conform c reia intensiunea determin extensiunea, respectiv, din punct de vedere sistematic, descrierea unui limbaj trebuie s înceap cu teoria intensiunii. Teoria extensiunii se constituie în baza precedentei.

Limitarea rolului filosofiei la analiza logic a limbajului constituie o închidere atât în ceea ce prive te filosofia, cât i în ceea ce prive te ulterioara constituire a studiului limbajului într-o disciplin de sine st t toare. Putem nota, astfel, o dep ire a rigidit ii prin identificarea limbajului observa ional ca entitate care nu se supune idealului pozitivist în ceea ce prive te cunoa terea, dar, totodat , o limitare în cadrul rigid al cunoa terii axiomatice, prin eliminarea acestuia din câmpul de studiu al filosofiei.

¹³ Carnap define te astfel termenii care stau la baza celor dou teorii: „Extensiunea propozi iei este valoarea ei logic ” (1972:70), respectiv „Intensiunea propozi iei este judecata exprimat de ea” (1972:71)

10. Modele procesuale. Scheme

10.1. Modelul liniar. Modelul Shannon-Weaver este cea mai cunoscută și cea mai reprezentativă schemă de comunicare, funcționând după principiul mecanicist al unei linearități de tip stimul-răspuns, emitor-receptor, în care mesajul, fără conținut semnificativ, transportă informație măsurabilă. Informația rămâne invariantă pe parcursul procesului comunicational, fiind tradusă în serii binare de unități de informație, numite de Shannon *biți*, care „descriu” evenimentele exterioare în valori de 0 și 1. Dimensiunea calitativă a informației este în mod intenționat abandonată, Claude Shannon făcând o simplă remarcă privitoare la acest aspect:

În mod frecvent, mesajul are un înțeles. (...) Aceste aspecte semantice ale comunicației sunt irelevante în raport cu problema inginerescă. Aspectul semnificativ este că mesajul real este unul selectat dintr-un set de posibile mesaje (Shannon, Weaver, 1963:33).

În mod firesc, un mesaj lipsit de semnificație pentru subiectul receptor nu are statut de informație, de aceea problema conținutului semantic nu este eliminată, ci doar suspendată.

Explicația unei asemenea abordări este simplă. Matematicianul și inginerul Claude Elwood Shannon a intenționat să structureze un sistem de *comunicații*. Sub influența studiilor realizate de Nyquist (1920) și Hartley (1928) în domeniul teoriei comunicației, al noilor, pe atunci (în 1948), metode de modulare a semnalelor și subamprenta includerii în cercetare a unor factori cum ar fi efectul zgomotului în canalul de comunicație, Shannon publică în *The Bell System Technical Journal* articolul *The Mathematical Theory of Communication*, preluat un an mai târziu sub titlul *A Mathematical Theory of Communication* într-o lucrare purtând semnătura sa și a matematicianului Warren Weaver (Shannon, Weaver, 1963:31-36).

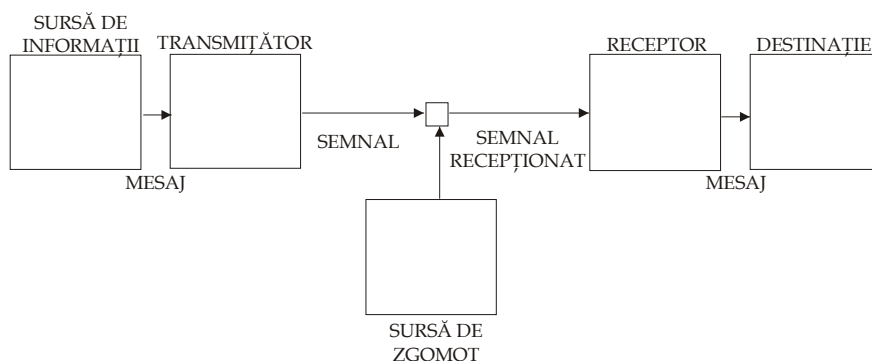


Fig.11 Diagrama schematică a unui sistem general de comunicații, devenit modelul Shannon-Weaver

Schema cunoscut pân azi drept modelul Shannon-Weaver purta denumirea de *diagram schematic a unui sistem general de comunica ii* i f cea trimitere la aspecte de natur tehnologic . Func ionalitatea procesului const în urmarea câtorva pa i necesari: alegerea mesajului de c tre surs , transformarea acestuia în seturi de semnale de c tre transmi tor, trimiterea mesajului prin intermediul canalului la receptor, decodificarea mesajului din semnalele recep ionate i transmiterea con inutului acestuia la destina ie. Shannon a definit elementele diagramei schematice i a stabilit rolurile acestor elemente astfel:

- sursa de informa ii, având rolul de a produce un mesaj sau un pachet de mesaje de comunicat receptorului, în care mesajul poate fi o secven de litere, o func ie de timp sau de alte variabile, respectiv combina ii între acestea;
- transmi torul, care transform mesajul în asemenea manier încât s devin semnal adecvat pentru transmiterea prin canal;
- canalul, care reprezint calea de transmitere a mesajului de la transmi tor la receptor, i care ar putea fi o pereche de fire, un cablu coaxial, o band de frecven radio, o radia ie luminoas etc.;
- receptorul, având rolul de a executa opera ia invers fa de transmi tor, reconstituind mesajul din semnal;
- destina ia, reprezentând entitatea c reia îi este destinat mesajul.

În manier mecanicist , McQuail i Windahl au încercat s „rescrie” modelul Shannon-Weaver în cazul conversa iei umane, astfel:

De exemplu, în timpul unei conversa ii, creierul reprezint sursa de informa ii; vocea (sistemul coardelor vocale) joac rolul de emi tor, producând sunete (vocale, consoane care parcurg traseul de la coardele vocale ale unei persoane la urechea alteia), transmise printr-un canal (aerul). Urechea (receptorul) decodific sunetele/unde sonore (consoane sau vocale), transformându-le în impulsuri nervoase care ajung la creier (destinatar) (McQuail, Windahl, 2001:22).

Cu siguran , Shannon nu a inten ionat o asemenea abordare a comunic rii umane. Mai mult, noteaz Lucien Sfez citându-l pe Thayer, „se uit adesea c Claude Shannon i Norbert Wiener au dezmin it alt dat în mod special ideea c teoria lor ar fi adecvat procesului de comunicare uman . Se uit c Shannon se gândea în principal la transmiterea i ob inerea semnalelor electronice” (Sfez, 2002a:51-52). Dar, a a cum s-a afirmat anterior, problema semnifica iei a fost suspendat , în timp ce problema valorii artistice, emo ionale, culturale a mesajului nu a fost atins , pentru c inginerul american considera c informa ia nu afecteaz comportamentul.

Aducerea dinspre teritoriul comunica iilor înspre cel al comunic rii (în englez ambii termeni au acela i semnifican , *communication*) a discu iilor legate de diagrama Shannon a fost realizat de Weaver care, în capitolul 1 al

lucrării *A Mathematical Theory of Communication* a identificat nivelurile la care se realizează comunicarea:

- Nivelul A: Cât de exact pot fi transmise simbolurile de comunicat? (Problema tehnic)
- Nivelul B: Cât de precis simbolurile transmise comunic în elesul dorit? (Problema semantic)
- Nivelul C: Cât de eficient în elesul recepționat influențează comportamentul în direcția dorită? (Problema eficienței) (Shannon, Weaver, 1963:4).

Mai mult, Weaver a delimitat între informație și semnificație, statuând că nivelul A este cel care dă măsura realizării comunicării la nivelurile B și C. În ciuda punerii în discuție a problemei semantice, Weaver a operat o separare artificială a nivelurilor la care se produce comunicarea. În ciuda criticilor aduse de Sfez, Jacques sau Baudrillard, care îl consideră un obstacol epistemologic în dezvoltarea teoriei comunicării, modelul Shannon-Weaver continuă să rămână element de referință în dezvoltarea teoriei comunicării. Mai mult, acest model a suferit numeroase modificări/dezvoltări ulterioare.

Modelul matematic-cibernetice al comunicării a devenit în timp „schema canonică” a comunicării sau modelul fondator al teoriilor informației și comunicării. El s-a transformat în punct de referință pentru toate discuțiile sau explicațiile teoretice ale comunicării (Pârvu, 2000:40).

Una dintre aceste dezvoltări în intenția transmiterii lineare a mesajului este cea propusă în 1960 de David K. Berlo (modelul S-M-C-R: sursă, mesaj, canal, receptor), care mută accentul pe mesaj și pe nivelul semantic al comunicării (nivelul B în schema propusă de Weaver), dar rămâne cantonat în procesualitate.

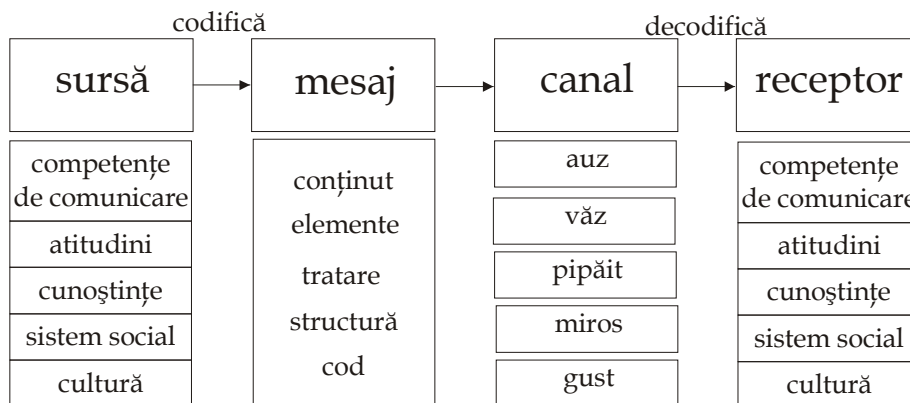


Fig.12 Modelul Berlo adaptat (apud Berlo, 1960:72)

Transferul pe palierul semantic nu este complet, deoarece comprehensiunea, în accepția lui Berlo, depinde de acuratețea cu care sunt transmise semnalele, prin alegerea simbolurilor corecte și nu prin alegerea sensului adecvat (v.fig.17).

David Berlo preia practic modelul mecanicist al lui Shannon și îl adaptează comunicării umane, argumentând că modelele de tip S-R (surs - receptor) sau cele de tip S-O-R (surs -obiect-receptor) sunt inadecvate. El admite că producerea de mesaje nu se realizează în afara unui construct propriu, al unei *Weltanschauung* proprii, ci în limitele unei analize în interiorul unei realități personale, organizată și construită dinainte. Fiecare participant la actul comunicării își organizează singur propria lume, iar în interiorul acesteia iau naștere sensurile personale ale mesajelor. Nu întâmplător, atât în ceea ce privește sursa cât și receptorul, în afara unor competențe, abilități, aptitudini strict personale, se găsesc și sistemele (social și cultural) de apartenență ale actorilor comunicării. Scopul comportamentului comunicational rămâne producerea răspunsului, dar pentru prima dată comunicarea este privită ca acord și ca schimb productiv.

10.2. Feedback-ul. Matematicianul Norbert Wiener a contribuit indirect la modificarea ulterioară a diagramei lui Shannon, prin conturarea unei noi arii de referință în câmpul științelor: cibernetică. În introducerea scrisă în 1947 la lucrarea publicată în 1948, *Cybernetics, or Control and Communication in the Animal and the Machine*, Wiener și-a expus explicit intenția de a unifica câmpurile teoriei comunicării și a controlului, aplicabile la mașinile și animalelor (Wiener, 1948). În acest scop, el a propus pentru desemnarea ariei de studiu termenul cibernetic, derivând din *gubernare*, care înseamnă cârmaci, timonier, conducător. Evident, punerea sub aceeași lumină a problematicei comunicării și controlului privitor la oameni și mașini s-a datorat percepției sale pur mecaniciste despre funcționarea sistemului nervos uman. Wiener consideră că principalele caracteristici ale mașinilor de calcul sunt similare și în ceea ce privește creierul și sistemul nervos central. Și asta pentru că excitația nervoasă, indiferent de intensitatea sa, poate conduce doar la două rezultate: fie la un proces catalizator, prin apariția unui impuls care străbate nervul de la un capăt la celălalt, fie la lipsa impulsului. „Aadar, există o anumită analogie între o fibră nervoasă și un circuit electric bistabil, adică un circuit electric având două stări de echilibru, și numai două” (Wiener, 1972:253). Insistența în a susține că aspectele privitoare la comunicare și control au același suport, indiferent de aria de aplicabilitate, l-au determinat pe Wiener să împingă studiul și spre științele sociale. Dar, menționează matematicianul american, pentru a putea aplica ideile din cibernetică în „câmpul amorf” al științelor sociale și în economie, acestea trebuie mai întâi testate în inginerie și în biologie (Wiener, 1966:93). Mai mult, Norbert Wiener limitează comunicarea la relațiile de tip om-mașină, mașină-om și mașină-mașină.

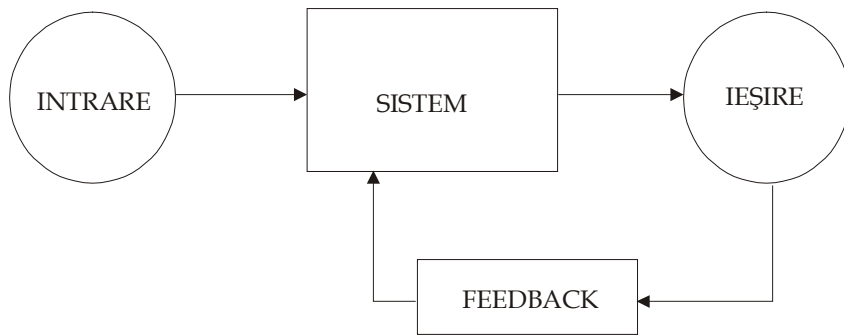


Fig.13 Tip de control cu buclă închisă

Studiind sistemele cu autoreglare, Wiener a făcut o importantă descoperire: bucla de reacție, numită *feedback loop*. Diagrama lui Shannon nu era complet lipsită de reglare, dar aceasta se realiza din exterior, prin intermediul unui observator, care trimitea un semnal de corecție (un *feedforward*) între receptor și destinație. Dar în cazul lui Wiener, autoreglarea prin intermediul buclei de reacție se realizează prin modificarea parametrilor de intrare (*inputs*) în baza parametrilor de ieșire (*outputs*) cu scopul eliminării semnalului de eroare și adaptării sistemului la modificările contextului. Autoreglarea a permis transformarea schemei cibernetice simple percepie-acțiune într-un sistem mai complex, presupunând intrări, ieșiri și o cale de reacție. În afara reglării permanente, *feedback*-ul a subliniat caracterul complex al comunicării și a creat premisele viitoarelor studii ale acesteia ca „fenomen cumulativ”. Acest construct derivat din studiile lui Norbert Wiener¹⁴, având drept scop înlăturarea erorilor generate de entropie sau redundanță a fost adoptat și în câmpul comunicării umane, unde:

Conexiunea inversă are în mod tipic un efect de modificare și ghidare a activităților de codificare și transmitere ale „codicatorului” și poate lua forme diferite, în funcție de tipul de eveniment comunicational. Ea poate fi, de exemplu, „cealaltă jumătate” a unei conversații, rezultatele examenelor în cadrul unui sistem educațional, studiile statistice de audiență ale unei companii de televiziune, recenziile unei critici, expresia facială a interlocutorului ș.a.m.d. (McQuail, 1999:36-37).

Obținerea unui flux circular, în comparație cu vechea schemă de comunicare unidirecțională, nu a presupus și o abordare diferentiată. Wiener a păstrat elementele precedentei diagrame funcționale în relațiile de comunicare om-mănuș sau om-om prin intermediul mașinii, definind „mesajul” în aceeași termeni ca Shannon:

¹⁴ „Cu toate că am găsit termenul de feedback, care provenea din electronică și a fost însușit de specialiștii în servomecanisme, este o modalitate adecvată pentru descrierea fenomenelor în organismul viu, tot atât de bine ca în mașină” (Wiener, 1972:256)

Pentru noi, o ma in este un dispozitiv de conversie a mesajelor de intrare în mesaje de ie ire. Un mesaj, din acest punct de vedere, este o secven de cantit i care reprezint semnalele mesajului. Asemenea cantit i pot fi curen i electrici sau diferen e de poten ial, dar nu se limiteaz la acestea i pot într-adev r fi de natur diferit . Mai mult, semnalele componente pot fi distribuite continuu sau discret în timp. O ma in transform un num r de astfel de mesaje de intrare într-un num r de mesaje de ie ire, fiecare mesaj de ie ire depinzând în fiecare moment de mesajele de intrare de pân la acel moment. (Wiener, 1963:32)

Utilizarea *feedback*-ului în modelele de comunicare s-a realizat mai târziu, prin studiile lui Osgood, Schramm, DeFleur sau Dance, dar contribu ia lui Wiener este fundamental în dep irea perspectivei unidirectionale a comunic rii în ceea ce prive te modelele mecaniciste.

10.3. Modelul circular. Wilbur Schramm a fost primul care a proiectat comunicarea drept arie de cercetare de sine st t toare. Totodat , el a f cut distinc ia dintre comunicarea cu/între ma ini, structurat de diagrama lui Shannon, i comunicarea uman . Dac în primul caz exist ni te limite proiectate de func ionare i, implicit, de transmitere a informa iilor, esen a rela iei respective fiind „acordarea” ma inii la om i a omului la ma in , adic punerea accentului pe canal pentru realizarea transferului nedistorsionat al cantit ii de informa ie, în comunicarea uman este scos în eviden mesajul, adic interpretarea. „Informa ia” transmis în comunicarea uman nu se mai rezum la seturi de semnale electrice sau de alt natur , ci la tiri, con inut educa ional, la orice con inut informa ional ce reduce incertitudinea, la alternativele unei situa ii, f r a omite îns emo iile, faptele, opiniile, îndrum rile, persuasiunea. Iar aceast „informa ie” nu se transmite doar prin intermediul limbajului verbal, ci i prin „limbajul t cut” (Schramm, 1975:13). Schramm interpreteaz diagrama Shannon, limitându-se, ini ial, la a crea o rela ie emi tor – receptor, reprezentat în zigzag:

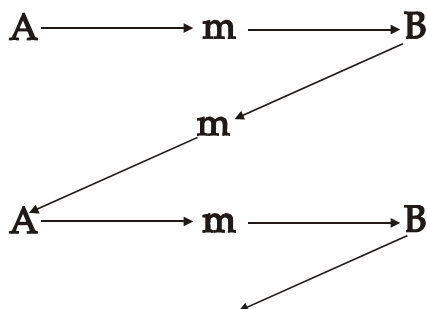


Fig.14 Modelarea transferului de date în zigzag

Dezvoltarea structurii în zigzag în sensul închiderii buclei, dar i în ceea ce prive te mutarea accentului de pe nivelul tehnologic pe nivelul semantic este completat de contribu ia lui Schramm în definirea ariei comune a cadrelor de

referințele emitorului și receptorului. Problema egalizării părților implicate în procesul de comunicare face însuși obiectul studiilor lui Osgood, care, spre deosebire de Schramm, considera că modelul matematic al comunicării nu poate fi aplicat decât în cazul problemelor ingineresti, nu și în cazul comunicării umane. Psihologul Charles E. Osgood a pus accent pe relațiile dintre indivizii care comunică, studiind organizarea acestora și tendința spre echilibru. De altfel, el este autorul teoriei congruenței, caz particular al teoriei echilibrului a lui Fritz Heider (stările de dezechilibru produc tensiuni și generează forțe care tind să echilibreze raportul), prin intermediul căreia aserțiunile schimburilor comunicaționale se produc în sensul atingerii unui grad mai ridicat de congruență. Privind din această perspectivă, cei doi actori ai comunicării pot fi puși pe picior de egalitate. Ei codifică, interpretează și decodifică în egală măsură în comunicarea raportată la un obiect, privitor la care cei doi au deja o atitudine, iar relația lor tinde să se echilibreze continuu în ciuda divergențelor de atitudine sau de judecată.

Osgood a arătat că același individ poate îndeplini funcția de emitor și destinatar și ia în considerare în alegerile „simbolurilor din mesaj (am văzut că modelul lui Shannon și Weaver exclude în alegerile din definiția informației)” (...). În concepția lui Osgood, fiecare persoană dintr-o comunitate este văzută ca un sistem de comunicare complet, corespunzând modelului lui Shannon și Weaver. Osgood a rearanjat modelul lui Shannon în ceea ce a numit „unitate de comunicație” pentru transmiterea și primirea de mesaje (Severin & Tankard Jr., 2004:62).

Odată stabilit faptul că emitorul și receptorul sunt roluri diferite ale aceleiași persoane, studiul comunicării din perspectiva lui Osgood oferă posibilitatea redefinirii mesajului, ca parte din *output*-ul total (reacție), dar și ca parte din *input*-ul total (stimuli). Mai mult, în timpul comunicării interumane mesajul se poate produce simultan cu mesajul celui alt actor al comunicării, comportamentul non-verbal putând fi interpretat ca mesaj.

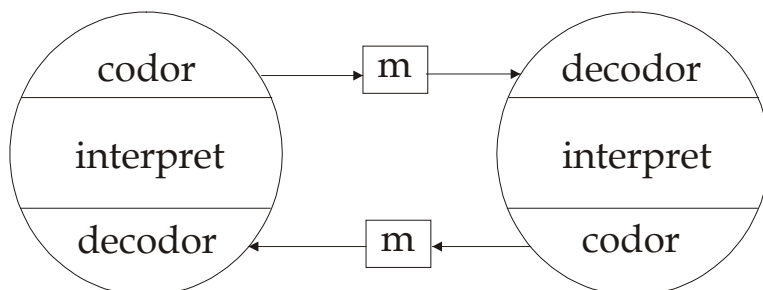


Fig.15 Modelul circular al fluxului comunicării (apud Schramm, 1975:25)

Cu toate acestea, modelul circular este limitativ, deoarece nu se ține cont de specificul contextului, de valorile grupului, de cultură. De asemenea,

modelul nu poate fi utilizat în studiul comunicării multiple, complexe, a comunicării de grup și de masă. Schramm a preluat modelul circular al lui Osgood, fiind-l îmbunătățit considerabil. El a continuat studiile în ideea diferențierii între elementele comunicării: emitor (*communicator*), mesaj și receptor, dezvoltând modelul în zigzag al lui Johnson și definind *cadrele de referință* (*frames of reference*) ale actorilor comunicării, respectiv *câmpul experienței ei* (*field of experience*). Schramm are o contribuție esențială în ceea ce privește îmbunătățirea transferului în zigzag de informație, care constă în poziționarea mesajelor în zona comună a cadrelor de referință ale actorilor comunicării, în mediul situațional și relațional dat (Schramm, 1975:32-34). În mod indirect, acestuia îi se atribuie și modelul Osgood (denumit în continuare modelul Schramm-Osgood) pentru faptul că l-a prezentat în propriile lucrări, fiind însă contribuitor la dezvoltarea lui.

10.4. Modelul elicoidal al lui Frank E.X. Dance. Comunicarea nu constă, după cum am văzut, într-un simplu proces de transfer de informație între două ființe umane care au roluri și poziții clar stabilite: emitor și receptor, ci în fluxuri informaționale re-orientate/dirijate continuu. Din această perspectivă, modelul circular al lui Osgood necesită îmbunătățiri în sensul sublinierii asimetriei relațiilor create. „Abordarea circulară sugerează că fluxul comunicării se întoarce, descriind un cerc perfect, exact în punctul de unde a plecat. Analogia cu un cerc este în mod evident eronată...” (Dance, *apud* McQuail & Windahl, 2001:27). Pentru a se situa dincolo de simetria modelelor circulare și a elimina „pasul pe loc” realizat prin continuă re-orientare a aceluiași flux comunicational, F.E.X. Dance (1994) propune drept model o structură elicoidală. Avantajul acestui model constă în „avansarea” în procesul de comunicare, în sensul influențării structurii și conținutului comunicării viitoare. Dance face diferență clară între comunicarea umană și transferul de informație, respectiv între comunicarea umană și comunicarea animală. El pune la baza comunicării umane vorbirea, a cărei funcție este raționalizarea (Dance, 1994:198), ceea ce conduce la crearea unui cadru mereu nou și la o dezvoltare a comunicării în context mereu schimbat. Comunicarea își pierde continuitatea, dar devine sumativă, cumulativă, iar caracteristica ei fundamentală devine irepetabilitatea.

Dacă la Schramm, de pildă, comunicarea se realizează în zigzag, prin schimb reciproc de mesaje, asemenea schimbului de mingi într-un joc de tenis de masă, în care actorii comunicării (jucătorii) retrimite mesajul într-o zonă restrânsă, clar delimitată, într-un *cadru de referință* (terenul de joc), fiindcă procesul se conduce la o dezvoltare a jocului pe parcursul desfășurării lui, la F.E.X. Dance schimbarea contextului conduce la o dinamică a actului de comunicare și a actorilor comunicării, ceea ce implică și o schimbare a *cadrelor de referință* prin extinderea lui atât prin împărțirea unui sistem mai larg de valori, cât și prin deschiderea orizontului spre nou. Altfel spus, experiența comunicativă se raportează la învățare, mai exact la învățarea continuă;

comunicarea se poate defini, în acest context, ca învățare, dezvoltare, descoperire.

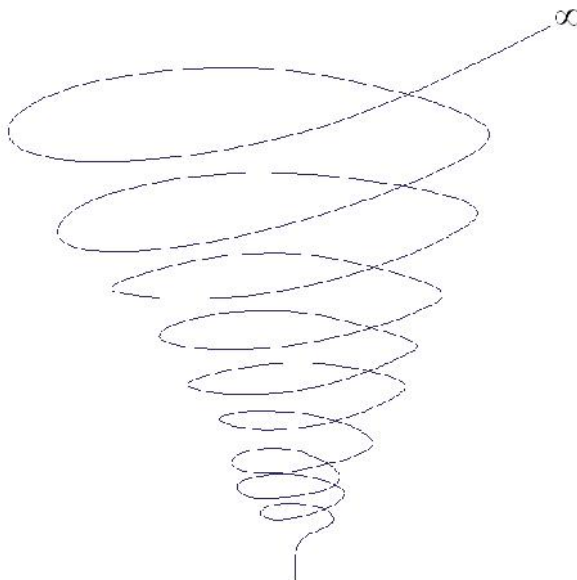


Fig.16 Modelul elicoidal al lui Dance

Fiecare fază a comunicării presupune filtrarea anteriorității prin prisma prezentului. Modelul elicoidal este caracterizat de continuitate, fără posibilitatea determinării unui început și fără posibilitatea închiderii. Cu toate acestea, modelul elicoidal nu este un model propriu-zis, aplicabil unei anumite situații de comunicare. El pune în joc prea puține variabile, nu poate susține ipoteze verificabile și nu reprezintă o modalitate de reprezentare schematică reprezentativă unui tip de comunicare. Structura elicoidală implică un fals de continuitate, atât vreme cât situațiile concrete de comunicare presupun rupturi, discontinuități, intermitențe, starturi false. Din aceste considerente, prin intermediul modelului lui Dance nu pot fi explicate sincopele în actul comunicării generate de inerție, absurd, abstract, nonsens sau patologic.

11. Modele procesuale. Formule

11.1. Modelul funcționalist. Harold D. Lasswell, cercetător american în domeniul științelor politice, a deschis un articol din 1948, *The structure and function of communication in society*, cu ceea ce avea să devină mai târziu unul dintre cele mai cunoscute modele de comunicare (Lasswell, 1948:37-51; v. și Pârvu, 2000:50):

Acțiunea de comunicare poate fi descrisă dacă vom încerca să răspundem la următoarele întrebări:

- Cine spune?
- Ce spune?
- Prin ce canal?
- Cui?
- Cu ce efect?

Modelul Lasswell presupune o modificare observabilă și măsurabilă la receptor, determinată de elementele identificabile din procesul comunicării, elemente care, dacă se schimbă, conduc la schimbarea efectului. Această condiționare a efectului comunicării de oricare dintre elementele constituente a condus la o reeșionare a formulei ca „urmămnerezic” a unei diagrame, în care fiecare întrebare îi corespunde câte o parte constituantă a procesului. Mai mult, propunerea lui Lasswell de a supune formula 5W¹⁵ unui studiu pluridisciplinar, vizând analize ale reglării, conținutului, mediilor de informare, audienței și efectelor corespondente întrebărilor, a condus spre o astfel de fragmentare din punct de vedere al percepției, încât prin asocierea elementelor componente ale comunicării întrebărilor din formulă s-a ajuns la o diagramă funcțională:

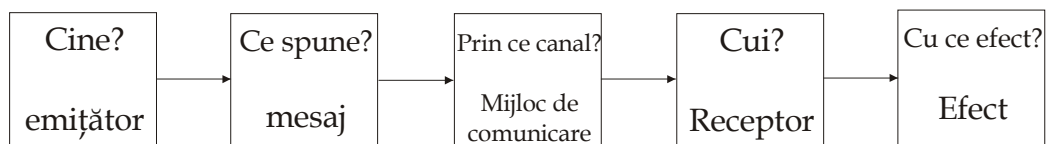


Fig.17 Diagrama McQuail-Windahl corespunzătoare modelului Lasswell (*apud* McQuail & Windahl, 2001:19)

În mod evident, în cadrul formulei 5W accentul cade pe emițător, mesajele au întotdeauna efecte, iar comunicarea este privită ca un act de influențare. Aceasta funcționează în cazul explicit comunicării de masă, sau în orice altă situație de comunicare în care scopul este influențarea receptorului.

¹⁵ Nume sub care mai este cunoscut modelul Lasswell, provenind din formula originală, în limba engleză: „Who? Says what? In which channel? To whom? With what effect?”

Lasswell a propus modelul în calitate de expert în studiul propagandei și al tipurilor politice (a se vedea, spre exemplu, *The Strategy of Revolutionary and War Propaganda*, lucrare publicată în 1950).

Pentru o analiză mai consistentă, aplicabilă unui cadru mai larg de referință, R. Braddock (1958) preia modelul Lasswell și îl îmbunătățește, în sensul adugării a două întrebări noi: *În ce context?* și *Cu ce scop?* McQuail, Windahl, 2001:20). Intervenția lui Braddock nu este legată de nevoia extinderii numărului de elemente componente ale procesului de comunicare, ci de abordarea studiului din mai multe perspective. De altfel, el chiar atrage atenția asupra faptului că formula lasswelliană nu implică specializarea. Analiza multiplă propusă de politologul american nu presupune o abordare multiplă și diferențiată, ci o abordare multi- și interdisciplinară, în scopul realizării unor analize pertinente ca răspunsuri posibile la întrebările formulei. Braddock subliniază faptul că respectivele câmpuri de cercetare interacționează și că întregul nu poate fi privit ca structură aditivă de elemente ale comunicării, corespunzătoare întrebărilor, ci ca entitate de sine stătătoare. Privitor la centrarea studiului tipic al comunicării pe una dintre cele cinci tipuri de analize anterior enumerate (fără a fi abandonate celelalte), filosoful român notează :

Interesul acordat uneia dintre aceste perspective depinde, după Lasswell, de gradul de finețe conceptuală considerat necesar în funcție de un obiectiv tipic sau administrativ determinat. Există, evident, și combinații ale perspectivelor amintite. Formulând această clarificare, Lasswell nu este interesat de fragmentarea acțiunii de comunicare, ci mai degrabă de conceperea ei ca totalitate aflată în interacțiune cu ansamblul procesului social (Pârvu, 2000:51).

Mai mult, comunicarea din perspectiva formulei funcționaliste a lui Lasswell poate fi privită ca un organism complex, în dinamica propriei existențe, ci doar ca un proces limitat la schimbul/interacțiunea dintre elementele sale componente.

11.2. Modelul descriptiv al lui Johnson. Cercetătorul american Wendell Johnson, specialist în câmpul psihologiei clinice și al patologiei vorbirii, renunță la a denumi actorii comunicării după rolurile îndeplinite în actul comunicațional, limitându-se la a îi nota Mr.A și Mr.B. Formula propusă de el a devenit model de comunicare în 1948, dar nu a fost obiectul unei recunoașteri ulterioare ca urmare a reputației pe care a autorului ei¹⁶. Ea constă în zece pași care fac trimitere atât la o dimensiune comunicativă, cât și la o dimensiune perceptivă în raport cu fiecare dintre actorii comunicării:

¹⁶ Wendell Johnson (1906-1965), psiholog american, specializat în patologia vorbirii, a avut reputația pe care a câștigat-o după experimentul *The Monster Study* în care a supus jumătate din grupul experimental la o terapie negativă de vorbire. A avut o contribuție importantă în câmpul teoretic al comunicării, fiind autorul unui model bidimensional care a premers modelului lui Gerbner.

1. Are loc un eveniment –
2. care este perceput de Mr.A prin intermediul ochilor, urechilor sau altor organe de sim , i ca rezultat
3. impulsurile nervoase sunt transmise la creierul lui Mr.A, iar de acolo la mu chi i glande, producând tensiuni, „emo ii” preverbale etc.
4. pe care Mr.A începe s le traduc în cuvinte în conformitate cu pattern-urile verbale cu care este obi nuit, i în afara tuturor acestor cuvinte el „gânde te c ”
5. „selectează ” sau rezum câteva, c rora le d o anumit form i apoi
6. prin intermediul undelor sonore sau luminoase, Mr.A vorbe te cu Mr.B,
7. ale c rui urechi i ochi percep respectivele unde sonore i luminoase, i ca rezultat
8. impulsurile nervoase sunt transmise la creierul lui Mr.B, iar de acolo la mu chi i glande, producând tensiuni, „emo ii” preverbale etc.
9. pe care Mr.B începe s le traduc în cuvinte în conformitate cu pattern-urile verbale cu care este obi nuit, i în afara tuturor acestor cuvinte el „gânde te c ”
10. „selectează ” sau rezum câteva, c rora le d o anumit form i apoi Mr.B vorbe te sau ac ioneaz în conformitate, astfel stimulându-l pe Mr.A – sau pe altcineva – i astfel procesul de comunicare continu ... (*apud* Johnson, 1975:301-302)

Abordarea procesului de comunicare nu este rigid . Sunt avute în vedere inclusiv cazurile particulare ale comunicării intrapersonale – aspecte netratate de alte modele prezentate anterior sau pentru care alte modele nu pot fi aplicate. Wendell Johnson nu a omis nici ariile sensibile ale câmpului comunicării, cum ar fi: influența a spiritual , sistemele proprii de valori ale actorilor comunicării sau intangibilitatea personalității. Formula johnsoniană este însoțită de o reprezentare schematică , având mai degrabă rolul de a delimita pașii procesului decât de a separa etapele. De altfel, cercetătorul american subliniază acest aspect, al separării etapelor din rațiuni funcționaliste (pentru a examina funcțiile și a determina posibilele discrepanțe la nivelul fiecărei etape), și nu din rațiuni stocastice. Întregul studiu al lui Johnson este dedicat analizei respectivelor discrepanțe, constituindu-se în prima abordare distinctă a barierelor comunicării.

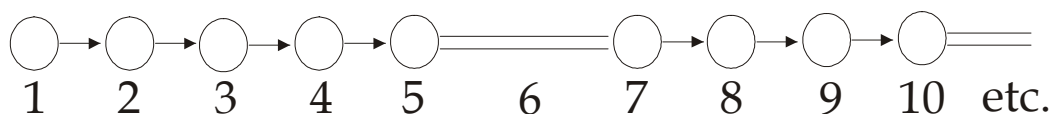


Fig.18 Reprezentarea schematică a modelului descriptiv al lui Johnson (1975:301)

Într-o reprezentare grafică mai elaborată a procesului de comunicare descris prin formulă , acesta ar încorpora următoarele elemente constitutive:

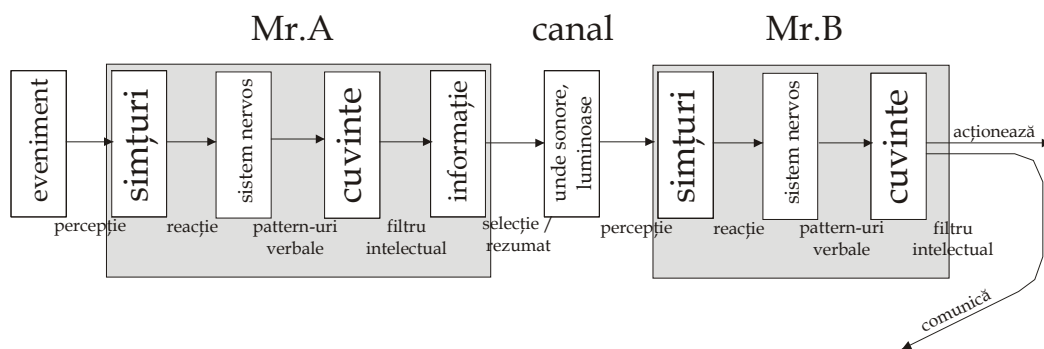


Fig.19 Diagrama elaborată a modelului descriptiv al lui Johnson

Practic, W. Johnson nu transferă modelul procesual al lui Shannon în planul comunicării umane, ci construiește un model nou, în care intervin două dimensiuni, anticipând astfel studiile lui Gerbner, care delimitează explicit cele două dimensiuni ale procesului de comunicare: cea perceptivă și cea comunicativă. În ciuda unei abordări complexe, presupunând luarea în considerare, în afara limbajului și a gesturilor, posturii, expresiei faciale, poziției generale a corpului, modelul funcționalist al lui Johnson rămâne cantonat în funcționalitatea mecanicistă, specifică gândirii preparadigmatică de la jumătatea secolului XX. În plus față de funcționalismul mecanicist, cercetătorul american aduce în discuție cele două dimensiuni, de exploatat, dat fiind percepția actului comunicării ca un produs complex, unit, rezultat al condițiilor organice a comunicatorului. Altfel spus, comunicarea se structurează mecanicist într-un cadru organic al producerii și recepției prin dimensiunea psihologică și prin cea culturală (socială). Astfel, Johnson depășește închiderea paradigmei mecaniciste a comunicării, prefigurând o nouă paradigmă, organicistă.

Contribuția lui W. Johnson este tocmai această adâncire a studiului din perspectivă psihologică, respectiv poziționarea egală a actorilor comunicării, cu menținerea, spre deosebire de emitor (Mr. A), receptorul (Mr. B) nu percepe semnale din mediu, ci de la emitor. Aceste semnale „culese” de organele de simț¹⁷, transformate în impulsuri nervoase, filtrate de pattern-urile verbale ale limbii și transformate în cuvinte/expresii prin intermediul cărora sunt transmise mesajele urmează același circuit în cazul ambilor actori ai comunicării, deși în diagrama funcțională nu se închide, comunicarea realizându-se în zigzag, asemenea modelului Schramm. Relieful dimensiunii perceptivă, comparativ cu celelalte modele ale comunicării propuse la sfârșitul deceniului cinci al secolului trecut, reprezintă o altă contribuție majoră a lui Wendell Johnson. Dimensiunea perceptivă a celor doi actori ai comunicării implică o „acordare” a

¹⁷ „(...) există înainte de toate o oarecare sursă de stimulare senzorială în ceea ce numim „camera” (n.a. exemplul utilizat de cercetătorul american) – un oarecare fel de „radiații energetice” (etapa 1) care acționează asupra terminațiilor nervoase din piele”, notează Johnson (1975:304), pentru a traduce în manieră procesuală percepția

limbajelor acestora, dar și a conștientizării proiectelor proprii, cu trimitere mai degrabă la jocurile wittgensteiniene de limbaj, decât la cunoscuta propoziție din *Tractatus*, „5.6. *Limitele limbajului meu semnifică limitele lumii mele*” (Wittgenstein, 1991:102):

Ce este esențial, în scopul unei rezumări și a unei comunicări eficiente (n.a. vezi etapa 4), este adecvarea conștientizării proiectelor. Pentru o accentuare practică, trebuie vorbit despre conștientizarea proiectelor ca **focalizare pe mine** (*to-me-ness*). (Johnson, 1975:311).

11.3. Modelul multifuncțional al lui Gerbner. Cercetătorul american de origine maghiară George Gerbner (1956) adâncește studiile neuropsihologului Wendell Johnson, dar mută accentul pe „mesaj”. Mesajul este acordat contextului de producere și poate fi interpretat doar prin apel la acesta. Prin această ancorare în context și prin apel la multifuncționalitatea anticipată (a adăru nu numai prin dimensiunea lasswelliană, a eficienței, ci și prin cea johnsoniană, a selecției și transformării a mesajului), modelul lui Gerbner acoperă o arie largă de aplicabilitate, luând forme diferite în funcție de specificul situației de comunicare. Inițial, cercetătorul american a dat modelului o formă descriptivă, într-o versiune în zece pași:

1. Cineva
2. percepe un eveniment
3. și reacționează
4. într-o situație
5. cu anumite mijloace
6. pentru a pune la dispoziție
7. într-o anumită formă
8. și într-un anumit context
9. un anumit conținut
10. a cărui transmitere are anumite consecințe (Gerbner, 1956:173, v. și McQuail & Windahl, 2001:27).

Fașă de formula lasswelliană, careia îi corespund pașii algoritmului gerbnerian astfel: *Cine?* – 1, *Ce spune?* – 9, *Prin ce canal?* – 5, *Cui?* – indus, *Cu ce efect?* – 3 și 10, respectiv fașă de extensia lui Braddock: *În ce context?* – 4 și 8 (cu diferențierea între contextul percepției și contextul producerii mesajului), *Cu ce scop?* – omis, noul model descriptiv aduce în discuție două lucruri distincte: perceperea unui eveniment, respectiv forma de transmitere a mesajului. Cele două aspecte fac, însă, obiectul studiului lui W. Johnson, astfel încât putem considera modelul funcțional al lui Gerbner drept un model de sinteză. Mai mult, raportat la precedentele referințe, McQuail și Windahl adâncesc studiul formei descriptive a modelului prin acordarea fiecărui pas la câte un câmp distinct de studiu (a se vedea modelul funcționalist). Cei doi cercetători delimitează câmpurile de studiu din comunicarea de masă în acord

cu inten ia lasswellian , astfel: 1. cercetarea audien ei/emi torului, 2. teoriile percep iei, 3. studiul efectelor/impactului, 4. studiul contextului recep tii, 5. studiul canalelor, al mijloacelor de comunicare, al controlului asupra tehnologiilor i echipamentelor, 6. studiul problemelor manageriale, a mijloacelor de difuzare, a posibilit ilor de acces la informa ie, 7. studiul modalit ilor de organizare a con inutului, 8. studiul contextului comunic rii, 9. analiza de con inut i 10. studiul efectelor (McQuail & Windahl, 2001:27).

Fa de modelele Lasswell i Johnson, forma descriptiv a modelului multifunc ional al lui Gerbner a fost „completat ” de o diagram care eviden iaz cele dou dimensiuni ale comunic rii: dimensiunea perceptiv i cea a mijloacelor i controlului (fig.20).

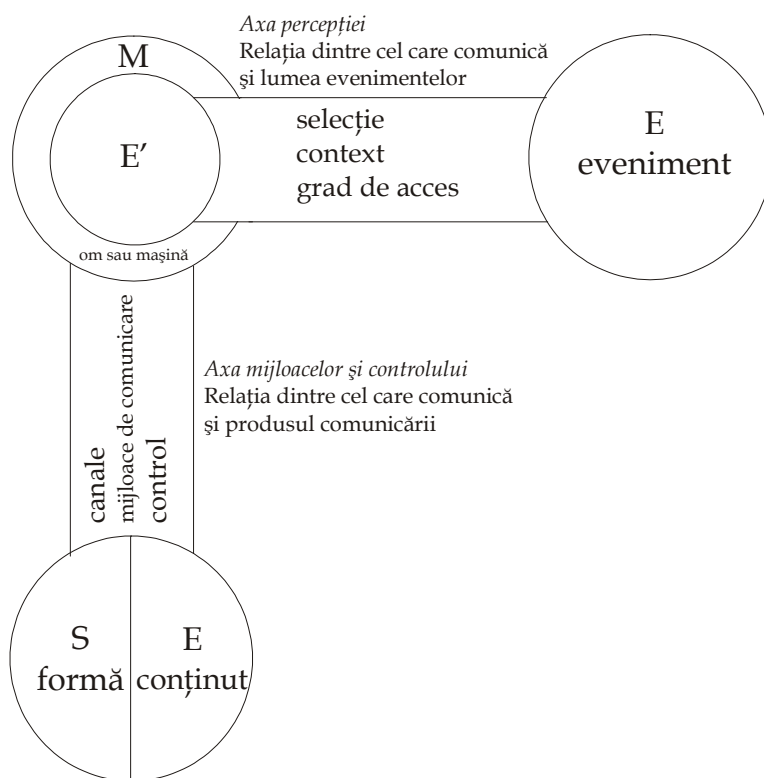


Fig.20 Modelul func ional al lui Gerbner (model adaptat dup Gerbner, 1956:175)

Diagrama reliefeaz procesul de comunicare, începând de la percep ia evenimentului E ca E' de c tre subiectul M pân la transmiterea sa ca mesaj (SE), în care forma S reprezint modalit ile lingvistice sau paralingvistice iar con inutul E informa ia de transmis. Dacă forma descriptiv a modelului gerbnerian impune opt câmpuri majore de studiu în ceea ce prive te teoria comunic rii, diagrama limiteaz analiza la cele dou axe de producere: axa „psihofizic ” (perceptiv sau de recep ie) i axa „tranzac ional ” (de comunicare). Axa „psihofizic ” are drept centru de interes percep ia, ca proces de interac iune sau negociere,

(...) de adaptare a unor stimuli la matricea internă de gândire sau la concepte deja asimilate. Când această „potrivire” are loc, înseamnă că am perceput ceva, pentru că i-am conferit în el. Astfel, „în elesul” derivă de la potrivirea unor stimuli externi la concepte interne” (Borun, 2002:39)

Această „potrivire” este controlată de modelul cultural al fiecăruia. Adică, oameni din culturi diferite vor percepe realitatea diferit; iar percepția nu este doar un proces psihologic care se desfășoară înuntrul individului, ci o problemă de cultură (Borun, 2002:49)

Axa „tranzacțională” reliefează dimensiunea comunicativă, dar care nu presupune doar un transfer de conținut, ca pachet de date, ci un ansamblu form-conținut în care mesajul este autogenerativ. Gerbner afirmă că „Și nu stă niciodată pentru sine însuși decât în cazul în care înseamnă bruij; el este întotdeauna cuplat cu *E*, cu aspectele de conținut ale semnalului, care facilitează procesul de reprezentare” (*apud* McQuail, Windahl, 2001:29). Dacă pe axa orizontală, percepția este influențată de context, grad de acces și selecție, pe axa verticală intervin în procesul de transmitere canalul, mijloacele de comunicare și controlul. Exemplificând modul în care se realizează comunicarea pe axa verticală, Gerbner definește un concept nou, disponibilitatea, ca echivalent al selectivității pe axa orizontală. Dar selectivitatea și disponibilitatea nu sunt abordate în premieră, deoarece și W. Johnson face referire, atât în cazul Mr.A (selectivitate) cât și în cazul Mr.B (disponibilitate) la trecerea informației prin filtrul gândirii, la selecția și rezumarea acesteia. De altfel, W. Johnson anticipează prin modelul său descriptiv cele două dimensiuni ale modelului multifuncțional al lui Gerbner.

Modelul Gerbner nu poate răspunde satisfăcător în cazul acumulărilor de cunoștințe, în cazul comunicării vizuale ca act de învățare, spre deosebire de modelul elicoidal al lui F.E.X. Dance, dar se caracterizează prin deschidere/disponibilitate de context și selectivitate, care influențează grila personală de percepție și sistemul propriu de valori al fiecărui actor al comunicării. Modelul Gerbner nu este circular, de aici rezultând și aplicabilitatea sa în contextul comunicării unidirecționale sau în comunicarea cu feedback sczut (a se vedea studiul comunicării de masă la McQuail & Windahl, Severin & Tankard, DeFleur & Ball-Rokeach etc.), ci organizat pe structura în zigzag a comunicării la W. Schramm. Liniaritatea modelului rezultă din comparația pe care o face George Gerbner cu modelul Shannon (*apud* Severin & Tankard Jr, 2004:69). Multifuncționalitatea, în schimb, derivă din capacitatea de a descrie atât comunicarea umană, cât și cea cu suport tehnologic.

11.4. Modelul DeFleur. Cercetătorul american în câmpul teoriei comunicării Melvin DeFleur îmbunătățește modelele unidirecționale adâncind studiul pe dimensiunea semantică. El pune la baza comunicării convenia că regulă prin care o anumită etichetă poate fi asociată unei definiții reprezentând semnificația conceptului. Prin convenie se realizează standardizarea unor

conexiuni între elementele mesajului transmis și semnificațiile lor, prin raportare la referenții externi sau la experiențele subiective ale persoanei care comunică.

Controversele moderne despre natura comunicării continuă să sublinieze importanța aplicării unor etichete și semnificații prin convenții sociale. Convențiile lingvistice se referă la regulile convenite social pentru interpretarea cuvintelor, cuvinte care sunt create într-o comunitate lingvistică ce folosește în comun o anumită limbă. Convențiile leagă un anumit cuvânt (un set specific de sunete produse oral) de experiențe interne subiective (provocate de contactul cu realitatea), asupra cărora membrii comunității lingvistice convin că sunt corespunzătoare acelui cuvânt. Pentru a face posibilă comunicarea, semnificațiile trebuie să fie aceleași, sau cel puțin apropiate, pentru persoanele care împărtășesc convenția. Mai simplu formulat, cuvintele au semnificații care pot fi împărtășite datorită regulilor convenției care le leagă între ele. (DeFleur, Rokeach, 1999:241)

Evident, convențiile nu se extind doar la nivelul limbajului oral sau scris, ci și la diferitele semne stabilite convențional în ceea ce privește comunicarea nonverbală. Semnificațiile sunt elaborate, adică, atât pentru cuvinte, cât și pentru celelalte tipuri de semne. În acest context, comunicarea umană presupune „determinarea unor semnificații din partea altor persoane” (DeFleur & Rokeach, 1999:242), definiție bazată pe aplicarea a două principii: conceptele reprezintă fundamentul cunoașterii subiective, iar convențiile stau la baza comunicării. În plus, punând comunicarea la baza ordinii sociale, DeFleur îmbogățește modelul Shannon prin atenția acordată fluxului informațional: semnificațiile de transmis sunt codificate în mesaj, mesajul transmis prin canal este decodificat ca semnificație de către receptor. Putem vorbi despre comunicare doar dacă există corespondență între semnificații. În urma accentului pus pe semnificație, mai exact prin promovarea unor teorii despre comunicare derivând din presupusa *paradigma a semnificației*, DeFleur avansează un model al comunicării bazat pe o listă sintetică de propoziții¹⁸, astfel:

1. Memoria umană face posibilă dezvoltarea **cunoașterii**.
2. Cunoașterea există sub forma **conceptelor**, care sunt structuri de semnificații etichetate sau denumite ca atare de către indivizi.

¹⁸ Lista sintetică de propoziții, organizată în spiritul *Tractatus*-ului wittgensteinian se poate reduce la patru teorii preliminare specifice comunicării de masă: funcția presei de construire a semnificațiilor (Walter Lipmann), teoria cultivării (George Gerbner), funcția presei de stabilire a ordinii de zi (Donald L. Shaw și Maxwell McCombs), respectiv funcția mass-media de modelare a limbii (Melvin DeFleur și Timothy Plax), în timp ce la baza conturării *paradigmei semnificației* DeFleur a pus patru teorii ale construcției sociale: *lingvistica*, prin cunoașterea realității despre limbă, *antropologia*, prin relativitatea culturală în constituirea semnificațiilor, *sociologia*, prin interacțiunea simbolică și *sociopsihologia*, prin utilizarea schemelor cognitive ca semnificații pentru realitate.

3. Semnificațiile pentru concepte pot fi create de către o persoană prin **contact senzorial** direct cu diferite aspecte ale realității, sau prin **interacțiune simbolică** în cadrul unei comunități de limbă.
4. **Limba** este în principal un set de simboluri (verbale sau gestuale) care denumesc semnificații convenite în prealabil.
5. Convențiile standardizează legăturile dintre simboluri și semnificații, făcând când **comunicarea** posibil între cei care aderă la reguli.
6. Simbolurile și convențiile lingvistice convenite și folosite de un anumit grup modelează **percepția, interpretarea și conduita** față de lumea fizică și socială a membrilor societății. (DeFleur & Rokeach, 1999:259)

Întreaga înțelegere logică determinantă pentru *paradigma semnificației*: cunoaștere-concept-contact senzorial/interacțiune simbolică-limbă-convenție-percepție/interpretare/conduită depășește linearitatea modelului Shannon și face trimitere implicită la reacție, răspuns, autoreglare, cu alte cuvinte la *feedback loop* al lui Wiener. McQuail și Windahl au structurat modelul DeFleur, schișând o diagramă funcțională adecvată:

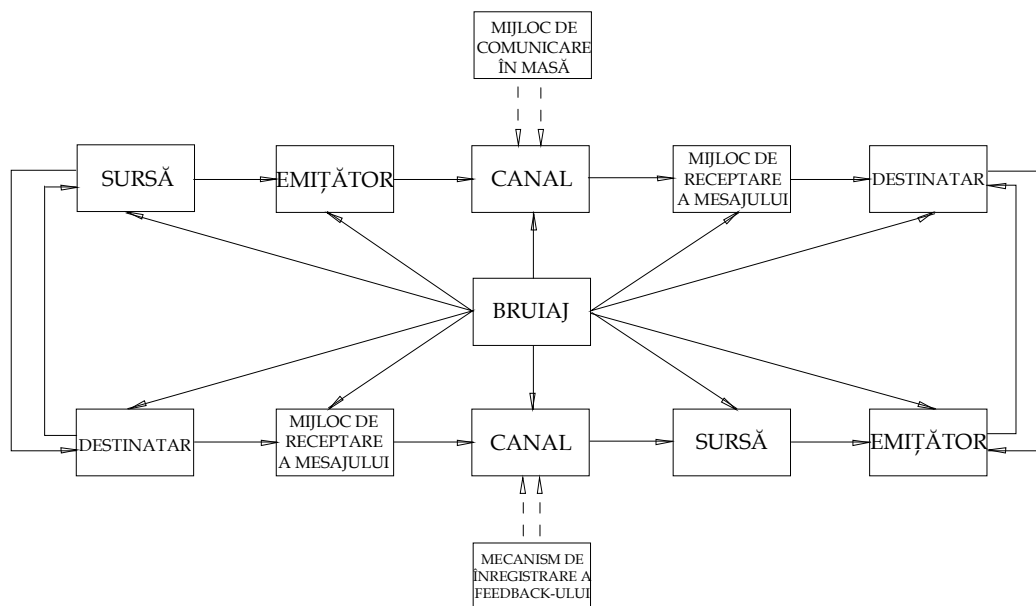


Fig.21 Dezvoltarea de către DeFleur a modelului Shannon-Weaver (apud McQuail și Windahl, 2001:23)

Modelul DeFleur nu mai face trimitere strictă la un subiect activ, emițătorul, care transmite un mesaj cuantificabil unui subiect pasiv, receptorul, ci încearcă o punere pe picior de egalitate a celor doi actori ai comunicării. Cerința impusă de Melvin DeFleur pentru realizarea comunicării este tocmai izomorfismul (corespondența de înțelesuri). Cu toate acestea, teoria cercetătorului american rămâne cantonată în viziunea mecanicistă, dat fiind reducerea *paradigmei semnificației* la o listă sintetică de propoziții.

12. Modele semiotice clasice

12.1. Modelul semiotic al lui Saussure. Ferdinand de Saussure nu a intenționat să aducă în prim plan un model de comunicare, dar studiile sale de pionierat în domeniul lingvisticii conturează un model „structural” prin care sunt puse în evidență relațiile dintre elemente în intenția creării de îneles. Din perspectivă comunicatională, accentul cade pe mesaj și nu pe procesul comunicării sau pe actorii implicați. Deși în sens restrâns structuralismul se referă la etapa incipientă din istoria lingvisticii, până la apariția gramaticii generative a lui Chomsky, în sens larg el trimite la ideea de sistem al limbii, ca structură mediatoare între realitatea obiectivă și percepția subiectivă. Părintele structuralismului este Ferdinand de Saussure, în ciuda faptului că nu a intenționat o definiție a conceptului și nici nu a creat premise constituirea structuralismului ca teorie unitară în sens popperian. Structuralismul presupune reducerea succesivă a variantelor la invariante și postulează organicitatea părților (Dobrescu *et al.*, 2007:317). El vizează studiul totalităților organizate, spre deosebire de totalitățile sumative, și presupune legătura intrinsecă cu caracterul sistematic al unui obiect. Saussure a studiat limba ca totalitate organică, punând astfel bazele lingvisticii structurale, fără însă să folosească acest concept, chiar dacă funcționalitatea structurală, specificitatea funcțiilor limbii, subsistemele (în funcționalitate) privesc, în principal, limba în decupajul static al unei epoci.

Pe de altă parte, lingvistul elvețian se desparte de practica lingvistică a studierii originii limbilor și încearcă să descrie „structura” limbii. Lingvistica dobândește astfel un alt obiect de studiu, o entitate diferită de cele ale altor științe, limba.

Lingvistica întâlnește oare în cale un obiect prim și imediat, o realitate anume, un ansamblu de lucruri absolut evidente, așa cum se întâmplă în cazul fizicii, chimiei, botanicii, astronomiei etc.?

Nicidecum și niciodată: ea se situează la polul opus față de științele care pot porni de la o informație dorită de simțuri. (Saussure, 2004:147)

Limba se constituie într-un „regn” distinct, ale cărei unități sunt duale, alcătuite dintr-o dimensiune fizică /obiectivă și una mentală /subiectivă. Pentru o mai bună înțelegere a acestei abordări, Saussure distinge între limbă (*langue*), „produsul social depozitat în creierul cuiva”, obiectul propriu-zis al lingvisticii, și vorbire (*parole*)¹⁹, punerea în act a limbii: „Evitând definițiile sterile ale cuvintelor, am diferentiat deja, în sânul fenomenului total care reprezintă

¹⁹ inițial, Saussure (2004:147) nu diferențiază între limbă și limbaj, considerându-le identice: „Limba și limbajul sunt unul și același lucru: limbajul reprezintă generalitatea limbii”.

limbajul, doi factori: limba și vorbirea. Limba este pentru noi limbajul minus vorbirea” (Saussure, 1972:44). Limba nu are realitate obiectivă, ci reprezintă o instituție socială care scapă premeditației și care nu se supune regulilor de organizare a realității externe pe care o descrie. Fiind un construct teoretic, limba este percepută ca modalitate de inteligibilizare a faptelor de limbaj, iar prin aceasta se subsumează limbajului. Această distincție saussuriană este singura care operează cu entități „sumative”, pentru a putea oferi limbajului unitatea. Prin aceasta, limba este percepută ca obiect, *corpus* care se constituie într-un model teoretic de structurare a facultăților limbajului.

Prin aceste două dihotomii impuse: semn fizic/semn mental, respectiv *langue/parole*, Saussure nu privește obiectul lingvisticii ca fiind strict separabil în structuri constituente, ci lansează provocarea studierii acesteia ca întreg divizibil doar la nivel analitic, nu și funcțional. Mai mult, Saussure leagă elementele componente de funcțiile lor. Privitor la necesitatea studierii întregului în organicitatea sa, lingvistul elvețian afirmă că limba nu poate fi redusă la sunete sau la alte unități constituente, că nu se poate detașa de acestea și că nu se poate clasifica în vreoaică categorie de fapte umane, constituindu-se ca întreg în sine și ca principiu de clasificare deopotrivă. Ea nu poate fi, a adăuga, o funcție a subiectului vorbitor, ci o structură pe care individul o înregistrează în timp.

În aceeași idee a studiului ca întreg organic, Saussure operează o altă distincție, între sincronie și diacronie, prima componentă referindu-se la studiul limbii într-un anumit moment al dezvoltării sale, în timp ce cea de-a doua se referă la studiul acesteia în timp. Sincronia operează asupra subiectului ca element static, în timp ce diacronia îl privește ca sistem dinamic, supus schimbărilor. Sincronia limbii este doar un construct teoretic (limba „evoluând fără încetare”) la care apelează Saussure pentru a putea studia funcționalitatea acesteia. Lingvistul elvețian se oprește asupra studiului limbii din această perspectivă și pentru că, spre deosebire de faptele diacronice cele sincronice prezintă o oarecare regularitate, dar nu cu caracter imperativ. Astfel, este mult mai simplu de stabilit limitele generale de studiu ale lingvisticii saussuriene²⁰: „Obiectul lingvisticii sincronice generale este stabilirea principiilor fundamentale ale întregului sistem idiosincronic, a factorilor constitutivi ai întregii structuri a limbii” (Saussure, 1972:141). Prin această abordare, ne oprim doar asupra raportului dintre formă și conținut, în timp ce studierea unei succesiuni dinamice de stadii ne-ar obliga la orientarea spre studiul unor „categorii de idei”, în evoluție. Întreprinzând un asemenea demers, lingvistul elvețian ajunge la concluzia că limba, ca sistem de semne, este un caz particular al altor asemenea sisteme. Prin urmare și lingvistica, disciplina care studiază „structura” limbii, este un caz particular al unei discipline mult mai generale, a

²⁰ Cercetarea limbii din perspectivă sincronă împinge și spre posibilitatea de definire a acesteia din această perspectivă, în raport cu limbajul: „Limbajul este un fenomen; el reprezintă exercițiul unei facultăți care se găsește în om. Limba este ansamblul formelor concordante pe care le îmbracă acest fenomen într-o colectivitate de indivizi și la o epocă determinată” (Saussure, 2004:131).

unei tiine care studiaz semnele în viaa social , numit *semiologie* (de la gr. *sémeion*, semn).

Din punct de vedere al studiului comunicării, cea mai importantă distincie făcută de Saussure este cea între semnul fizic și cel mental, între cuvântul scris/rostit și conceptul mental. În acest sens, delimitarea conceptuală este următoarea:

Numim semn combinaia dintre concept și imagine acustică (...). Propunem menirea cuvântului semn pentru a desemna întregul și pentru a înlocui concept și imagine acustică prin semnificat și semnificant; acești ultimi termeni au avantajul de a marca opoziția care îi separă fie între ei, fie de întregul din care fac parte (Saussure, 1972:99).

Semnificantul reprezintă, aadar, partea vizibilă, existența fizică a semnului, în timp ce semnificatul desemnează conceptul mental, comun tuturor membrilor aceleiași comunități lingvistice, aceleiași culturi. Semnificația este determinată de relația existentă, de asocierea dintre semnificat și realitatea externă (sau în alegera conceptului). Ea nu poate exista în afara semnelor, ci poate doar în exteriorul *domeniului* lingvistic, susține Saussure. Practic, actul de comunicare presupune activitatea codare/decodare, în funcție de raporturile intenționate/interpretate dintre semn, perceput în existența sa binară (semnificant și semnificat) și realitate. Din perspectivă semiotică, în alegera nu este „împachetat” în mesaj, ci reprezintă un proces activ, de re-creare/interpretare/negociere a mesajului (în linia exploatată ulterior de teoreticienii modelelor tranzacționale ale comunicării).

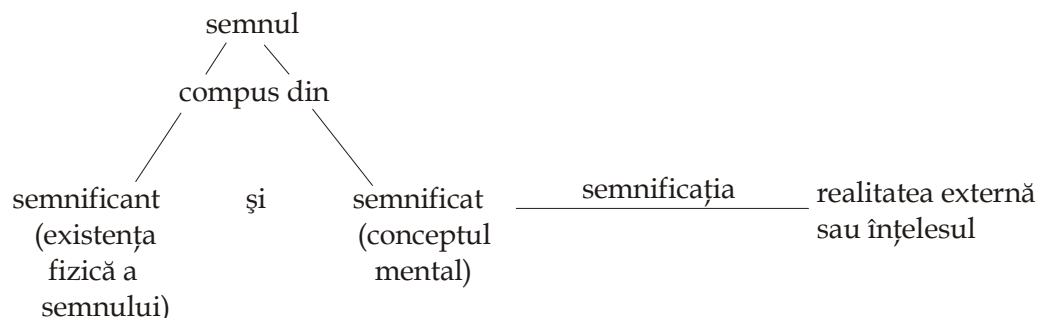


Fig. 22 Elementele în alegerii în modelul lui Saussure (*apud* Fiske, 2003:67)

Mai mult, Ferdinand de Saussure studiaz și raporturile instituite între părți, considerând că legătura dintre semnificant și semnificat este arbitrară, dat fiind unitatea organică a semnului și unitatea de percepție a structurii concept mental – imagine acustică. Pe de altă parte, atâta vreme cât nici o entitate de ordin lingvistic nu poate fi „dată” în mod nemijlocit de simțuri, oricât am încerca să simplificăm un semn trebuie să înținem cont de el ca semnificație și să ajungem la amintita pereche concept mental – imagine

acustic . Iar această „pereche de obiecte eterogene” (*semne-idei*) este convențional , nu natural (Saussure, 2004:24). Din această arbitraritate a asocierii elementelor componente ale semnului rezultă și arbitraritatea semnului în sine, prin lipsa legăturii directe dintre semnificant și realitatea externă .

Natura duală a limbajului (gândire-sunet), plecând de la natura duală a sunetelor, imprimă limbii rolul de mediator, situând-o între o entitate lipsită de materialitate (gândirea) și una lipsită de spiritualitate (rostirea). În acest sens, asocierea concept-sunet este în egală măsură iluzorie (pentru că nu se poate opera distincția, prin „decupare” de context), în egală măsură necesară pentru că nu se poate concepe semnul ca fiind doar concept sau doar entitate rostită sau scrisă . Raportul, aparent paradoxal, trimite la dualitatea undă -corpusul din fizică , iar semnul, și prin extindere limba, pot fi privite prin prisma „metaforei luminii”. În plus, în baza acestei comparații, tot așa cum în cazul luminii nu putem studia radiația luminoasă în afara „funcționalității” ei, adică prin apel la „decupare” din context, tot astfel nici semnul nu poate simboliza ceva, nu își poate exprima valoarea decât prin raport la alte valori similare. Semnificația se construiește, astfel, ca o structură de diferențe, ca o delimitare, cu posibilitatea de identificare prin apel la diferențe. Saussure (2004:39) propune „cunoașterea modului de funcționare a semnelor prin intermediul diferențelor dintre ele la un moment dat”. Practic, ceea ce este sesizat la un moment dat nu este semnificația. *Principiul fundamental al semiologiei*, în termenii lui Saussure (2004:75), are următoarea formulare:

În limbă nu există nici semne, nici semnificații, ci diferențe între semne și diferențe între semnificații, care

1. există exclusiv unele în raport cu celelalte (în ambele sensuri), fiind aadar inseparabile și solidare, dar
2. care nu vor ajunge niciodată să -și corespundă în mod direct.

Totul se întemeiază în limbă , prin apel la negare, pe o opoziție complicată ; lingvistica structurală saussuriană întemeiază limba pe diferențe.

Cea de-a patra dihotomie propusă de Saussure, cea dintre formă și conținut, pleacă de la precedenta dihotomie. Practic, în cadrul fiecărui termen lingvistic se instituie un raport semnificant/semnificat, limba fiind în acest caz un intermediar între gândire și rostire, fiind că în cadrul unității lingvistice se fac delimitări clare; fiecare termen lingvistic devine astfel un *articulus* de care se fixează o idee sau care devine semnul unei idei. Din această perspectivă , „limba este comparabilă încă unei foi de hârtie: gândirea este o parte (recto), iar sunetul cealaltă (verso); nu se poate decupa o parte fără să se decupeze în același timp cealaltă parte” (Saussure, 1972:157). Practic, fiindcă delimitarea între formă și conținut, dar considerându-le suprafețe opuse fără să fie distincte, Saussure aduce lingvistica pe teritoriul limitrof a două elemente de ordin diferit care se combină . Problema formei și conținutului rezolvă problema percepției semnificantului și semnificatului, nu ca unități aditive, ci ca entități

interdependente, imposibil de separat la nivel fizic. În acest aspect, având originea în studiile saussuriene, a fost exploatat ulterior prin prisma modelului multifuncțional al comunicării, elaborat de George Gerbner.

12.2. Modelul semiotic al lui Peirce. Spre deosebire de reprezentanții lingvisticii structurale europene, Charles Sanders Peirce (1990:268) propune pe teritoriul semioticii, pe care o definește ca fiind „doctrina necesară sau formală a semnelor” din domeniile matematicii, metodologiei științifice, epistemologiei și, mai ales, din domeniul logicii, pe care o subsumează semioticii. Ca și în celelalte domenii de studiu, și în semiotică Peirce propune în alegerea metafizică a diferitelor aspecte ale cunoașterii prin apel la „idealismul obiectiv”. De altfel, Peirce este recunoscut ca fiind, alături de William James și de John Dewey, printre pragmatismului. Direcția pragmatistă a fost exploatată și pe teritoriul semioticii, instituindu-se „maxima pragmatică” prin care se reduce semnificația la acțiune. Dar semiotica nu constituie o preocupare major și unitară a filosofului american; nu există o abordare sistematică a acestui domeniu, dar viziunea acestuia poate fi sistematizată. Spre deosebire de dihotomiile lui Saussure, Peirce propune trihotomia, clasificări ale ideilor în trei clase. Inclusiv relația de semnificare, semioza, este vădită prin prisma punerii în relație a semnului cu obiectul analizei și cu analizatorul (observatorul), chiar dacă nu în mod direct, astfel:

Un semn, sau *representamen*, este ceva care înlocuiește ceva pentru cineva, în anumite privințe sau în virtutea anumitor însușiri. El se adresează cuiva, creând în mintea acestuia un semn echivalent sau poate un semn mai dezvoltat. Semnul acesta pe care-l creează îl numesc interpretantul primului semn. Semnul înlocuiește ceva, anume a *obiectului* său. El înlocuiește acestui obiect nu în toate privințele, ci cu referire la un fel de idee, pe care am numit-o uneori *fundamentul* representamenului (Peirce, 1990:269).

Avem astfel trei entități care intră în contact, obiectul, semnului și interpretul său, prin intermediul altor trei entități care le înlocuiesc sau le prezintă: fundamentul, representamenul și interpretantul.

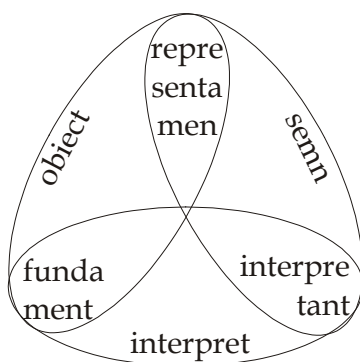


Fig.23 Elementele în relație la Ch.S. Peirce, ca arii comune ale elementelor care intră în contact în actul semiozei

Semioza scoate în evidență trei entități, reprezentamenul, obiectul și interpretantul. Interpretantul nu este receptorul semnului, ci constituie conceptul mental/reprezentarea mentală, ca rezultat al „punerii împreună” a experienței utilizatorului cu semnul însuși, „adică un concept mental produs de către semn, cât și de către experiența referitoare la respectivul obiect pe care o are cel care utilizează acest semn” (Fiske, 2003:65).

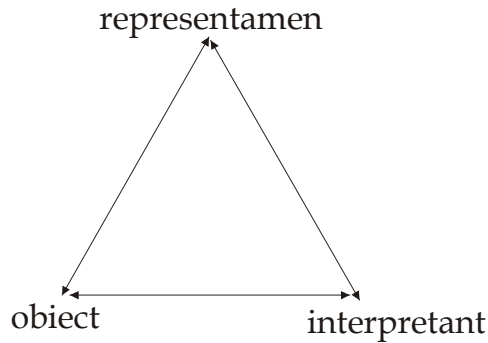


Fig.24 Raporturile dintre elementele în alegerii în modelul lui Peirce

Practic, relația reprezentamen-obiect-interpretant fiind una dinamică, cuvântul nu poate fi „fixat” prin definiție, ci variază în limitele convențiilor sociale, în funcție de diferențele sociale și psihologice ale utilizatorilor, iar semioza (producerea în alegerii, raportul dinamic mesaj-receptor sau mesaj-emițător din modelele clasice ale comunicării) trebuie înțeleasă ca acțiune sau influență care presupune cooperarea celor trei elemente. Totodată, trebuie menționat că din această perspectivă nu se realizează nici o diferențiere între actorii comunicării (emițător sau receptor), iar decodarea/ codificarea sunt procese active, realizate sub amprenta interpretului (în modelele procesuale, aceste aspecte au fost puse în evidență târziu, prin studiile lui Osgood, Barnlund sau Thayer). Triunghiul semiotic al lui Peirce aduce în prim plan o relație dinamică între elemente dinamice, în care semnul și explicația luată împreună formează un alt semn, care la rândul său are o explicație suplimentară, deci instituie un semn nou .a.m.d.

Continuând în felul acesta, vom ajunge, sau ar trebui să ajungem în cele din urmă la un semn care este propriul său semn, continuând propria sa explicație și pe cele ale tuturor părților sale semnificative; și, conform acestei explicații, fiecare asemenea parte are, în fapt sau în virtual, ceea ce putem numi un *precept* de explicație potrivit căruia el trebuie înțeles, ca să spunem așa, ca un fel de emanație a obiectului său (Peirce, 1990:272).

Legătura semn-obiect este în cele din urmă naturală (*emanație*), nu strict arbitrară. Astfel, legătura semn-obiect presupune o relație naturală la origini (o emanație), fără să reclame arbitraritatea menționată de Saussure. Revenind la

definiția semnului făcut de Peirce, aceasta poate fi refăcută în direcția dinamic intenționat (ceea ce presupune echivalența cu analiza saussuriană a lingvisticii diacronice).

Un semn este ceva care face ca altceva (*interpretantul* sau) să se refere la un obiect la care el însuși se referă (*obiectul* sau) în același fel, interpretantul devenind la rândul său un semn și așa mai departe *ad infinitum* (Peirce, 1990:274-175).

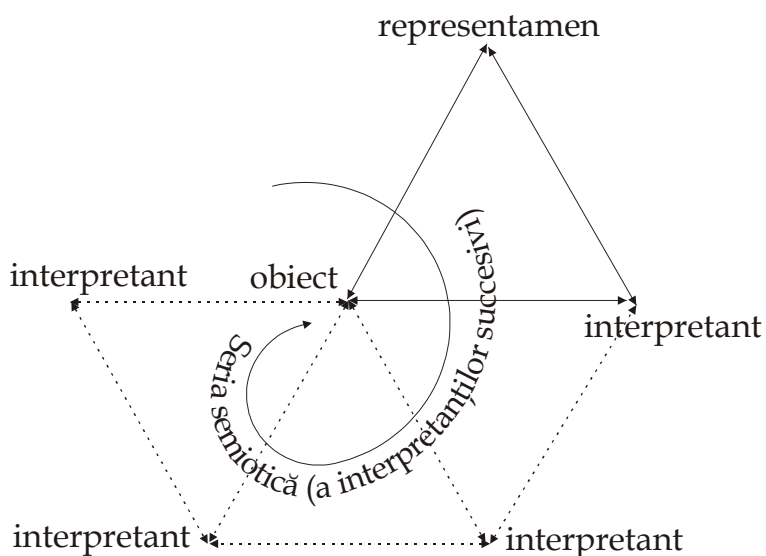


Fig.25 Seria semiotic

Înainte ca filosoful american să facă distincția între *representamen* și semn, el a împărțit studiul semioticii în trei ramuri, în funcție de raporturile instituite între *representamen* și fundament, *obiect*, respectiv *interpretant*, astfel: gramatica pură (sau gramatica speculativă, după Duns Scotus), având ca obiect studiul *representamenului* care poate întruchipa o semnificație, logica propriuzisă, studiind valabilitatea *representamentului* în raport cu orice obiect („tiință formală a condițiilor adevărului reprezentărilor”) și retorica pură, studiul legilor producerii de cuvinte și gânduri din alte cuvinte și gânduri.

O altă trihotomie propusă de Peirce este cea a criteriilor de clasificare, fiecare dintre cele trei criterii presupunând la rândul său câte trei tipuri de semne. Prima trihotomie a semnelor presupune distincția între *qualisemn* (o calitate care este semn), *sinsemn* (un lucru/ eveniment real care este semn), respectiv *legisemn* (o lege care este semn). Cea de-a treia operează în funcție de modul de reprezentare a semnului de către interpretant, filosoful american distingând între *rem* (semnul posibilității calitative, despre care nu se poate spune dacă este adevărat sau nu, ci doar că există), *dicent/ dicisemn* (semnul existenței actuale, care poate fi adevărat sau fals), respectiv *argumentul/ raționamentul* (care leagă mai multe propoziții pe baza valorii lor de adevăr).

Cea mai importantă distincție operată, din punct de vedere comunicational, este cea de-a doua trihonomie, instituită între icon, indice și simbol.

Un icon este un semn care și-ar poseda caracterul semnificativ chiar dacă obiectul său nu ar exista. (...)

Un indice este un semn care și-ar pierde pe dată caracterul ce face din el un semn dacă obiectul său ar fi îndepărtat, dar nu și-ar pierde acest caracter în absența unui interpretant. (...)

Un simbol este un semn care în absența unui interpretant și-ar pierde caracterul ce face din el un semn (Peirce, 1990:276-277).

A adică, iconul este un semn care seamănă cu obiectul său, indicele presupune o legătură existențială directă cu obiectul său, în timp ce simbolul nu are nici o legătură cu obiectul. El este semnul arbitrar din studiile saussuriene, care înlocuiește locul obiectului în baza unei convenții, a unui acord sau a unei reguli. Doar simbolul reclamă prezența interpretantului și a obiectului; indicele solicită prezența interpretantului, iar iconul poate exista independent ca semn. Cu alte cuvinte, dacă reprezentamentul său este suficient și este pentru a deveni semn, înseamnă că acel semn este icon, dacă are nevoie de interpretant înseamnă că este indice, iar dacă are nevoie de închiderea relației triadice cu interpretantul și obiectul său, înseamnă că este un simbol. Arbitrarietatea semnului trimite la o relație primară naturală, luând în considerare seria semiotică, singurul mod de a comunica direct o idee fiind, în opinia filosofului pragmatist, prin intermediul unui icon, iar „orice metodă indirectă de a comunica o idee trebuie să depindă, în stabilitatea sa, de utilizarea unui icon” (Peirce, 1990:287)²¹. În ciuda faptului că majoritatea semnelor utilizate în comunicare sunt simboluri, caracterul acestora este de obicei mixt, ele putând conține elemente iconice și indiciale. Cu toate acestea, seria semiotică evoluează. Simbolurile derivă din simboluri și nasc la rândul lor simboluri, adică semne arbitrare. Relația naturală, *emanația* inițială, este tratată înlocuită.

Simbolurile cresc. Ele iau ființă dezvoltându-se din alte semne, în particular din iconi sau din semne mixte care conțin de iconi și de simboluri. Gândim numai în semne. Aceste semne mentale au o natură mixtă; proprietățile lor care sunt simboluri se cheamă concepte. Dacă un om produce un simbol nou, o face prin gânduri care presupun concepte. Astfel, un simbol nou se poate dezvolta doar din simboluri. *Omne symbolum de symbolo*. (Peirce, 1990:304).

Se poate observa, a adică, în baza celei de-a doua trihonomii, o trecere de la un semn care nu are legătură dinamică cu obiectul reprezentat, dar care este

²¹ Pe de altă parte, iconii și indiciile incriminează relații *degenerate* cu obiectul denotat și cu conceptul mental, astfel: „Un semn stă într-o relație conjunctivă cu lucrul denotat și cu intelectul. Dacă această relație ternară nu este degenerată, semnul se leagă de obiectul său doar ca o consecință a unei asociații mentale și depinde de o obișnuință” (Peirce, 1990:280)

asem n tor acestuia, la un semn legat fizic de obiect, iar apoi la o un semn legat de obiect prin intermediul conceptului mental. Dar aceste semne se combin în limbaj la fel cum se pot combina toate cele trei categorii de câte trei tipuri de semne analizate de filosoful american. Putem avea, în urma combina iei, $3^3=27$ de clase de semne, dar semnele mixte care fac obiectul studiului lui Peirce sunt în număr de zece și sunt organizate într-o ierarhie (de la simplele senza ii la silogisme), într-o structur de semne întâlnite în comunicarea cotidian , organizate în baza a unei singure sau a dou trihotomii.

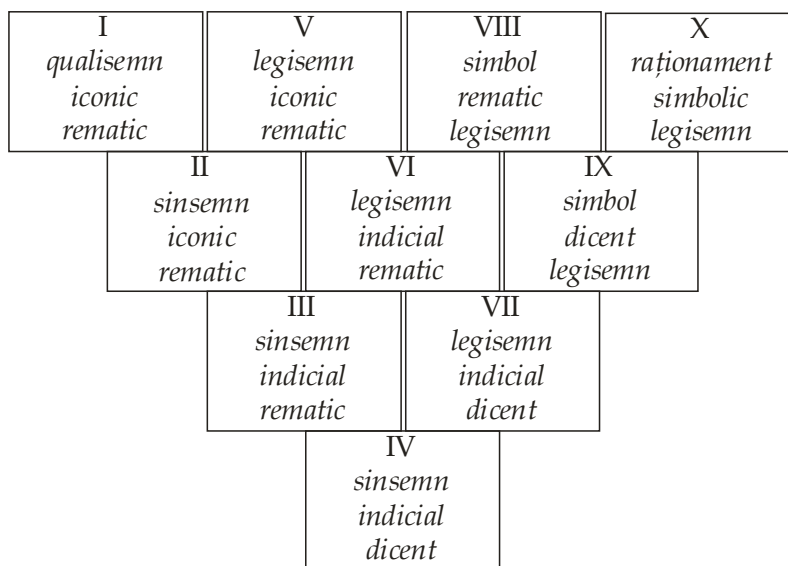


Fig.26 Ierarhia semnelor

Interpretarea este o alt dimensiune important atins de Peirce și ea presupune, în baza seriei semiotice deja amintite, posibilitatea interpretării infinite a semnelor și a derivării infinite a unora din altele, în raport cu noi interpretanți, care iau drept semne echivalente interpretanții precedenți. Interpretarea infinit în actul comunicării nu este necesară deoarece, în ciuda incongruenței dintre interpretanții a doi interpreți diferiți, conștient sau nu, comunicarea nonverbală este omniprezentă.

12.3. Modelul semiotic al lui Ogden și Richards. Între perspectiva lingvisticii structurale și perspectiva semioticii pragmatice asupra raportului dintre elementele în alese se situează perspectiva colii referențiale, reprezentată de britanicii Charles K. Ogden și Ivor A. Richards (1923). Lucrarea de referință, *The meaning of meaning*, constituie mediul în care termenul semnificație este privit ca sumă de accepții diferite, printre care: proprietatea intrinsecă a ceva (în alesele direct al referentului), conotația unui cuvânt (în alesele asociat al unui cuvânt), în alesele intenționate de cel care utilizează simbolul, în alesele asociat de persoana care comunică simbolului,

în eșul pe care ar trebui să-l ating utilizatorul simbolului, în eșul asociat simbolului în interpretarea acestuia, respectiv în eșul asociat utilizatorului simbolului de către interpretul acestuia (van Cuilenburg *et al.*, 2000:174). Abordarea celor doi cercetători britanici este în linia colii referențiale, a cărei precursor a fost John Locke, care consideră că semnificația cuvintelor este convențională; prin aceasta, Ogden și Richards se apropie de abordarea lui Ferdinand de Saussure, privitor la arbitraritatea semnului, considerând cuvintele semne arbitrarie (*voluntary signs*), dar a căror funcționalitate crește odată cu numărul utilizatorilor, în funcție de gradul de „acceptare comun”.

Prin teoria „în eșului în eșului” (*the meaning of meaning*) se subliniază, a adă, faptul că în eșul nu rezidă în cuvinte ci în oameni. Plecând de la intenția studierii în eșului cuvintelor, Ogden și Richards au ajuns la concluzia că principalul scop al comunicării și problemele comunicării privesc neînțelegerea și nu „sensurile corecte” ceea ce reclamă o pierdere de informație în timpul procesului comunicational, datorat factorilor de zgomot de natură semantică. Prin aceasta, supoziția „în eșului propriu” al fiecărui cuvânt este falsă, deoarece cuvintele nu au un în eș exact, „corect”, ci semnifică lucruri diferite în contexte diferite pentru persoane diferite.

Ogden și Richards studiază cuvintele ca simboluri (în în eșul dat de Peirce), deoarece ele „dau în eș”, iar neînțelegerea ia naștere din variabilitatea în eșului. Pentru a stabili această „variație” de sens, cercetătorii britanici au propus o variantă de înlocuire a triunghiului semiotic al lui Peirce, un alt triunghi ale cărui vârfuri sunt simbolul (cuvântul), gândul și referentul extern. Practic, principala problemă a semanticii este aceea a relației dintre în eșul cuvântului și realitate, distincție operată pentru prima dată de logicianul Gottlob Frege. În studiul lui Ogden și Richards, *The meaning of meaning*, distincția a fost prezentată prin prisma unei relații triadice / a triunghiului anterior amintit (Ogden & Richards, 1923/1989:11), în care „gândul referinței” presupune simbolul și face trimitere la un referent.

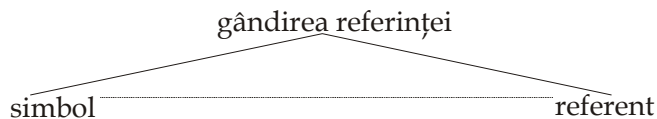


Fig.27 Triunghiul semantic al lui Ogden și Richards

Practic, modelul Ogden-Richards subliniază faptul că între cuvânt și referent nu există o relație directă, ci una atribuită, spre deosebire de relațiile cauzale instituite între referință și simbol (cuvânt), respectiv între referință și referent. Această relație este rezultatul unei asociații, a unei convenții, iar prin acest model perspectiva referențială a cercetătorilor britanici se apropie de perspectiva saussuriană.

Postulând lipsa de legătură dintre cuvânt (simbol) și obiectul la care se referă (referent), o idee revoluționară la timpul său, Ogden & Richards încearcă să explice în elegerea greșită și abuzul de limbaj (Nirenburg & Raskin, 2004:89).

Pentru a înlătura aceste efecte, cercetătorii britanici propun câteva mijlocuri de înlăturare a ambiguității semantice. Ambiguitatea semantică, în viziunea lui Ogden și Richards, poate fi rezolvată prin stabilirea unor definiții, adică prin utilizarea altor cuvinte în locul cuvântului în discuție, capabile să explice ceea ce se află în mintea co-participantului la comunicare, prin apel la metaforă, care poate clarifica în linii mari intenția semantică, prin proiectarea corectivă (*feedforward*) care intervine „când vorbitorul se gândește cum va reacționa audiența sa la ceea ce urmează să spună și își adaptează, prin urmare, cuvintele” (Erickstadt, 1998) și care obligă actorii comunicării la acordarea discuției la experiența comună. Marele neajuns al colii referențiale și, implicit, al modelului Ogden și Richards constă în faptul că semnificația este tot ceea ce cuvântul desemnează în realitate, adică faptul că acesta devine egalul extensiunii sale. Există, pe de o parte, cuvinte care se referă la lucruri care nu au un referent în realitate, iar atunci trimiterea la aceasta nu se poate realiza, iar pe de altă parte există cuvinte a căror referent (extensiune) este identic, fiindcă semnificația să fie aceeași. „Semnificația este, de aceea, mai mult decât extensiunea sau decât obiectul real la care se referă cuvântul” (van Cuilenburg *et al.*, 2000:176). Problema insuficienței abordării referențiale/analitice a semnificării a fost rezolvată, ulterior, prin intermediul abordării psihologice. În afara acestor critici, modelul Ogden-Richards a cunoscut și extensii, dintre care cea mai cunoscută este cea a lui Joseph H. Greenberg care, utilizând mecanismele logicii în manieră peirceană pentru a analiza înțelesul cuvântului, a aplicat triunghiul semantic la studiul frazei (Nirenburg & Raskin, 2004:93). Ca atare, triunghiul Ogden-Richards a devenit:

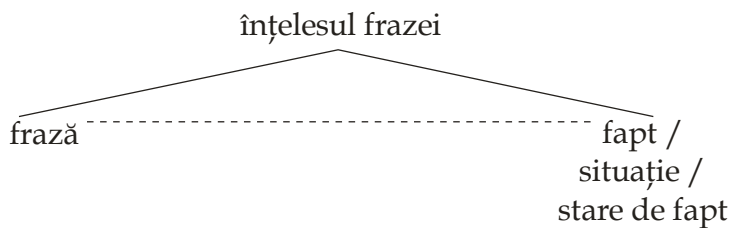


Fig.28 Triunghiul Ogden-Richards extins la nivelul frazei

Redefinind vârfurile triunghiului în „intensiune”, „propoziție” și „extensiune”, termenii utilizați de Carnap, triunghiul a devenit:

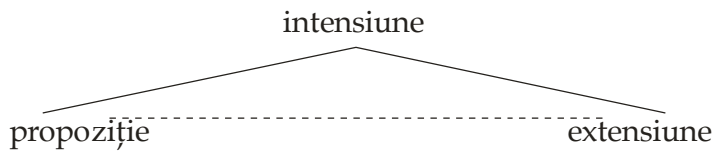


Fig.29 Triunghiul semantic la nivelul frazei, utilizând termenii logicii

În acest model, „propoziția” este rezultatul translatației frazei în metalimbajul logicii, „extensiunea” (sau denotația) reprezintă valoarea de adevăr a propoziției (adevărat/fals), în timp ce „intensiunea” propoziției este definită ca funcție a unui set de indicatori propoziționali, cum ar fi: vorbitorul, ascultătorul, timpul și locul comunicării, precum și „cuvântul posibil” (în care fiecare „simbol/cuvânt” din modelul Ogden-Richards este utilizat în extensiunea propoziției).

13. Alte modele semiotice

13.1. Un model al limbii bazat pe schimbul de mesaje. Psihologul german Karl Bühler a propus, în 1934, un model „organic” al limbii, construit pe fundamente semiotice. Plecând de la actul de vorbire, de la schimbul de mesaje (*Zeicherverkehr*), el a definit atributele limbajului drept acțiune combinată a trei funcții: expresivă, reprezentativă și de apel. În actul lingvistic sunt reprezentate toate aceste funcții, dar numai una este predominantă. Totodată, considerând că doar o anumită parte din situațiile totale de comunicare participă la procesul de semnificare, și anume obiectele și stările reale ale lucrurilor (*Gegenstände und Sachverhalte*), Bühler construiește schimbul de mesaje ca interferență a acestui câmp cu sursa și destinația mesajului. Obiectele și stările reale ale lucrurilor contribuie la corelarea semnului cu contextul său de producere în baza funcției reprezentative (*Darstellung*), emiștorul sau sursa mesajelor (*Sender*) este corelat cu semnul prin intermediul funcției expresive (*Kundgabe* sau *Ausdruck*), iar receptorul sau destinația mesajului (*Empfänger*) este corelat cu semnul prin intermediul funcției de apel (*Appell*) (Sebeok, 1981/2002:68).

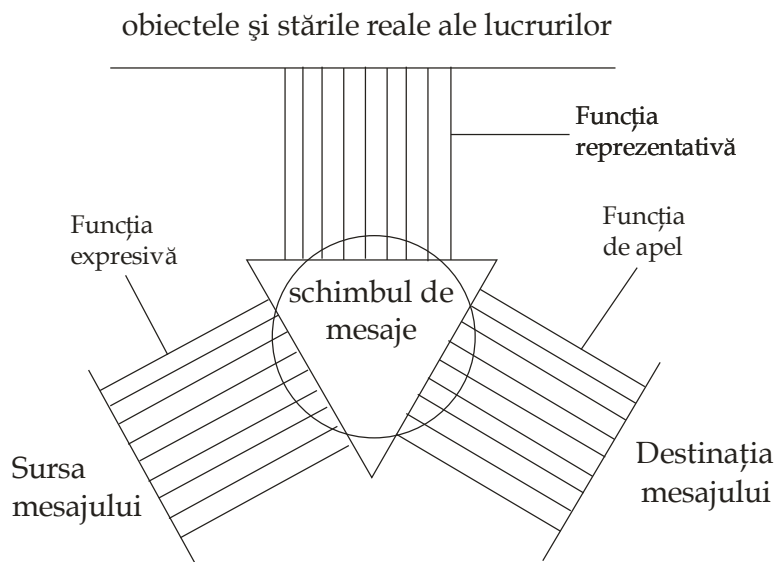


Fig.30 Modelul „organic” al limbii bazat pe schimbul de mesaje (apud Sebeok, 1994/2002:179)

Bühler este primul care operează cu diferența semantică dintre „în eles” și „intenția de a avea un în eles” (sau semnificare), iar în acest sens psihologul german introduce o perspectivă combinată asupra a două clasificări privitoare la mesaj din prisma: a) relației cu subiectul, unde distinge: I. fenomene raportate

la subiect și II. fenomene neraportate la subiect, respectiv b) a planului de abstractizare, de unde rezultă: I. fenomene concrete și II. fenomene abstracte. Din combinația lor rezultă patru concepte: acțiunea verbală (*Sprechhandlung*) sau acțiunea de a vorbi, actul verbal (*Sprechakt*) prin care se atribuie semnificație unui mijloc lingvistic, produsul lingvistic (*Sprachwerk*) ca rezultat al acțiunii verbale și forma lingvistică (*Sprachgebilde*), același produs considerat în mod abstract *species* sau „clasă de clase”.

Combinarea celor două puncte de vedere asupra limbajului este, în realitate, o combinație dintre dihotomia saussuriană: *parole/langue* și cea a lui Wilhelm von Humboldt (1836/2016): *energéia (Tätigkeit)/érgon (Werk)*.

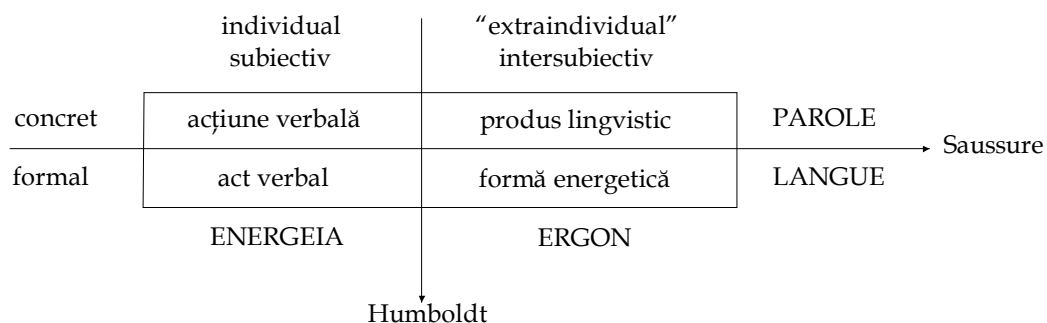


Fig.31 Matricea Bühler a limbajului

La Humboldt putem distinge între activitate și produs, pe planurile individual/ interindividual, iar a fi *energéia* – vorbire implică activitatea de vorbire, pe când a fi *érgon* – limbă implică a fi produs lingvistic (Coeriu, 2004:49-51). Bühler a avut contribuții importante în ceea ce privește studiul limbajului nonverbal. Privitor la studiile lui Johann Jakob Engel în domeniul teatrului, bazate pe „totalitatea gesturilor la animale și om”, câmpul de cercetare al lui Charles Darwin, psihologul german proiectează o „axiomatică semiotică mai adâncă” (*vertieften sematologischen Axiomatik*).

Din punct de vedere semantic, cu simptomele gestului lucrurile se petrec la fel ca în cazul cuvintelor limbajului articulat sau ca în cazul valorilor de reprezentare ale petelor de culoare pe o *pictură* (*apud* Sebeok, 1981/2002:72)

Dincolo de determinarea funcțiilor limbajului, de constituirea modelului schimbului de mesaje pe fundament semiotic și de intenția de a studia gesturile în baza unei structuri similare celei din lingvistică, prefigurând studiile lui Birdwhistell, Bühler s-a aplecat și asupra dimensiunii psihologice în domeniul lingvistic. Astfel, cercetătorul german a considerat limba un epifenomen al fenomenelor expresiei, care implică structuri motivaționale, cognitive și de activare, constituind, cu toată această intervenție subiectivă, un sistem de operare obiectiv (*sachgerechtes System*).

13.2. Modelul Jakobson. Constituit în continuarea colii formaliste rusești, Cercul Lingvistic de la Praga a adunat figuri proeminente, dintre care se disting cel al Jan Mukašovský și al lui Nikolai Trubetzkoy și al lui Roman Jakobson. Plecând de la necesitatea studierii limbajului în varietatea funcțiilor sale, aplecându-se a adăra asupra mesajului, Jakobson, spre deosebire de colegii săi din cercul praghez, intră în contact cu modelul matematic al comunicării. În urma acestui contact, dintre structuralismul și funcționalismul praghez în lingvistică și „diagrama schematică” a transmiterii de informație, ia naștere un model de comunicare hibrid, care îi poartă numele. Jakobson (1963:213-214) a scos în evidență factorii intrinseci sau contextuali ai comunicării astfel:

Expeditorul trimite un mesaj destinatarului. Pentru a fi funcțional, mesajul are nevoie în primul rând de un context la care să trimită (ceea ce mai numim, într-o terminologie un pic ambiguă, „referent”), context recognoscibil de către destinatar și care este fie verbal, fie susceptibil de a fi verbalizat; în continuare, mesajul are nevoie de un cod comun, în întregime sau măcar în parte, expeditorului și destinatarului [...]; în sfârșit, mesajul are nevoie de un contact, un canal fizic și o conexiune psihologică între expeditor și destinatar, contact care să le permit să stabilească și să mențină comunicarea. (*apud Dobrescu et al., 2007:329*)

A adăra, cu aplicare la comunicarea verbală, factorii puși în evidență de Jakobson se prezintă sub următoarea formă grafică:

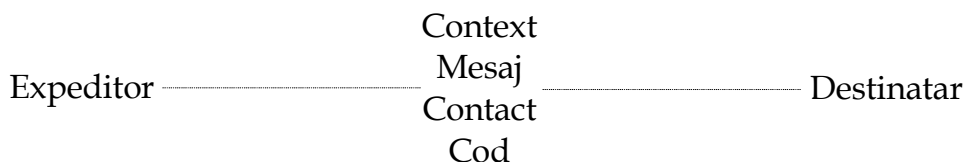


Fig.32 Elementele comunicării în modelul jacobsonian

În baza acestei scheme, lingvistul rus a adăugat fiecărui factor câte o funcție aferentă, într-o reprezentare schematică similară celei în care a prezentat elementele comunicării:

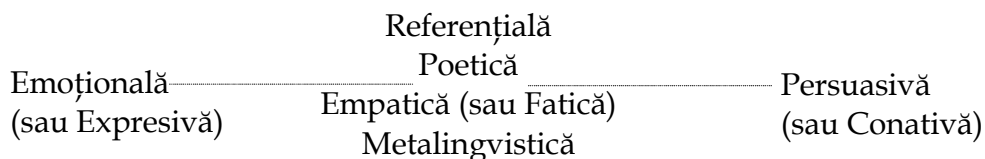


Fig.33 Funcțiile comunicării în modelul lui Jakobson

Funcția *emoțională* (sau *expresivă*) este centrată pe emițător și reliefează raporturile sale cu mesajul. Prin intermediul acesteia pot fi puse în evidență anumite stări ale individului, respectiv poate fi încercat mesajul cu atitudinea

expeditorului vizavi de obiectul de referință. Funcția *referențială* (sau *denotativă*) este principala funcție a limbajului și se concentrează pe contextul comunicării, pe orientarea mesajului într-o comunicare de tip obiectiv. Funcția *poetică* (sau *estetică*), cea care l-a preocupat în mod special pe Jakobson, pune în evidență raporturile mesajului cu el însuși. Lingvistul rus s-a aplecat în mod aparte asupra mesajului, fără a abandona, aici, preocupările din perioada în care a activat în cercul praghez, privitoare la funcția îndeplinită de limbajul poetic, singura care poate, de altfel, să îl definească și care poate să îl diferențieze de limba literară (Muka ovský, 1972:201). Jakobson găsește că limbajul poetic se insinuează și în vorbirea cotidiană, fiind utilizat frecvent în calificativele cotidiene și în expresii. Mai mult, studiind opera iile producerii unui enunț, selecția, adică alegerea dintr-o serie de termeni pentru a numi tema enunțului, respectiv combinația, sau construcția secvenței, lingvistul localizează funcția poetică, considerând că aceasta „proiectează principiul de echivalență a axei selecției pe axa combinației” (*apud* Dobrescu *et al.*, 2007:321). Funcția *empatică* (sau *fatică*) se concentrează asupra contactului, presupunând menținerea canalelor de comunicare deschise și manifestându-se prin forme ritualizate (norme de politețe, discursuri, conversații familiale, ceremonii, ocazii solemne, rituri etc.). Funcția *metalingvistică* este strâns legată de cod și presupune discursul despre propriul limbaj. Această funcție se întâlnește atât în discursul teoretic, științific (în lingvistic, logic, literatură etc.), cât și în viața cotidiană, atunci când codul este verificat de actorii comunicării. Funcția *persuasivă* (sau *conativă*) este centrată pe receptor și definește, totodată, relațiile dintre acesta și emițtor. Ea descrie efectul mesajului asupra receptorului, precum și modalitatea de declanșarea unei reacții afective din partea acestuia.

13.3. Modelul glosematic al lui Hjelmslev. Louis Hjelmslev, lingvist danez, întemeietor al Cercului Lingvistic de la Copenhaga, este cunoscut pentru rigoarea pe care o aduce în câmpul științelor umaniste. Structuralist ca orientare, Hjelmslev (1961/1967) consideră că la baza proceselor lingvistice se află un număr limitat de elemente, a căror prezență, în combinații diferite, dă naștere proceselor noi. Astfel, atât la nivel lingvistic cât și la nivel expresiv sunt puse la bază același tip de unități, *glosemele*, care în primul caz poartă numele de *ceneme* (echivalente fonemelor), iar în cel de-al doilea *plereme* (echivalente semelor). Această structurare riguroasă reprezintă o adâncire a distincției saussuriene de operare *formă / substanță* la nivelul distincției dintre entitățile atomare care stau la baza proceselor în planul expresiei și în planul coninutului. Putem discuta, astfel, despre două tipuri de forme și două tipuri de substanțe la nivelul expresiei și la nivelul coninutului. Limba structurează substanța în formă și coninut, iar nivelurile de organizare privitoare la semn sunt, în acest caz: substanță coninutului, formă coninutului, substanță expresiei și formă expresiei.

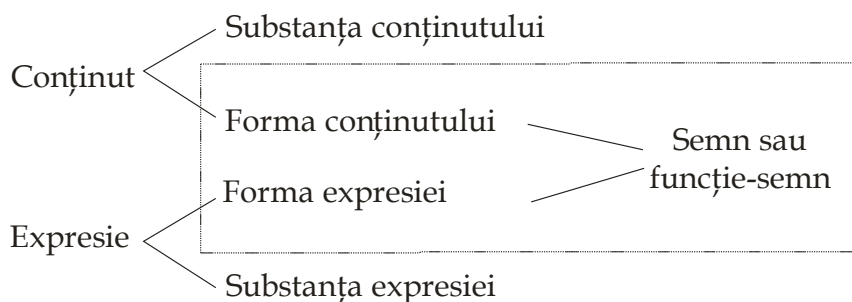


Fig.34 Elementele componente ale semnului conform modelului glosematic

Semnul (sau *funcția-semn*) reprezintă entitatea alcătuită din forma conținutului, echivalent semnificatului, și forma expresiei, echivalent semnificantului. Substanța conținutului este realitatea nestructurată prin limbaj, iar substanța expresiei este masa sonor amorf (*apud Dobrescu et al., 2007:321*). Structurarea riguroasă intenționată de lingvistul danez nu se oprește aici. El distinge, privitor la limbă, între substanța pură a acesteia, neafectată de utilizarea în cadrul mediului social și de manifestarea socială, pe care o numește *schemă*, forma materială definită într-o realizare socială, denumită *normă* și ansamblul de obiceiuri în utilizarea ei, denumit *uzaj*. Vorbirea (*parole*) la Saussure are drept echivalent *actul* la Hjelmslev. În baza raportului saussurian limbă-vorbire, lingvistul danez distinge alte posibilități de interacțiune. Pe de o parte, acesta consideră actul și uzajul ca fiind interdependente, determinate de normă. La rândul ei, schema este determinată de act, uzaj și normă, constituindu-se într-o structură constantă față de celelalte trei elemente, care sunt variabile.

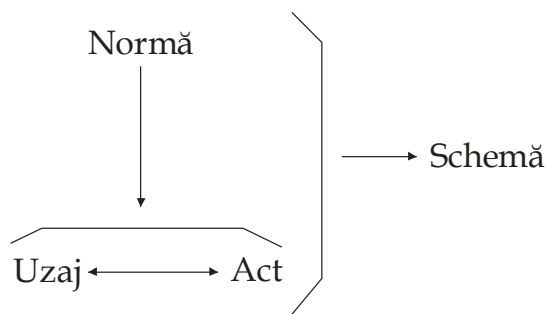


Fig.35 Raporturile limbă-vorbire în cadrul modelului glosematic (*apud Macoviciuc, 2000:211*)

Prin aceasta, raporturile limbă-vorbire din teoria saussuriană se modifică, reducerea limbii la schemă, în conformitate cu teoria saussuriană, devenind utilă doar pentru identificarea limbii unui vorbitor. Prin intermediul Cercului lingvistic de la Copenhaga, lingvistica a căștigat în rigoare, apropiindu-se de structurile rigide de organizare prefigurate de reprezentanții filosofiei analitice. Această organizare a materiei semiotice a fost exploatată

ulterior, în linia structuralismului, iar Hjelmslev și modelul său glosematic au devenit repere în lingvistica structurală.

13.4. Interdeteminarea limbă-cultură. Émile Benveniste, lingvist francez de filiație structuralistă, conștientizând apropierea lingvisticii de logică, a încercat o schimbare de direcție în linie saussuriană. În plan lingvistic el s-a orientat spre situațiile concrete de utilizare a limbii, spre o lingvistică a discursului. De la bun început, lingvistul francez se situează pe o poziție diferită de cea a lui Hjelmslev, pe care îl consideră ca „derapat” spre domeniul logicii:

Teoria pe care L. Hjelmslev, în Danemarca, vrea să o promoveze sub numele de „glosematică” este o construcție a unui „model” logic al limbii, mai degrabă, un corp de definiții decât un instrument de explorare a universului lingvistic. Ideea centrală este aici, în mare, aceea de „semn” saussurian, sau expresia și conținutul (asociații „semnificativului” și „semnificatului” saussurieni) sunt expuse ca două planuri corelative, în care fiecare are o „formă” și o „substanță”. Parcursul este urmat aici dinspre lingvistică spre limbă (Benveniste, 1966:13).

Benveniste consideră că lingvistica are un dublu obiect de studiu, fiind totodată și tiința limbajului, și tiința limbilor. El se alătură distincției saussuriene limbă-limbaj, îndepărându-se de rigiditatea la care apelează Hjelmslev. Limba, sistem alcătuit din structuri, reprezintă o entitate aparținând deopotrivă comunității și individului. Ea structurează /configurează forma gândirii, prin aceasta individul și societatea determinându-se reciproc; dar interdeteminarea se realizează prin intermediul limbajului, care exprimă realitatea pentru emitor/locutor și o recrează pentru receptor/auditor. Limbajul devine astfel forma cea mai înaltă a unei facultăți umane inerente condiției sale, cea de simbolizare, de reprezentare a realității prin semne și de interpretare a semnelor ca reprezentând realitatea. Limbajul, deși în percepția saussuriană conține limba și vorbirea, la Benveniste este văzut ca dezvoltându-se în cadrul unei limbi. Limba este produsul unei culturi, iar cultura este condiționată de limbaj: limbajul încheag cultura.

Cultura se definește ca un ansamblu foarte complex de reprezentări, organizat după un cod de relații și de valori: tradiții, religie, legi, politică, etică, arte, tot ceea ce omului, în locul în care se naște, îi vor fi impregnate în conștiința cea mai profundă și care îi vor conduce comportamentul în toate formele activității sale; ce este deci dacă nu un univers de simboluri integrate într-o structură specifică și pe care limbajul le manifestă și le transmite? (Benveniste, 1966:33)

Rezultatul, a adică, un sistem de interrelații care conduc la o perspectivă asupra obiectului lingvisticii generale: limbă-limbaj-cultură.

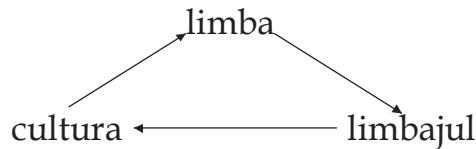


Fig.36 Interdeterminarea cultur -limb -limbaj

Limbajul, expresia a ceea ce vrem să zicem, primește forma limbii, în cadrul limbii; mai mult, el nu o poate transcende. Conținutul gândirii trece prin limbă și împrumută formele / tiparele acestuia, care sunt, de fapt, forme/tipare ale culturii. El umple cu „semnificat” golurile conceptuale ale limbii (substanța conținutului, la Hjelmslev). Dintr-o altă perspectivă, ceea ce umple golurile conceptuale ale limbii devine conținutul gândirii, iar conținutul ei se asociază cu o formă (forma conținutului, la Hjelmslev, sau semnificatul, la Saussure). „Forma lingvistică”, notează Benveniste, este, deci, nu numai condiția transmisibilității, ci, mai degrabă, condiția realizării gândirii” (Benveniste, 1966:64). Dar această imagine a golurilor limbii umplute de conținut nu înșelător nu se poate constitui decât la nivel metaforic; în fond, nu se poate realiza o determinare precisă în ceea ce privește conținutul substanței și forma ei²². Această distincție se poate realiza la nivel operațional, teoretic:

Între o gândire care nu se poate materializa decât în limbă și o limbă care nu are alte funcțiuni decât să „semnifice”, am dori să stabilim o relație specifică, fiindcă este evident că termenii de față nu sunt simetrici. Vorbind despre ceea ce conține și conținut simplificat. Nu trebuie să se abuzeze de imagine. Strict vorbind, gândirea nu este ceva material care ia forma și-i împrumută forma de vreme ce la un moment oarecare „ceea ce conține” nu poate fi imaginat în afară de „conținutul” său, nici „conținutul” independent de „ceea ce îl conține” (Benveniste, 1966:64).

Totodată, Benveniste se îndepărtează de la perspectiva sistemică, luând în calcul și relațiile dintre sistemele de semne (perspectivă asupra funcționalității), concept care înlocuiește noțiunea pozitivistă de *fapt lingvistic*. Studiind relațiile dintre sistemele semiotice, lingvistul francez găsește că între acestea nu pot exista relații de congruență, ele neputând fi convertite unele în altele. Exemplul pe care îl dă Benveniste este acela al non-convertibilității dintre limbă, sistem fondat pe unități semnificative, și muzică, sistem fondat pe unități nesemnificative, deoarece sunetul nu este un semn și nu poate fi semnificat decât într-o structură scalară (Benveniste, 1974:58). Benveniste depășește concepția conform căreia unitatea de bază în constituirea semnificației trebuie să fie unitate semnificativă, iar exemplul cel mai potrivit este cel anterior, al sunetului. În cazul de față, precum și în cazul altor sisteme ale căror unități sunt nonsemnificative, acestea trebuie să apeleze la medierea

²² Plecând de la această proiecție benvenistiană, începând cu 2012, am propus și dezvoltat un model al limbii ca structură de goluri-concept (*teoria golurilor-concept*), v. Lesenciuc (2012).

semnificant a limbii. Limba devine, în aceste condiții, interpretant al acestor sisteme semiotice. Luând în considerare aserțiunea sociologică conform căreia societatea înglobează limba, vom constata că aceasta contravine perspectivei asupra limbii ca interpretant al tuturor semnelor semiotice. Limba și societatea nu sunt isomorfe, structura lor nu coincide, variațiile lor sunt independente (Benveniste, 1974:94). Perspectiva relației de interpretant prin intermediul limbii schimbă cu 180° perspectiva asupra raportului limbă-societate: „Justificarea primei propoziții, limba ca interpretant al societății, este dată de a doua: limba conține societatea” (Benveniste, 1974:95). Altfel spus, limba interpretează societatea, societatea este interpretată prin excelență de limbă și modelată de aceasta.

Cantonarea lingvisticii ca sistem semiotic în semn a fost depășită de Benveniste, care explorează un câmp teoretic distinct, al punerii în act. Putem discuta, astfel, despre o semiotică a discursului, care operează la nivelul frazei, în cadrul actelor concrete de vorbire, permițând deschiderea spre alte contexte. Prin aceasta, Benveniste se apropie de perspectiva pragmatică, modificând în cadrul relației de interdeterminare un termen: limbajul. Limbajul este individual și reprezintă „locul geometric” de interacțiune a individului cu societatea, a gândirii cu cultura. Relația de interdeterminare poate fi reprezentată astfel:

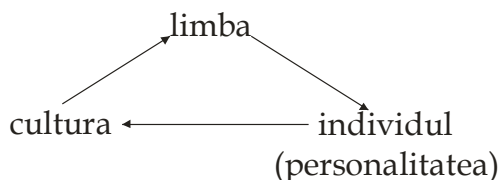


Fig.37 Interdeterminarea cultură -limbă -individ

Intenția lui Benveniste de a crea o posibilă teorie integratoare a culturii, plecând de la fundamente lingvistice, se situează în planul depășirii perspectivei pur deterministe asupra rolului limbii și al comunicării în cadrul societății.

13.5. Un model al semnificării. Personalitate complexă a vieții culturale franceze, semiotician și critic literar, Roland Barthes duce mai departe proiectul structuralist al lui Saussure. Spre deosebire de acesta, Barthes fixează o altă ierarhie disciplinară, subordonând semiotica lingvisticii. Într-un studiu dedicat acestui domeniu, *Elemente de semiologie*, Barthes pleacă de la arbitraritatea semnului stabilit de Saussure și introduce doi termeni noi, *motivare* și *constrângere*. Motivarea semnului este asociat caracterului iconic al acestuia. Constrângerea, definită drept grad de influență al semnificatului asupra semnificantului, presupune un nivel ridicat de motivare. Arbitraritatea semnului trimite la convenție; convenția presupune un nivel scăzut de motivare, respectiv o influență mică a semnificatului asupra semnificantului. Barthes (1967) ajunge la concluzia că în semiotică (semiologie) există o tendință de compensare a arbitrarității, respectiv a motivației.

Dar contribuția cea mai importantă a lui Barthes, în linia lingvisticii structuraliste saussuriene, constă în determinarea mai multor niveluri de semnificare. Plecând de la teoria semnificării elaborată de lingvistul elvețian, Barthes o dezvoltă într-un plan secund, pe un al doilea nivel de transfer al înțelesului. Acest nivel secund de semnificare la care ajunge Barthes este rodul muncii de extindere a nivelului înțelesului pe care îl poate avea semnul raportat la contactul cu utilizatorul acestuia. În interacțiunea dintre text și utilizator, semioticianul francez descoperă un înțeles negociat de utilizator cu textul. Primul nivel al semnificării, cel asupra căruia insistă Saussure studiind relația semnat – realitate externă și analizând semnatul în cadrul binomului dinamic semnat/semnificant, a fost denumit de Barthes nivel denotativ. *Denotația*, în termenii lui Barthes, desemnează sensul evident al semnului, înțelesul acestuia la nivelul simțului comun, sensul literar sau, în termenii lui Ch. Morris, înțelesul asociat din perspectivă semantică, al raporturilor semnelor cu ele însele. În interacțiunea cu utilizatorul său, semnul poate avea și alte înțelesuri. Barthes denumește această semnificație, de ordin secund, *conotație*. Conotația depinde de sentimentele și emoțiile utilizatorului semnului, pe de o parte, respectiv de schemele interpretative și de valorile culturii acestuia, pe de altă parte. În acest caz, al conotației, înțelesul se mută pe domeniul subiectului, respectiv al intersubiectivului. Nivelul denotativ trimite la o convenție stabilită, în timp ce nivelul conotativ presupune subiectivitate și iconicitate. Comparativ cu semnificarea de pe primul nivel, procesul semiotic este identic, cu menținerea semnificantului de pe primul nivel, al denotației, devine semn pentru semnificarea pe nivel secund.

Nivelul secund de semnificare la Barthes nu presupune doar semnificarea conotativă și semnatul, devenind semn în sine, conduce la apariția unui înțeles de grad doi al semnului de bază. Acest nou mod de operare a semnelor este denumit de Barthes *mit*. Mitul, în înțelesul barthesian, nu reprezintă același lucru ca în înțelesul pe care îl dă antropologul Lévi-Strauss (1978). Dacă la Lévi-Strauss mitul reprezintă o narațiune din perioada de fondare a unei societăți, cu funcționalitate deschisă și cu înțelesuri ascunse, prin intermediul creia individul face față anxietăților și provocărilor specifice celui pu în culturii de proveniență, la Barthes mitul se întemeiază în cadrul societății capitaliste, ca o înlăturare de concepte asociate, despre ale căror înțelesuri utilizatorii sunt conștienți. Utilizatorii nu sunt conștienți și despre valoarea acestei înlăturări ca mit. Mitul barthesian contemporan presupune înțelesuri naturale și funcționare ascunsă (Fiske, 2003:169-170). Acesta operează în intenția naturalizării istoriei, scoțând în evidență înțelesurile, care sunt specifice unei clase sociale sau unei categorii dominante, dar ascunzându-și dimensiunea politică sau socială. Într-o societate există, a adă, mituri dominante și contra-mituri, adică înțelesuri, lanțuri de concepte asociate produse de o structură dominantă sau de o structură dominată. Nivelul secund de semnificare al semnului, pe care operează conotațiile și miturile poate fi reprezentat grafic astfel:

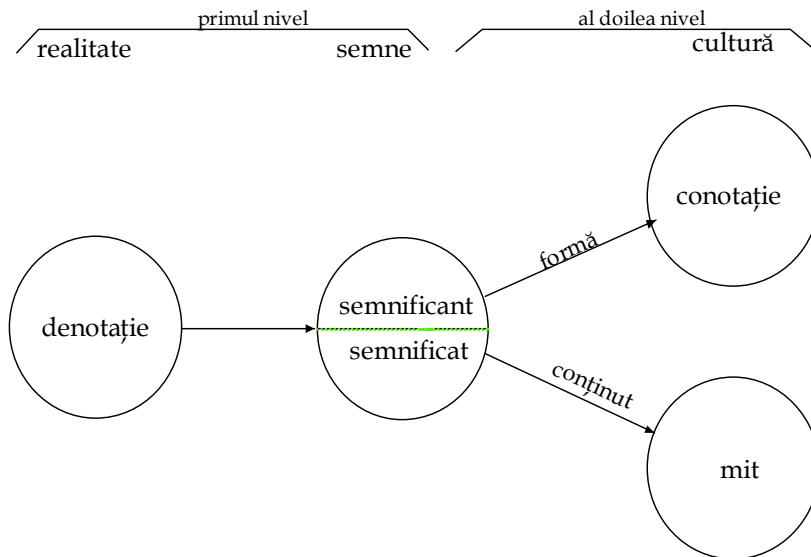


Fig.38 Nivelurile de semnificare (apud Fiske, 2003:117)

Ulterior, Barthes a studiat posibilitatea existenței unui al treilea nivel de semnificare, nivelul simbolic (Fiske, 2003:121). *Simbolul*, în baza acestei structuri, reprezintă un obiect care, prin conveniență și utilizare, poate sta în locul unui mit sau al unei conotații. Simbolul de pe nivelul trei de semnificare diferă de ceea ce a desemnat Peirce prin acest termen, adică semnul care în absența interpretantului și-ar pierde caracterul de semn. Abordarea lui Barthes privitoare la acest nivel terț de semnificare, mai puțin sistematic decât cea referitoare la nivelul secund, ar trebui să fie abandonată. Revenind asupra denotației, semioticianul francez ar trebui să constate că denotația însăși este un mit, iar demistificarea ar presupune trimiterea la denotație:

Denotarea ar fi, deci, un mit tipic: cel al unei stări „adevrate” a limbajului, ca și cum orice frază ar avea în ea un *etimon* (origine adevărată). *Denotație/conotație*: acest dublu concept nu are valoare decât în sfera adevărului. De fiecare dată când am nevoie să verific un mesaj (și-l demistific, cu alte cuvinte), îmi supun, de fapt, unei instanțe exterioare, îl reduc la un fel de oricui dezagățător, care ar fi substratul său adevărat. Opoziția nu are funcționalitate decât în cadrul unei operații critice analoage unei experiențe de analiză chimică: de fiecare dată când cred în adevăr, am nevoie de denotație (Barthes, 2006:87).

Demistificarea, operațiunea prin care mitologii revelează istoria și caracterul mitologic al înțelegerilor de pe nivelul doi de semnificare, conduce în fond la o închidere a buclei semnificării prin situarea pe primul nivel, al denotației. Demistificarea alunecă într-o repetare, iar pentru atingerea adevărului sens în interpretare este nevoie de o „deplasare”; într-o asemenea înclinare, bucla deschisă de o tipică semiotică se închide printr-o tipică

semnificărilor, fiecare în parte împovărând, după tehnica „bulgărelui de zahăr”, determinarea semnificațiilor cu un întreg imaginar (Barthes, 2006:91-92). Pentru deplasarea întregului demers într-o altă arie interpretativă, Barthes apelează la teoria textului, exploatată în special în domeniul criticii literare.

Teoria textului instituie o „moarte” a limbajului; se impune o scriitură „la gradul zero”, o scriitură amodală, jurnalistică. Această scriitură, afirmă Barthes, începe să devină act lucid de comunicare (Barthes, 1953/1972:59). Textul evoluează între o margine „cuminte”, conform, o copie a limbii în starea ei canonică (*schema*, în termenii lui Hjelmslev) și o altă, mobilă, capabilă să aibă indiferență față de contururi, acolo unde se întrevede „moartea” limbajului. Textul este autoreferențial și există independent de existența autorului său²³. El ascunde primei priviri legea compoziției sale și regulile jocului. Problema semnificației, în contextul în care textul încearcă eliberarea de sub tutela autorului, ne trimite la confruntarea din cadrul textului dintre vocea subiectului, care încearcă să comunice un semnificat auctorial stabil (nivelul *fenotextului* sau al comunicării) și discursul liber al limbajului, producerea fără încetare de înțelegeri de către acesta (nivelul *genotextului* sau al semnificației)²⁴. Această perspectivă, această intrare în teoria arhitextului, a ansamblului de categorii generale pe care le relevă fiecare text în parte (Genette, 1979), respectiv a confruntării fenotext-genotext (Kristeva, 1974), nu este în măsură să ofere un răspuns mulțumitor lui Barthes în intenția de rezolvare a problemei semnificației. La Barthes textul înseamnă esență, ceea ce presupune că el se și produce printr-o întreținere perpetuă; subiectul se desface și se pierde pe sine, se dizolvă în această întreținere, asemenea dizolvării participantului la comunicare în procesul de comunicare. Plăcerea textului este „valoarea trecută la rangul somptuos de semnificant” (Barthes, 1973:100). Dar această pretenție a textului, această luptă continuă în interior, precum și dizolvarea din interior conduc la un altfel de repetiție, de degenerare, astfel încât problema interpretării nu poate fi rezolvată în baza schemei de semnificare, dezvoltată pe cele trei niveluri (Barthes, 2006:92).

13.6. Modelul hibrid al lui Sebeok. Thomas Sebeok, lingvist și antropolog american de origine maghiară, a elaborat o lucrare-sinteză a studiilor semiotice, *Semnele: O introducere în semiotică*, reușind să lărgască sfera cunoașterii în acest domeniu plecând de la comunicarea în lumea animală. Printre contribuțiile lui Sebeok se numără trasarea unor coordonate clare de

²³ Reprezentanții mișcării literare franceze de la *Tel Quel*, printre care și Barthes, proclamă chiar *moartea autorului*; ca instituție, autorul este mort, persoana sa biografică a dispărut (similar dispariției emittorului în procesul de comunicare, în care important este să fie în comunicare, nu să o înțeleagă; spre deosebire de istoria literară, teoria textului nu admite autorul, deși lectorul are nevoie de acesta (Barthes, 1973:45)

²⁴ Julia Kristeva (1974:83-84) definește acești termeni astfel: „Prin ceea ce am putut numi genotext se înțeleg procesele semiotice (...), dar și ivirea simbolicului”, respectiv: „Fenotextul este o structură (pe care o putem genera în sensul gramaticii generative), supusă regulilor comunicării, presupunând un subiect al enunțului și un destinatar”.

distinc ie între lingvistic i comunicare, situarea interpretantului peircean în câmpul comun de influen e semn-utilizator i considerarea acestuia drept rezultat al negocierii dintre semn i utilizatorul s u, respectiv identificarea elementelor componente ale semnelor începând cu antichitatea greac i latin i prefigurarea extinderii triunghiului semiotic din perspectiva sintezei lui Eco. Astfel, lingvistul american consider c semnul este alc tuit, invariabil, din dou jum t i interconectate, o jum tate perceptibil (sau sensibil) i o jum tate inteligibil (sau raional), dar al c ror nume a suferit, în timp, numeroase modific ri.

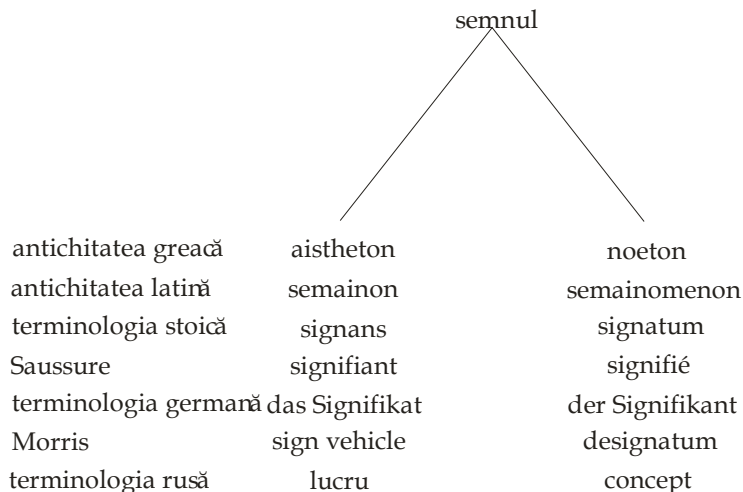


Fig.39 Elementele componente ale semnului (*apud* Sebeok, 1994/2002:60)

Plecând de la elementele componente ale semnului, Sebeok consider c în cazul icon-urilor procesul de semnificare este ireversibil, presupunând o generare a semnificantului din semnificat ori de câte ori semnul este supus interpret rii.

În toate interac iunile dintre cele dou jum t i indispensabile ale semnului, rela ia dintre semnificat i semnificant trebuie s se supun acestui flux universal: semnificatul genereaz semnificantul într-un ve nic proces de bifurcare. Dar semnificantul regenereaz semnificatul ori de câte ori interpret m semnul. În termenii biologiei, asta înseamn c descendentul ca semnificant poate deveni autor ca semnificat, prin trecerea unei genera ii. (Sebeok, 1994/2002:144)

Aceast perspectiv justific ireversibilitatea procesului de semnificare i imposibilitatea relu rii traseului în sens invers, pentru interpretare. Demistificarea studiat de Barthes nu se poate realiza în sensul invers, deoarece interpretarea se supune, la rândul ei, procesului continuu de semnificare. Pe de alt parte, justificarea lui Sebeok r mâne valid în cazul transform rii în timp a

semnelor iconice în semne arbitrare, completând seria semiotic peircean sau opoziția „în eles” – „intenția de a avea un în eles” a lui Bühler (v. fig.40).

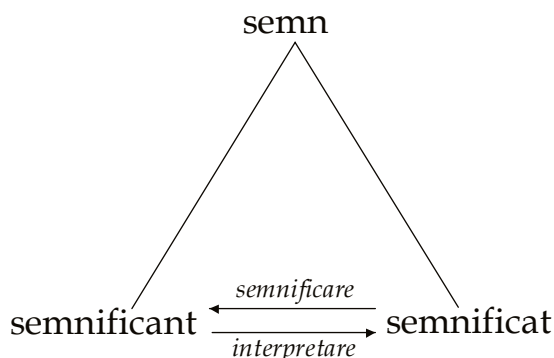


Fig.40 Sensurile semnificării și interpretării

De altfel, Sebeok datorează perspectivei lui Peirce asupra semnului constructul propriei concepții semiotice. Semnul creează în mintea cuiva un semn echivalent, dar este pus în relație cu realitatea în baza semnului echivalent (pe latura interpretativă), creând la rândul lui un semn din semnificatul primei relații, adică din semnul echivalent (pe latura generativă, a semnificării). Sebeok se distinge printr-o acoperire mai largă a câmpului de comunicare, luând în calcul și comunicarea animală. El propune, în acest sens, un termen care să acopere întregul câmp de studiu, *zoosemiotica*, și îi fundamentează studiile pe ideea că semnele nu sunt apanajul exclusiv al speciei umane.

Semiotica înseamnă, pur și simplu, schimb de mesaje. Un mesaj constă dintr-un semn sau o înfrumusețire de semn. „Zoosemiotica” este un termen inventat în 1963 pentru a delimita acel segment al domeniului care se anexează pe mesajele emise și recepționate de animale, incluzând și componente importante ale comunicării umane nonverbale, dar excluzând limbajul uman și sistemele sale secundare de comunicare derivate din limbă, precum limbajul semnelor sau alfabetul Morse. (Sebeok, 1981/2002:80)

Având la bază modelul zoosemiotice și tipologiile Peirce și Morris, Sebeok clasifică semnele în ase tipuri diferite: simptom, semnal, icon, index, simbol și nume; simptomele reprezintă semne de avertizare produse de toate animalele, semnalele sunt semne produse de corpul uman care declanșează o reacție din partea unui receptor, numele sunt semne identificatoare atribuite indivizilor, iar celelalte trei clase definesc semnele din tipologia Peirce. Ramurile teoretice ale semioticii sunt structurate astfel: știința numelor: *lexicografia*, pentru studiul sincron, respectiv *etimologia*, pentru studiul diacronic, știința semnificațiilor (*semantica*), știința designațiilor (*onomasiologia*) și știința conceptelor (*Begriffslehre*). Pentru studiul actului de semnificare, Sebeok propune un triunghi semiotic mai complex (fig.46). Acesta reprezintă o încercare de a descrie

cu ajutorul unui triunghi Morley²⁵ relațiile dintre modelul lui Bühler și schema lui Jakobson, având la bază diagrama lui Shannon.

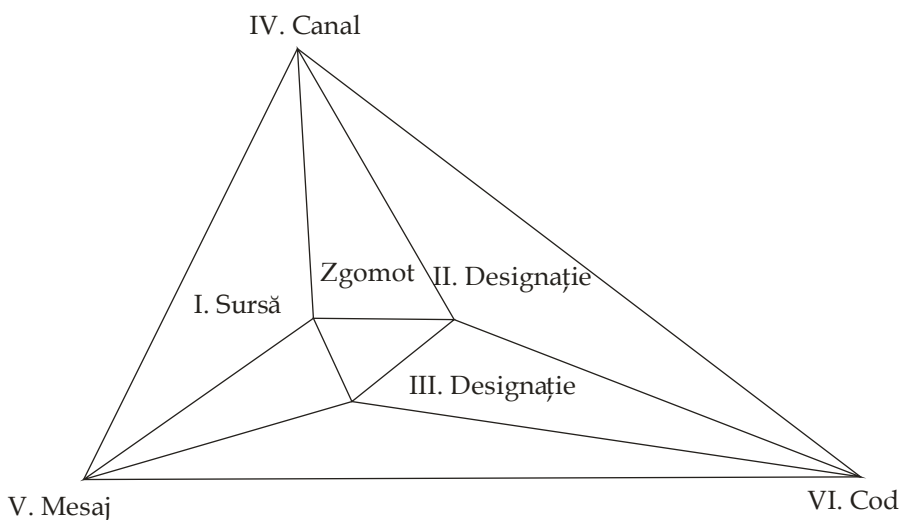


Fig.41 Triunghiul semiotic al lui Sebeok

Practic, modelul mixt al Sebeok scoate în evidență structura complexă a comunicării și oferă o perspectivă sintetică asupra unui domeniu analizat din puncte de vedere disparate.

13.7. Teoria codurilor. Umberto Eco, figură complexă a spațiului cultural italian și european, realizează la rândul său o sinteză semiotică de manieră celei realizate de Sebeok. Dacă lingvistul american de origine maghiară pleacă de la perspectiva pragmatistă a lui Peirce pentru a ajunge la funcțiile limbajului la Bühler și Jakobson, apropiindu-se spațiilor culturale americane și europene, adevărata sinteză o realizează Eco (1976/2008). Acesta propune o teorie a semioticii generale, care include două aspecte: o teorie a codurilor, de stabilire a regulilor pentru sistemul de semnificare și o teorie a producerii și interpretării de semne, prima privind problematica legată de semnificare, cealaltă pe cea legată de comunicare.

Un model de semiotic general trebuie să țină cont de: (a) o teorie a codurilor și (b) o teorie a producerii semnelor – ultima luând în considerare o gamă diversă de fenomene, cum ar fi utilizarea comună a limbilor, evoluția codurilor, comunicarea estetică, tipurile diferite de comportament comunicativ interacțional, utilizarea semnelor pentru amenajarea lucrurilor și stările lumii a.m.d. (Eco, 1979:3).

Această distincție, anticipată de critica literară franceză, care introduce teoria textului, prin intermediul creia se face distincție între fenotext și genotext, este conturată și cristalizată într-o lucrare care fundamentează

²⁵ Un triunghi Morley este construit la intersecția (două câte două) a trisectoarelor unui triunghi.

semiotica drept disciplin de sine st t toare, independent de limbaj. i asta pentru c , la Eco, limbajul nu reprezint un simplu mijloc de comunicare, ci ceea ce întemeiaz orice comunicare (în concepția lui Nicolas Ruwet, 1963, în prefața la lucrarea lui Roman Jakobson, *Essais de linguistique générale*) sau ceea ce întemeiaz cultura, la Roman Jakobson (1963), v. Eco (2002:80). Aceast pozi ionare confer semioticii posibilitatea de a studia procesele culturale ca procese de comunicare, dincolo de care se statornice te sistemul de semnificare. Eco diferen iaz între cele dou domenii, *comunicarea* presupunând procesul mecanic de transfer informa ional (acoperind obiectul de studiu al comunic rii procesuale, în termenii lui Fiske) i *semnificarea*, implicând existen a codului i presupunând o rela ie de înlocuire, care realizeaz leg turi între entit i prezente i absente (acoperind obiectul de studiu al comunic rii semiotice, în termeni lui Fiske). Aceast delimitare, comunicare-semnificare, subliniaz independen a proceselor de semnificare fa de cele de comunicare, i dependen a comunic rii fa de cod, respectiv fa de semnificare: „E posibil, dac nu poate dezirabil în mod particular, s stabilim o semiotic a semnific rii independent de semiotica comunic rii: dar este imposibil fondarea unei semiotici a comunic rii f r o semiotic a semnific rii” (Eco, 1979:9). Ea se extinde i la perspectiva interpret rii, care este presupus în procesul de comunicare, dar care nu este necesar într-un sistem de semnificare. Prin apel la delimitarea operat de Morris, între semantic , sintactic i pragmatic , Eco g se te c „semantic a prive te în principal sistemul de semnificare, în timp ce pragmatic a procesele de comunicare” (Eco, 1990/1996:298). Cu toate acestea, opozi ia semnificare/comunicare nu corespunde opozi iei semantic /pragmatic . Din acest considerent se impune o dubl abordare a pragmaticii, *tiin a raportului dintre semne i interpre ii lor*:

Ar trebui s concepem dou abord ri pragmatice diferite: o pragmatic a semnific rii (cum pot fi reprezentate fenomenele pragmatice într-un sistem semantic) i o pragmatic a comunic rii (cum pot fi analizate fenomenele pragmatice care au loc în cursul unui proces de comunicare) (Eco, 1990/1996:304).

A adar, perspectiva lui Eco privitoare la raportul semnificare/comunicare nu subliniaz o antinomie, ci scoate în eviden fiziologia comunic rii, apropiind abord rile rigide, fie ele procesuale, fie semiotice. Pe de alt parte, semioticianul italian apropie i punctele de vedere diferite, uneori divergente între reprezentan ii semioticii europene i americane. Semiotica lui Eco este o sintez a studiilor semiotice de pân la el. Un exemplu în acest sens este perspectiva asupra semnului. Plecând de la opozi ia semnificare/comunicare, Eco subliniaz faptul c elementul de leg tur al acestora, codul, regula de corelare a elementelor din planul expresiei cu elementele din planul con inutului, reprezint condi ia necesar i suficient a semnului. Semnul,

element al procesului de semnificare reprezintă o relație între conceptul mental, reprezentarea sa fizică și entitatea fizică la care se referă conceptul mental.

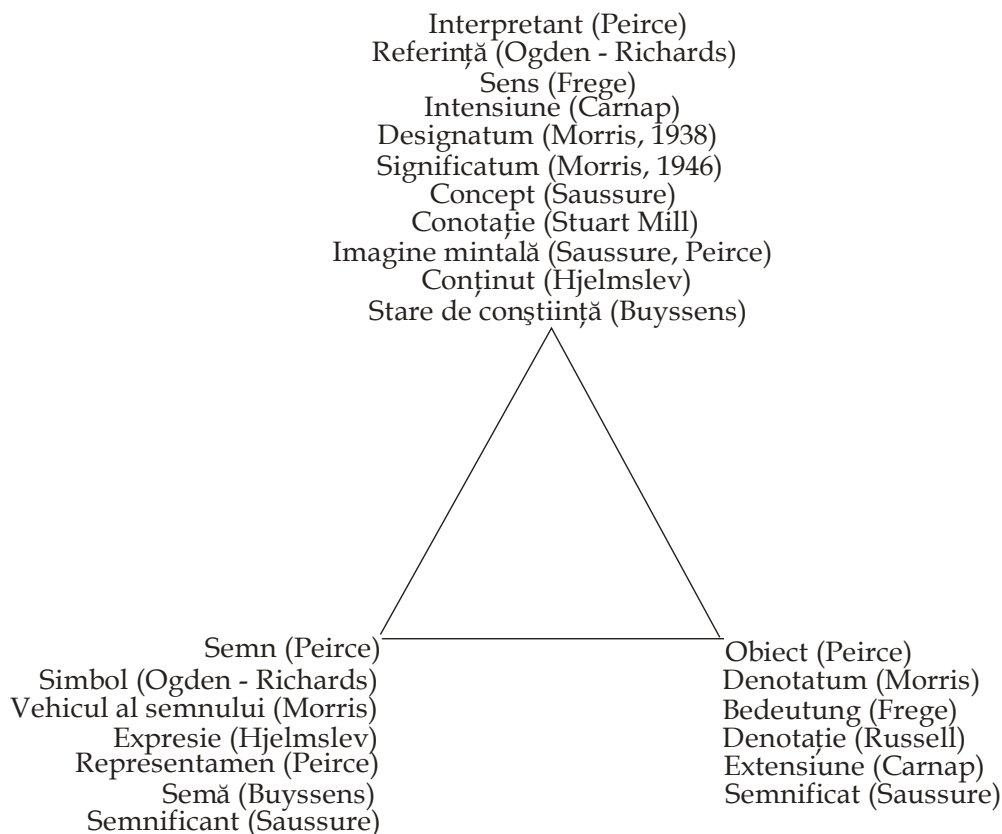


Fig.42 Triunghiul semiotic (sinteză)

Această relație triadică, în care două legături sunt solide, stabile, iar una, cea dintre semn ca entitate fizică și entitatea fizică de referință, este o relație de atribuire, o relație convențională, „obscură”, se apropie de structura triadică a lui Ogden și Richards și a fost extinsă, prin apel la diferite abordări terminologice, între care există uneori și divergențe interpretative, v. fig.47 (*apud* Macoviciuc, 2000:264). Plecând de la modelul procesual al comunicării, Eco distinge o diferență semnificativă între mesajul codificat și mesajul ca sursă de informație (Macoviciuc, 2000:272-273). Mesajul ca sursă de informație este deschis interpretărilor, adică este supus codurilor și subcodurilor, presupuziilor pragmatice și referențiale, atât în formarea textului a cărui intenție de semnificare (*intentio operis*) poate exista independent de intenția receptorului (*intentio lectoris*), cât și în circumscrierea conținutului atribuit de emitor textului (*intentio auctoris*) (Eco, 1990/1996:25).

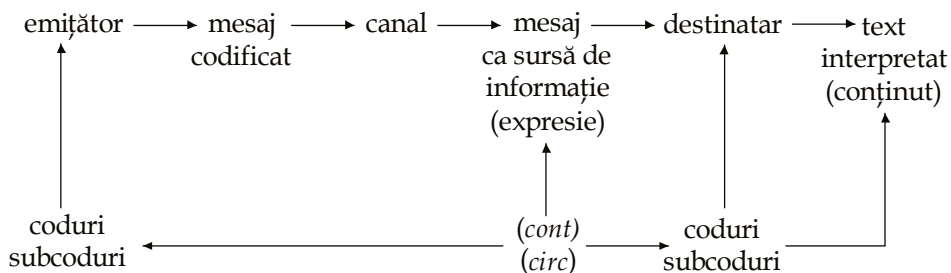


Fig.43 Procesul de comunicare din perspectiva lui Eco

Mesajul codificat de emițător este extracodificat (fie hipocodificat, fie hipercodificat), ceea ce înseamnă că interpretarea în *intentio lectoris* va fi diferită de *intentio auctoris*. Diferența poate fi redusă sau semnificativă, iar rezultatul interpretării conduce fie la eforturi presupozitionale de aliniere a înțelegerii, fie la presupozitii „aberante” (datorate diferenței de lectură a textului, efectelor ideologice, conotațiilor aleatorii, erorilor de interpretare sau diferenței de experiență) (Macoviciuc, 2000:273).

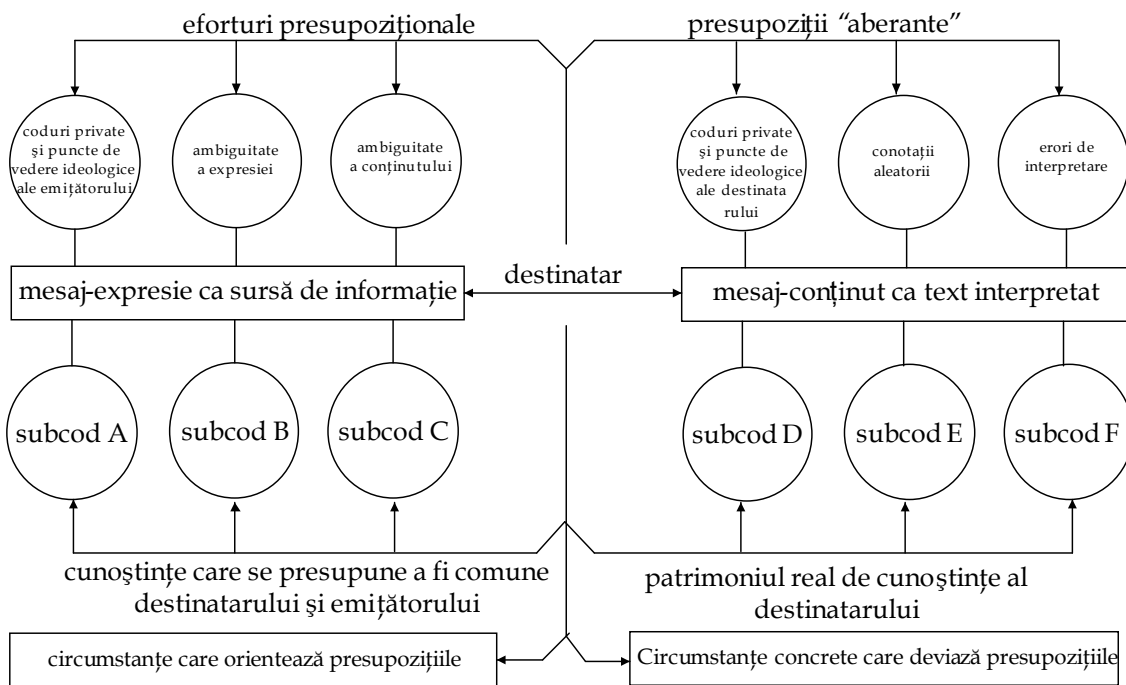


Fig.44 Un model al interpretării realizat în baza teoriei codurilor

Textul se manifestă ca având o anumită autonomie. Destinatarul intenționează, în urma recepționării mesajului, să îl adecveze mesajului transmis dar, ca urmare a factorilor personali și de context, între aceste mesaje apar diferențe.

14. Teoriile consistenței cognitive

14.1. Teoria echilibrului. Spre deosebire de modelele de reprezentare a comunicării provenite din câmpul științelor exacte, presupunând o relație între doi parteneri ai comunicării prin intermediul unui canal, transmițând un mesaj elaborat într-un anumit cod, teoriile consistenței cognitive, provenind din câmpul psihologiei, supun discuției un model al raportului celor doi actori la un referent extern. Aceste modele amintesc de studiul extins al lui Shannon, privitor la existența observatorului din mediul extern care realizează reglarea procesului de comunicare, dar relația cauzală nu se poate institui, deoarece teoria consistenței cognitive este anterioară teoriei propuse de inginerul american. Noțiunea generală de consistență nu face trimitere la un singur domeniu disciplinar ci, prin apel la predictibilitate, în forma sa extinsă, acoperă o arie largă în domeniul științelor sociale. Dat fiind posibilitatea studierii predictibilității, teoriile derivate din câmpul disciplinar al comunicării au alunecat, pe rând, la comunicarea de masă.

Conceptul consistenței în comportamentul uman este o extensie a noțiunii generale de la lumea fizică la domeniul comportamentului uman. Diferenți teoreticieni susțin că indivizii luptă pentru consistență în mai multe feluri, ca de exemplu: consistența în atitudini, în comportamente, între atitudini și comportamente, în percepția noastră asupra lumii și chiar în dezvoltarea personalității. Pe scurt, încercăm să organizăm lumea în moduri în care ne par pline de înțeleși și raionale (Severin & Tankard Jr., 2004:153).

Dat fiind faptul că ființele umane acționează rațional (de la această aserțiune pleacă întregul demers teoretic al teoriei consistenței cognitive) și că în înțelegerea umană prin raționalizare se încearcă și explicarea comportamentului irațional prin apel la rațiune sau consistență, în raportul dintre indivizi tocmai această cale a raționalității poate părea irațională și inconsistentă altora. Teoriile consistenței presupun că o oarecare inconsecvență generează „tensiune psihologică” sau disconfort în relațiile interumane, ceea ce conduce la un mod de acțiune sau la exprimarea unor intenții în sensul eliminării sau reducerii inconsistenței sau, în limitele posibilității, la dobândirea consistenței. Raționalizarea relațiilor interumane presupune apelul la înțelegere, la justificarea experiențelor nedorite sau la adaptarea lumii la „cadrele de referință” (*frame of reference*) proprii.

Prima articulare a teoriei consistenței a fost realizată în articolul *Attitudes and Cognitive Organization* de psihologul austriac Fritz Heider (1946:107-112), care susținea că stările de echilibru produc tensiuni, prin urmare, generează forțe care conduc la refacerea echilibrului. Starea echilibrată a fost definită drept „o situație în care unitățile percepute și sentimentele

experimentate coexist fără tensiune” (Heider, *apud* Severin & Tankard Jr., 2004:254). Fritz Heider s-a rezumat însă doar la domeniul proceselor cognitive. Structura schematică ilustrativă a teoriei sale presupune existența a două persoane (P și O) și a unui obiect fizic, a unei idei sau a unui eveniment (X), la care se raportează cele două persoane. Conform studiilor lui Heider, dacă între cele două entități există relații pozitive sau dacă una dintre relații este pozitivă și cealaltă două negative, atunci și numai atunci se instalează starea de echilibru, toate celelalte combinații fiind în dezechilibru.

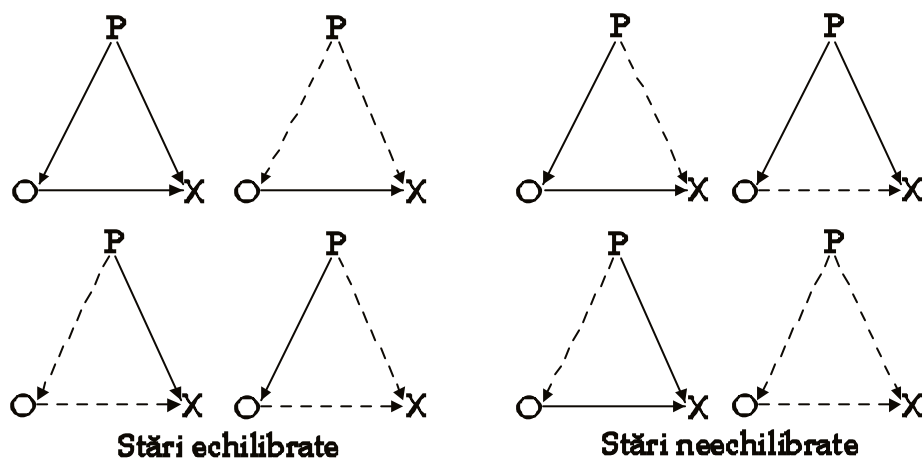


Fig.45 Modelul echilibrului (*apud* Severin & Tankard Jr., 2004:254)

Not : prin linii continue au fost reprezentate relațiile pozitive, în timp ce prin liniile întrerupte au fost reprezentate cele negative.

O stare de echilibru presupune stabilitate și rezistență față de influențele din exterior, în timp ce o stare de dezechilibru este instabilă presupunând instalarea unei tensiuni psihice între indivizi, care poate fi înlăturată numai dacă schimbul dintre actorii comunicării conduce la crearea unei stări de echilibru. Din această perspectivă a modului de schimbare de atitudine și de rezistență la schimbare, teoria echilibrului elaborată de Heider prezintă interes în câmpul comunicării. Teoria heideriană, cunoscută psihosociologului Newcomb, a fost adaptată de către acesta câmpului teoretic al comunicării.

14.2. Teoria simetriei. Theodore Mead Newcomb, psihosociolog american, a prelucrat teoria echilibrului și a transformat-o în teorie a simetriei, susținând că încercările de a influența o altă persoană depind de gradul de atracție dintre emițtor și receptor (limitându-se la atracție, aadar, fără a explora influența). Dacă la Heider gradul de atracție nu putea fi reprezentat, psihologul german reducând relația dintre entități în manieră binară, la simpatie (relație pozitivă) respectiv antipatie (relație negativă), Newcomb (1953:393-404) presupune că simetria nu se poate realiza la nivel digital, ci analogic, gradul de consistență a individului depinzând de amploarea intensității respectivei relații. Cercetătorul american susține discuției un model diferit de

reprezentare a comunicării, având la bază o relație între două ființe umane (A și B), care se raportează la un referent extern (X), în care orientările sistemului A-B-X, reprezentate prin săgeți includ atitudinea reciprocă A-B și atitudinile lui A și B față de X, considerând că în cazul unui dezacord între A și B privitor la X, amploarea

efortului către simetrie va depinde de intensitatea atitudinii lui A către X și de atracția lui A pentru B. O creștere a atracției lui A pentru B și o creștere a intensității de atitudine către X va duce la: 1. un efort mai mic către simetrie din partea lui A către B în legătură cu atitudinile lor față de X; 2. posibilitatea ca simetria să fie obținută; 3. probabilitatea unei comunicări a lui A cu B despre X (Newcomb, *apud* Severin & Tankard Jr., 2004:255)

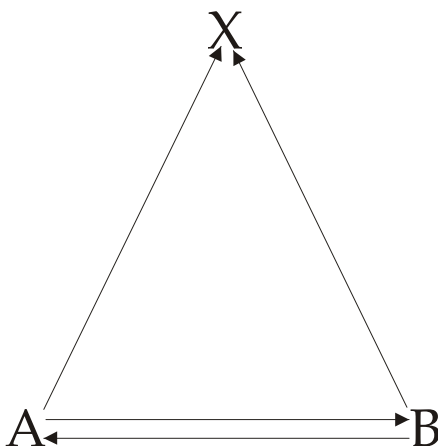


Fig.46 Modelul A-B-X al lui Newcomb

Starea indusă de dezechilibru stimulează comunicarea, care se produce în sensul refacerii echilibrului. Totuși, comunicarea se produce în modelul A-B-X doar atunci când există o puternică atracție A-B sau când referentul X reprezintă un punct de atracție pentru unul dintre actorii comunicării sau un centru de interes pentru amândoi. Newcomb (*apud* Severin & Tankard Jr., 2004:64) postulează :

1. cu cât mai puternice sunt forțele către orientarea lui A în raport cu B și X, a) cu atât mai mare este tendința lui A către simetria cu B în raport cu X, b) cu atât mai mare este probabilitatea unei simetrii mite ca o consecință a unuia sau mai multor acte de comunicare.
2. cu cât este mai mică atracția între A și B, cu atât mai mult este limitată tendința către simetrie față de X-urile respective către care este cerută co-orientarea de către condițiile de asociere.

Transferul în aria disciplinară a comunicării se realizează, cum am văzut, prin prognoza posibilității de realizare a actului de comunicare în funcție

de gradul de simetrie a actorilor A și B față de referentul X. Reversul postulatului cercetătorului american constă în faptul că gradul de atracție dintre A și B poate conduce la schimbarea de opinie dintre aceștia. Transferul în planul predictibilității privitor la orientarea către un referent extern readuce modelul A-B-X în mecanicismul forte, situând însă comunicarea la nivelul transferului de opinii și al stării de echilibru care decurge de aici. Tocmai această dimensiune a modelului simetriei newcombiene a fost exploatat ulterior, prin transfer înspre domeniul comunicării de masă.

Depirea linearității se realizează prin apel la echilibrul de forțe a sistemului. Schimbările, la gradul de intensitate la care se produc, implică modificări de anumit nivel, care tind să refacă echilibrul (în termenii lui Heider) sau simetria (în termenii lui Newcomb). Cu toate acestea, în ceea ce privește câmpul disciplinar al comunicării este exploatat în mod special efectul consolidării de opinii și atitudini, ceea ce se realizează în principal prin intermediul comunicării de masă. Nu sunt satisfăcute, prin modelul Newcomb, cerințele studiului comunicării care derivă din rolul important acordat schimbului de opinii în dauna stărilor de dezzechilibru apărute ca urmare a diferenței de convingeri sau credințe, din lipsa unei explicații privitoare la modul de rezolvare a unui dezacord de înaltă intensitate și din incapacitatea de adaptare a modelului în cauza situațiilor de comunicare între mai multe persoane, respectiv în cazul comunicării publice și de masă. Ultimul inconvenient a fost acoperit de studiile ulterioare, ale lui Westley și MacLean, care însă au revenit la modelul procesual liniar.

14.3. Teoria congruenței. Modelul congruenței este un caz particular al teoriei heideriene, cu deosebirea că se ocupă preponderent de sursa de informații. Plecând de la presupunerea că sistemele de referință ale judecătorilor tind spre simplificare, atâta vreme cât judecățile extreme, în baza logicii *sau-sau* sunt mai ușor de realizat/atins decât judecățile în baza logicii *i- i*, psihologul american Charles E. Osgood, într-un articol semnat împreună cu Percy H. Tannenbaum (1955:42-55), *The principle of congruity in the prediction of attitude change*, consideră că pentru evaluarea „conceptelor” se utilizează de un ablon, de un model, se face apel la o „alinieră” a opiniei. Psihologul american utilizează drept model triumphiul clasic al lui Heider și Newcomb, cu specificitatea că delimitează între o persoană oarecare (P) și o sursă (S), care îi transmite o informație despre un obiect (O), față de care P va avea o anumită atitudine. Starea de congruență sau consistență a sistemului depinde de gradul de atracție a lui P față de O și S.

În modelul lui Osgood, congruența se instalează doar în cazul în care sursa emite o aserțiune pozitivă referitoare la obiect, iar atitudinea persoanei față de sursă și față de obiect este similară, respectiv în cazul în care sursa emite o aserțiune negativă față de obiect, iar atitudinea persoanei față de sursă și față de obiect este diferită. Diferența față de precedentele modele constă în faptul că în cazul în care în sistem apar schimbări, acestea se produc în sensul obinerii unei congruențe mai mari cu sistemele de referință predominante.

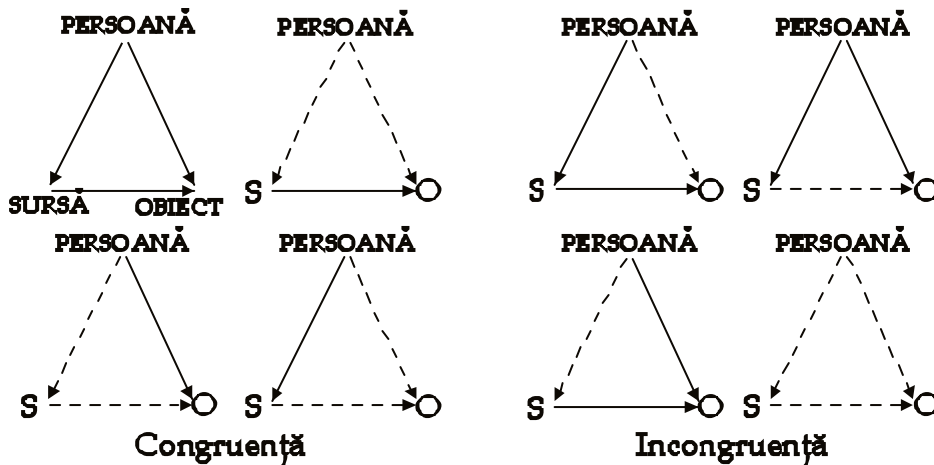


Fig.47 Modelul congruenței (apud Severin & Tankard Jr., 2004:156)

Modelul congruenței presupune studiul congruenței doar pe palierul opiniilor și a fost exploatat ulterior în domeniul comunicării de masă, în special în ceea ce privește „alinieră” opiniei publice la sursa predominantă, la formatorii de opinie (liderii informali). Selectivitatea în context social, indiferent de palierul la care se realizează, perceperea selectivă a anumitor date sau comunicarea lor selectivă, deformarea, ignorarea sau reconstrucția unui conținut comunicat depind de dominanța unui sistem referențial, respectiv de modul în care echilibrul/ congruența apar în sistem.

Teoriile consistenței cognitive au condus la o adâncire a studiului în ceea ce privește comunicarea mediatică, de masă, în două direcții majore: spre corelație dinamică (McLeod & Chaffee, 1972) și consonanță/disonanță cognitivă (Festinger, 1957), în sensul analizei sociologice a schimbului de opinii publice, respectiv în studiul elaborat al rolului emițătorului în comunicarea de masă, prin revenirea la linearitatea modelului (Westley & MacLean, 1955).

15. Modele tranzacționale

15.1. Analiza tranzacțională a lui Berne. Analiza tranzacțională reprezintă o teorie a personalității, complementar abordărilor psihologice tradiționale, care constă în analiza comportamentelor, atitudinilor, cuvintelor și reacțiilor psihice prin intermediul unor grile interpretative diferite. Modelul tranzacțional de abordare este mixt, situându-se între modelul intrapsihic nescut și modelul relațional-sistemic, care are la bază ideea că relațiile dintre indivizi este principalul fenomen psihologic ce trebuie studiat. Modelul tranzacțional al comunicării are la bază teoria-vehicul „analiza tranzacțională”, provenind din câmpul psihologiei, cea care se constituie în vehiculul și pentru paradigma formal-tranzacțională studiată de Mucchielli, conturată în baza următoarelor aserțiuni:

Conform analizei tranzacționale, comunicările emise de indivizi trimit la trei tipuri de realități și au la bază trei tipuri de atitudini corporale și mesaje paraverbale. La primul nivel găsim atitudini și paralimbaje oarecum rigidizate și neutre; acestea reiau forme tradiționale ale unor sfaturi sau injoncțiuni morale ce însoțesc învingerea minții de genul celor pe care părinții le dau copiilor. La al doilea nivel întâlnim tot atitudini și paralimbaje care înfruntă pînirea sentimentelor, dar care însoțesc de astăzi comunicările logice și raționale precum cele formulate de un adult. La al treilea și ultimul nivel, atitudinile și paralimbajele lasă să transpară sentimentele și stările psihologice (furie, plăcere, iubire, frică, bucurie, mândrie etc.) ce însoțesc expresiile spontane ale unui copil care nu a învățat încă să se controleze (...). Fiecare emitor sau receptor uman posedă trei stări de emisie sau de receptivitate: o stare rațională, o stare afectivă și o stare normativă sau morală. (Mucchielli, 2005:27)

Psihiatrul american de origine canadiană Eric Berne (1964) a studiat modelul „stărilor interne ale eului” și a oferit o teorie a comunicării prin intermediul analizei tranzacțiilor. Berne deosebește între trei stări ale eului, denumite P-rințe, Adult și Copil, în care prima se referă la investirea cu autoritate, a doua privește abilitatea de a gândi și determină acțiunile în funcție de datele primite, iar cea de-a treia este asociată reacțiilor interne și sentimentelor. P-rințele „cuprind gândurile, emoțiile și comportamentele pe care individul le-a învățat din surse exterioare de tipuri autoritare, și în principal de la proprii părinți”, Adultul „este orientat spre „realitatea” obiectivă: culege, înregistrează și utilizează informațiile din orice surse externe (din mediu) ca și interne (ale P-rințelului sau Copilului)”, iar Copilul „privește mai ales domeniul „ceea ce simte” și include nevoile, senzațiile și emoțiile care apar apoi în mod natural la o persoană” (Cardon *et al.*, 2002:21-24). În aceste stări pot fi recunoscute „instanțele” psihicului din psihanaliză: Supraeul, Eul și Sinele.

Tranzacțiile sunt, în fond, modele ale comunicării; „o tranzacție este o unitate de schimb social, un dus-întors complet între două sau mai multe persoane (fizice sau morale), și poate fi sub formă de cuvinte sau înscrisuri, gesturi, priviri, obiecte, contacte fizice etc.” (Cardon *et al.*, 2002:55) și presupune unitatea de schimb bilateral între două stări ale eului. Analiza tranzacțională presupune studiul tranzacțiilor, ceea ce înseamnă o înțelegere a fenomenelor de comunicare în baza anterior definitelor modele. În actul comunicării, schimbul social se realizează între stări ale eului. Tranzacțiile eficiente, pentru Berne, trebuie să fie complementare, adică pentru un stimul Printe-Copil, răspunsul să fie Copil-Printe.

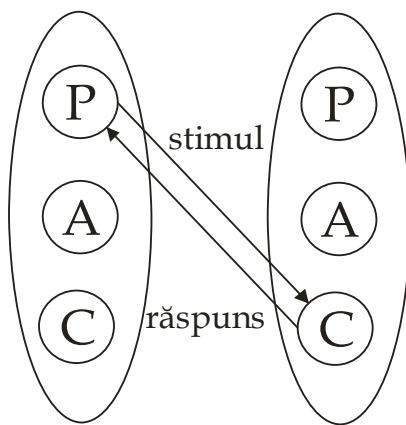


Fig.48 Tranzacții complementare (tipul 2 de tranzacții complementare, printe-copil, *apud* Berne, 1964:29)

Procesul comunicării, din această nouă perspectivă, nu privește doar schimbul de tip stimul-răspuns, interacțiunea, transferul sau reacția, ci și atribuirea de semnificații. Sensul este mai mult inventat decât primit, iar comunicarea constă în producerea sensului, nu în producerea mesajului. Rolul mesajului este diminuat, studiul comunicării focalizându-se pe procesul dinamic și continuu al inventării/negocierii de sensuri, care se derulează, în funcție de schimbările mediului și de nevoile individuale, de la naștere până la moarte (Lohisse, 2002:75). Comunicarea umană nu se mai rezumă la internalizare, ci ia naștere schimburilor care lasă să se întrevadă un joc interindividual. Prin intermediul acestora sunt puse în scenă, în manieră oarecum rituală, „stările interne ale eului”. Conținutul cuvintelor nu mai are importanță denotativă imaginată, iar comunicarea nu mai presupune, aadar, transferul de înțeles prin intermediul acestor conținuturi denotative; sunt activate, astfel, tranzacțiile, negocierile de înțeles, interpretările proprii. Comunicarea este văzută ca o formă ritualizată de punere în scenă a problemelor privitoare la stările interne ale eului; comunicarea patologică rămâne cantonată în forma ei rituală, redundantă.

15.2. Modelul tranzacțional al lui Barnlund. Dean Barnlund propune, în 1970, un model de comunicare bazat pe tranzacție (*A transactional model of communication*), fiind primul care aduce din câmpul disciplinar al lingvisticii ideea de negociere a sensului, pe care o transpune în structurile schematice de tip mecanicist. În modelul tranzacțional de comunicare, Barnlund (1970:83-102) pleacă de la ideea receptivă a trei tipuri de realități, care le asociază, în interpretare, trei tipuri de semnale și, implicit, trei modalități de receptare a acestora (fig.54). Fiind vorba de atribuire de sens, tipul de comunicare analizat este cel intrapersonal. Modelul vizează procesele de decodare (D) – de atribuire de sens diferitelor semnale din câmpul de percepție, respectiv de codificare (C) – de transformare a elementelor senzoriale în semne, de către o persoană (P). Decodarea și codificarea sunt interdependente, iar în modelul Barnlund această interdependență este reprezentată printr-o spirală.

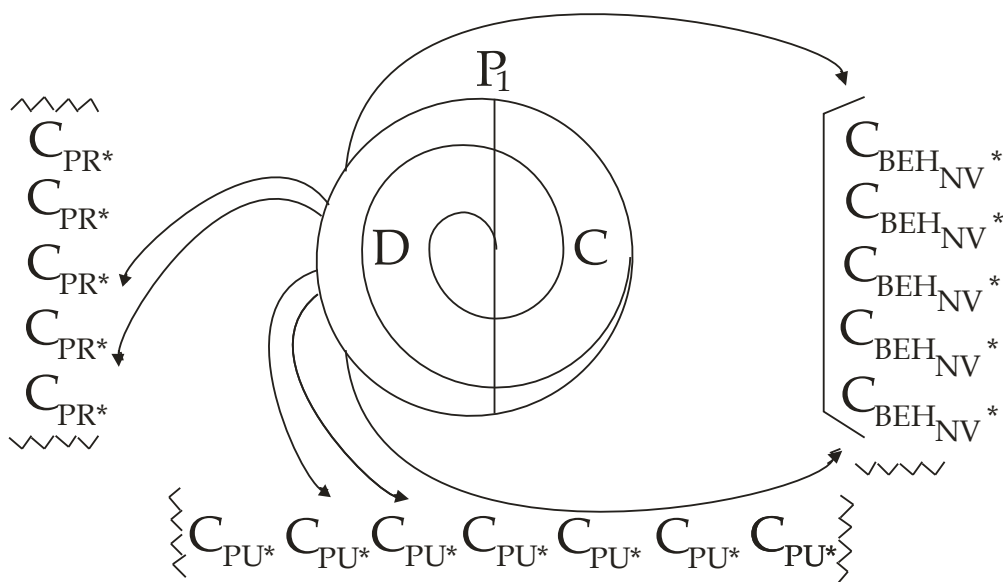


Fig.49 Comunicarea intrapersonală în modelul tranzacțional

Subiectul P conferă sens semnalelor publice (C_{PU}), adică unor stimuli perceptibili de orice altă persoană aflată în acel mediu, care există independent de prezența lui P, semnalelor de natură privată (C_{PR}), care nu sunt disponibile tuturor, dar care sunt exterioare subiectului, respectiv semnalelor comportamentale nonverbale ($C_{BEH_{NV}}$), în parte controlabile din interiorul persoanei, conștient sau inconștient codate în comportamentul nonverbal al acesteia, posibil de decodat prin atribuirea de semnificații.

Indivizii care intră în contact comunică punând în comun mesajul. Semnalele publice sunt potențial aceleași, cele private rămân diferite, în timp ce semnalele comportamentale nonverbale marchează comunicarea de la individ la individ, adugându-se mereu celor precedente. Mesajul se constituie, în acest context, dintr-un set de semnale comportamentale, verbale și nonverbale, dar

ele nu se transmit în totalitate, ci individul este afectat de reglarea semnalelor de care le produce, de identificarea semnificației posibile pe care celălalt o poate atribui actelor sale, respectiv de interpretarea acțiunilor ca și cum ar fi ale altora.

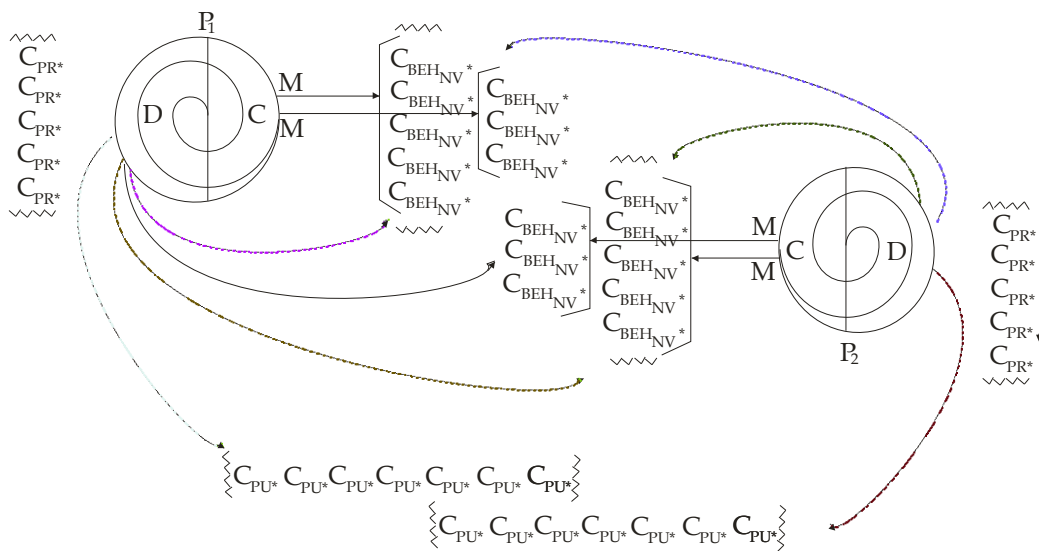


Fig.50 Comunicarea interpersonal în modelul tranzacțional

Neincluderea contextelor sociale/culturale în relația de comunicare continuă nu a fost o omisiune în cazul lui Barnlund, ci doar o alegere a acestuia de a nu ridica probleme de complexitate modelului printr-o asemenea reprezentare.

15.3. Teoria retroacțiunii a lui Thayer. Plecând de la studiul comunicării sincronice și, în special, al celei diacronice, cercetătorul american Lee O. Thayer (1968) se oprește asupra rolului receptorului. Pe de altă parte, încercând să delimiteze conceptual comunicarea, Thayer propune o analiză *multi-level*, vizând acele procese asociate de achiziție și conversie de date primare în informație procesabilă, culminând cu *luarea-în-considerare*. Și din această perspectivă, și din cea anterioară, rezultă că rolul receptorului este fundamental în actul de comunicare. Cercetătorul american nu vede neapărat necesară prezența emitorului. Datele primare pot exista și în afara emitorului, dar pentru prelucrarea lor în informație procesabilă este necesară prezența receptorului, e necesar ca informația primară (mesajul propriu-zis) să ajungă la un destinatar care să îl perceapă și să îl interpreteze. „Nu există comunicare dacă nu există o activitate a receptorului, care pare că îi poate fi suficientă și, în măsura raportării sale la o anumită situație”, notează Șfez (2002b:91). În acest sens, comprehensiunea depășește simplul conținut al mesajului emitorului. Acesta este reinventat, în manieră tranzacțională. Într-un demers logic, teoria lui Thayer urmează modelului lui Barnlund, care

presupune, de asemenea, orientarea spre destinație și înglobarea în mesaj atât a mesajului propriu-zis (datele primare), cât și a elementelor de context al comunicării.

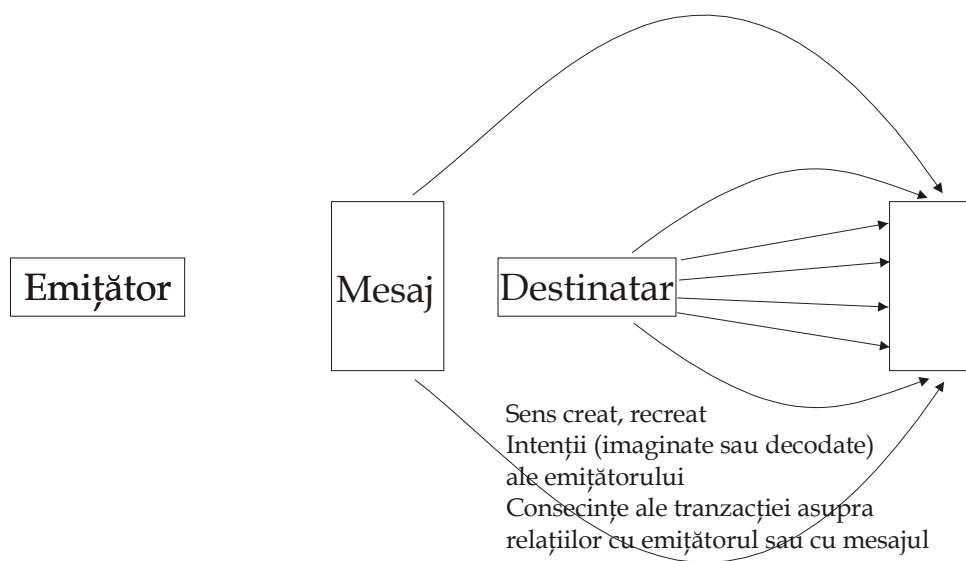


Fig.51 Modelul lui Thayer (apud Sfez, 2002b:90)

Astfel, receptorul re-creează mesajul, devine „creatorul de facto al oricărui mesaj” (Thayer, *apud* Sfez, 2002b:90). Comunicarea văzută ca tranzacție la Thayer are în prim plan receptorul, care inventează și atribuie sens mesajului, care îl re Creează în totalitate.

Pentru Thayer, receptorul este cel care găsește în sine însuși mesajul plecând de la stimulii pe care procesul de comunicare i-a radiat, în sensul radițiilor electromagnetice. Acest model socratic este asimilabil abordării maieutice în materie de învățare (Michel, 2005).

Prin intermediul acestei teorii comunicarea capătă o altă greutate. Ea se realizează dincolo de ceea ce este intenționat în comunicarea de masă, schimburi influențarea opiniilor și depinde de propria *Weltanschauung* a fiecărei persoane, de propria grilă de valori. Teoria lui Thayer care scoate receptorul în prim plan se opune, pe de o parte, comunicării ipotetice, care consideră necesară prezența emițătorului, nu și pe cea a receptorului, respectiv modelelor mecaniciste ale comunicării, care acordă rolul primordial emițătorului, celui care „lansează” mesajul.

modele și teorii ale comunicării

de masă

16. Preliminarii (epistemologice) sau Determinismul tehnologic și critica acestuia

16.1. Determinismul tehnologic. Economistul canadian Harold Innis, preocupat de istoria comunicării, îi organizează studiile în jurul ideii de corelație între tipurile de comunicare și tendințele centripete și centrifuge în planul organizării statale. Or, această legătură implică o altă, între tipurile de comunicare și mijloacele aferente. Astfel, Innis (1950; 1951) distinge între mijloacele de comunicare corelate cu dimensiunea temporală (*time-biased media*) și mijloacele de comunicare corelate cu dimensiunea spațială (*space-biased media*). *Time-biased media* sunt caracteristice societăților tradiționale, preocupate de conservarea tradiției, în timp ce *space-biased media* sunt orientate spre prezent și viitor, favorizând transmiterea operativă, nu și cea privitoare la valori culturale. Prima categorie de mijloace de comunicare a favorizat un monopol al organismelor religioase, în timp ce cealaltă a favorizat monopolul factorilor politici (Dobrescu *et al.*, 2007:275). Dar această corelație presupune și posibilitatea de prefigurare a unui tip de monopol prin dezvoltarea unei categorii de mijloace de comunicare în masă. Din această perspectivă, dezvoltarea în ritm galopant a comunicării de masă prin mijloace aparținând *bias*-ului spațial, conturează tendința unei extinderi extrateritoriale, marcată de un abandon al conservării structurii de valori prin care s-a manifestat identitatea.

Ideea determinismului media este preluată și dezvoltată de Marshall McLuhan. Acesta continuă proiectul istoriei comunicării inițiat de Innis, structurând istoria umanității în trei perioade, în funcție de tipul dominant de comunicare: o epocă a oralității, una a culturii scrise și alta a tehnologiilor comunicării. Aceste trei perioade se suprapun structurilor realizate de Alvin Toffler, prin „teoria valurilor”. Epoca tehnologiilor comunicării, instaurată în urma unei revoluții²⁶, suprapus celui de-al treilea val, modernității târzii sau postmodernității, focalizează mijlocul de comunicare, acordându-i cel mai important rol. De altfel, este celebră expresia utilizată de McLuhan, „mijlocul este mesajul” (*the medium is the message*) (McLuhan, 1994:5)²⁷, care scoate în evidență tocmai această poziționare a tehnologiei în viaa cotidiană. Epoca

²⁶ Încă din lucrarea *Galaxia Gutenberg. Omul și era tiparului*, Marshall McLuhan (1975:26) trimite la un termen preluat de la Peter Drucker, «revoluție tehnologică», termen de referință în studiile viitoare.

²⁷ Marshall McLuhan „The Medium Is the Message”, primul subcapitol din capitolul introductiv al lucrării *Understanding Media: The Extensions Of Man*; McLuhan (1994:6) argumentează: „Exemplul luminii electrice poate fi elocvent în privința acestei conexiuni. Lumina electrică se constituie în informație pură. Ea rămâne un medium lipsit de mesaj, așa cum a fost până la utilizarea în reclame verbale și firme. Acest fapt, caracteristic tuturor mediilor, înseamnă că însuși „conținutul” oricărui medium este alt medium”.

tehnologiilor mediatice este caracterizat prin schimbarea raporturilor dintre sim-uri, mai exact prin instalarea vizualului ca sim dominant. Preponderența acestui canal presupune o structurare a gândirii în funcție de particularitățile acestui sim, respectiv o selecție a importanței evenimentelor din jurul nostru în funcție de simplificarea pe care o implică apelul la acest canal. Modificând tipul de organizare socială, tehnologiile media modifică și tipul de percepere a societății, iar prin aceasta, structura internă a indivizilor, impunându-le o grilă de referință. Prin intermediul acestor tehnologii se extinde sistemul nervos la nivel global, recepționând informație din spații variate:

În timpul erei mecanice ne-am extins trupurile în spațiu. Astăzi, după mai bine de un secol de tehnologie electrică, ne-am extins sistemul nervos central, în accepțiune globală, abolind și spațiul și timpul, în ceea ce ne privește planeta... ne-am extins deja simurile și terminațiile nervoase prin diferitele media (McLuhan, 1994:3-4).

Extinderea tehnologiilor media, similară extinderii sistemului nervos uman la nivel planetar, implică „simularea tehnologică a conștiinței”. Or, tocmai această simulare a conștiinței conduce la criticile media.

16.2. Omul - terminal de rețele. Filosoful francez Jean Baudrillard este unul dintre cei mai importanți contestatari ai determinismului tehnologic. El îl acuză pe McLuhan pentru excluderea efectivă a „comunicării” din actul de comunicare. Studiile filosofului francez în domeniul „economiei politice a semnului”, în ceea ce privește transformarea discursului în marfă „retorică”, așa cum anticipase Marx, constituie fundamentul poziției de pe care pleacă Baudrillard în combaterea tehnologiilor comunicării. Baudrillard vede producția de semne ca fiind ideologie, ceea ce presupune că însuși lingvistica și semiotica generală sunt ideologii, producții ale practicii dominante, echivalent al unei economii politice burgheze în câmpul comunicării. „Nu mai avem de-a face cu coerența naturală a unei unități a gustului, ci cu coerența unui sistem cultural de semne”, notează Baudrillard considerând că nici un obiect nu se poate sustrage unui asemenea produs, „așa cum nici un produs nu poate scăpa de logica formală a marfii” (Baudrillard, 1996:28).

Pentru Baudrillard, care instituie o critică a media, schimbul necesar a fi realizat în cadrul comunicării nu are nevoie de intermediar. Formula lui McLuhan, *medium is the message*, nu are rost întrucât ea exprimă transferul sensului asupra mediului, ceea ce conduce la o înstrăinare a semnificațiilor, la „idealism tehnologic”. Cu ironie, filosoful francez transformă comunicarea într-un simplu act de „consum de produse și mesaje”; „se impune, după Baudrillard, ca unic remediu la această situație, o destructurare a mediilor în calitatea lor actuală de sisteme ale non-comunicării” (Pârvu, 2001:99). Consumul este definit în termenii discursului, dar privește și o altă dimensiune, a manipularii semnelor.

Consumul:

- e totalitatea virtuală a obiectelor și mesajelor deja constituite într-un discurs mai mult sau mai puțin coerent;
- e o activitate de manipulare sistematică a semnelor (Baudrillard, 2006:130).

O altă replică pe care o aduce Baudrillard lui McLuhan este legată de extinderea sistemului nervos al omului la scară planetară. Pentru filosoful francez, nu omul se extinde, ci tehnologiile media îi iau cu asalt habitatul, transformându-l într-un ambalaj arhaic, conducând la dispariția spațiului privat, la tergere limitelor dintre exteriorul care invadează și interiorul, spațiul simbolic al subiectului. Omul devine astfel simplu terminal de multiple rețele (Baudrillard, 1997:12): televiziune, telefonie, rețele sociale etc., și nu supraomul care îi extinde terminațiile nervoase pretutindeni. Ceea ce se oferă prin tehnologiile media sub numele de „comunicare” este de fapt o formă obscenă de marfă simbolică (Marx deja denunțase obscenitatea marfii, legată de principiul „abject” al circulației sale).

Nu mai trăim în drama alienării, trăim în extazul comunicării. Iar acest extaz este obscen. Obscen e ceea ce pune capăt oricărui reînvieri, oricărui imagini, oricărui reprezentării. Nu numai sexualul devine obscen, există astăzi o întreagă pornografie a informației și comunicării, o pornografie a circuitelor și rețelelor, a funcțiilor și obiectelor. În lizibilitatea și fluiditatea lor, în semnificația lor forțată, în performativitatea lor, în conectarea și polivalența lor, în expresia lor liberă.

Nu numai obscenitatea e ceea ce este ascuns, refutat, obscur, cea a vizibilului, a prea vizibilului, a mai vizibilului decât vizibilul, a ceea ce nu mai are secret, a ceea ce e în întregime solubil în informație și comunicare (Baudrillard, 1997:15-16).

Închis într-un habitat invadat de tehnologiile media, având impresia că într-un contact cu realitatea, omul devine un ecran, o suprafață de absorbție și resorbție a rețelelor de influență. Semnele, a căror importanță a fost trecut în derizoriu de McLuhan, au lăsat locul unor semne vide, ilizibile, insolubile, arbitrare, fortuite. Interpretarea nu se rezumă la negocierea de sens, ci la depistarea și destrămarea seducției: „tot mai multe lucruri au căzut în prăpastia sensului și tot mai puțin lucruri au păstrat farmecul aparentei” (Baudrillard, 1997:49). Societatea, înglobând oameni și semne, a fost rețezită prin intermediul tehnologiilor media:

Societățile noastre au depășit, cu ajutorul sensului, al informației și al transparenței, punctul limită care este cel al extazului permanent: extazul socialului (masa), al corpului (obezitatea), al sexului (obscenitatea), al violenței (teroarea), al informației (simularea) (Baudrillard, 1997:64).

Aceast invazie a extazului mediatic denatureaz comunicarea, o îndeprteaz de sensul clasic de punere în comun a înelesurilor.

16.3. O critică a comunicării. Derapajul spre problemele tehnologiei comunicării a fost criticat și de alți cercetători în domeniu. Unul dintre aceștia este Lucien Sfez, care a elaborat o *Critică a comunicării*. Apelând la perspectiva lui Jacques Ellul (1964), care a evidențiat „coroziunea socialului de către tehnică”, observând exagerări ale extinderii ariei de studiu a comunicării, Sfez constată că „nu se vorbește niciodată cu atâta patos despre comunicare decât într-o societate care nu mai știe să comunice, ale cărei valori se dezagregă, pe care simboluri prea uzate nu prea reușesc să le unifice. Societate centrifugă, lipsită de reglaj” (Sfez, 2002a:16). O criză morală a societății este întreținută de o teologie a tehnicii, care conduce spre alienare totală.

Sfez descoperă trei tipuri de teorii și modele ale comunicării, grupate după funcțiile comunicării elaborate de Bühler: *comunicarea reprezentativă*, surprins prin „metafora mării” și exprimat prin intermediul prepoziției *cu*: „Este vorba de metafora <mării de comunicat> cu lumea: marea este exteriorul omului, și el o folosește pentru a genera forțele naturii”; *comunicarea expresivă*, surprins prin „metafora organismului” și exprimat prin intermediul prepoziției *în*: „În această organizare, în care noi suntem parte a unui tot, ceea ce contează este a repera schimbările posibile și a analiza rolul elementelor care formează acest întreg pe care-l numim univers”; *comunicarea tautistă*, surprins prin „metafora Frankenstein” și exprimat cu ajutorul prepoziției *prin*:

Într-un univers unde totul comunică, fără să se știe originea emisiunii, fără să poți determina cine vorbește, în acest univers fără ierarhii, decât încălcite, unde baza este vârful, comunicarea moare prin exces de comunicare și sfârșete printr-o interminabilă agonie de spirale. Asta numesc eu <tautism>, neologism care îmbină autism și tehnologie, evocând totalitatea, totalitarismul (Sfez, 2002a:25-28).

Autismul reprezintă o boală a auto-închiderii, care presupune o retragere a individului din sfera comunicării, satisfăcându-și nevoile organice și ludice. Tautologia reprezintă orice propoziție ale cărei subiect și predicat desemnează unul și același lucru. Tautologia trimite la excesul de comunicare incoerent, fără înțeles, fără mesaj. Tautismul presupune, a adăuga, exces de comunicare fără înțeles și fără mesaj, venit de pretutindeni, care interferează în preajma individului închis în sine, „terminal de multiple canale”, cum îl descria Baudrillard. Tautismul este un mionim (cuvânt-valiză) care caracterizează comunicarea de masă, în cadrul căreia se vorbește prea mult, fără a se spune ceva: se transmite o informație structurată pe orizontală, fără adâncime, fără intensitate, fără analiză calitativă, fără interpretare. Comunicarea se realizează într-o buclă, într-o „reeță turnantă”, fără scop și fără sfârșit, lărgindu-se cu fiecare tur.

Fiecare în cutia sa, adică în casa sa, crede că într-un contact simultan cu toți ceilalți, într-un întreg sincron, ecosistemic, ba chiar autogestionar. Dar toți într-un contact doar cu ei înșiși (Sfez, 2002a:100).

După Sfez, din comunicarea de masă dispar mesajul, emitorul și receptorul. Realitatea emitorului, realitatea receptorului, dar și realitatea interactivă, intersubiectivă, dispar deopotrivă. Rămân doar o repetare continuă în preajma unui subiect autist. Rămân și în poziții fortificate și simularea, care dau impresia unei comunicări continue. Ele descriu și determină primatul unei altfel de tehnologii, a spiritului.

16.4. Tirania comunicării. Jurnalistul și scriitorul francez de origine spaniolă Ignacio Ramonet, din 1991 redactor-șef al publicației *Le Monde Diplomatique*, este unul dintre cei care iau poziție față de ofensiva media, pe fondul unei continue întăriri a rolului tehnologiilor²⁸. Din punct de vedere al raporturilor de putere, mass-media nu se mai situează pe poziția a patra, ci pe locul doi ca putere de influență, după economie și înaintea politicii:

(...) pentru a vorbi de „a patra putere”, ar trebui ca primele trei să existe și ca ierarhia care le organizează în clasificarea lui Montesquieu să rămână în continuare valabilă. În realitate, prima putere este astăzi exercitată în mod evident de economie. A doua (a cărei suprapunere parțială cu cea dintâi apare foarte puternic) este cu siguranță mediatică – instrument de influență, de acțiune, de decizie incontestabil –, în așa fel încât puterea politică nu mai vine decât în al treilea rând. (Ramonet, 2000:44)

Totodată, Ramonet atrage atenția asupra faptului că prin intermediul media „informația” și-a pierdut statutul, devenind marfă. Informația devine principalul jucător pe piața de profit și nicidecum nu se mai supune scopurilor sale inițiale. Ceea ce contează este gradul de interes pe care îl poate stârni în cadrul publicului, capacitatea de a se vinde, și nu necesarul de cunoaștere sau de noutate, aspecte de altfel depășite. Contează funcționalitatea pe piață, ceea ce presupune funcționalitatea scenariilor și nu atingerea unui ideal de veridicitate. Adevărul care contează este adevărul mediatic, singurul pe care cetățeanul îl are la dispoziție ca să verifice o țire, să o confirme sau să o infirme. Informația denaturată devine, în sfârșit, informație-spectacol. Ea evoluează creând o senzație de neliniște în rândul unei societăți care își pierde reperele și a cărei cultură este agresată de imagini vizuale fluctuante. Presa scrisă, televiziunea, internetul, accelerează circulația informației, informație seducătoare, care urmărește „logica suspansului și a spectacolului”. Practic, parametrii care au influență determinantă asupra informației sunt mimetismul mediatic, febra de care sunt

²⁸ „Se arată, se exhibă, funcționează, „comunică” o întreagă aparatură de acțiune electronică pândind că ne spune: „Ceea ce vă arată este adevărat, fiindcă este tehnologic”. Și noi credem pentru că ne intimidează, ne impresionează, ne scoate ochii și ne convinge că un sistem capabil de asemenea minuni nu poate minți.”, afirmă Ignacio Ramonet (2000:39)

cuprinse mediile de informare, împinse apoi să reflecte evenimentul și care funcționează ca un fel de autointoxicare, de contagiune mimetică, și hiperemoia, presupunând mutarea accentului pe senzațional, spectaculos, ocular și emoțional.

Revoluția tehnologiilor media, prefigurată de McLuhan, nu doar că a avut loc, ci a și produs efecte. Dar aceste efecte sunt inversate față de ceea ce se aștepta: eliberare și transparență democratică. Media s-au instaurat cu promisiunea unei eliberări, dar au instituit un regim autoritar, totalitar. Ramonet aduce în discuție această *tiranie a comunicării*. Revoluția tehnologică, suprapusă peste cea economică (a doua revoluție capitalistă), a condus la modificări în plan cultural, respectiv la fuziunea sferelor culturii, informației și comunicării prin absorbirea realizată de sfera comunicării mediate, dând naștere unei singure sfere: „*world culture*, de inspirație americană, un fel de comunicultură de masă planetară, pentru că informația, ca și cultura, nu rezist unei asemenea vulgarizări...” (Ramonet, 2000:66). *Tirania comunicării* se datorează extinderii spațiului public în spațiul intim prin intermediul mass-media. Această extindere, în realitate, a dat naștere unei forme subtile de control:

La ora mondializării economiei, a culturii globale (*world culture*) și a „civilizației unice”, ia naștere ceea ce oamenii numesc „societatea informației globale”, a cărei dezvoltare este pe măsura expansiunii tehnologiilor informației și comunicației. O „infrastructură de informație globală” se desfășoară la scară planetară, ca o imensă pânză de pânjen, profitând de digitalizare și favorizând interconexiunea tuturor serviciilor din domeniul comunicației și informației. (Ramonet, 2000:133-134)

Întorcându-ne la metafora lui McLuhan, a extinderii sistemului nervos uman la nivel planetar, punctul de vedere al lui Ramonet este de altă factură: sistemului nervos uman, inclusiv neocortexului, îi se realizează proteze care să reacționeze la anumiți stimuli, care să permit luarea anumitor decizii. Mass-media se implantează în conștiința umană și în oamenii captivi. *Tirania comunicării* de masă se instaurează subtil și controlează nevoile, gusturile, preferințele, dorințele individului conectat la realitate prin tehnologie.

17. Efecte ale mass-media

17.1. Teoria „glonțului magic”. Prima teorie încheiat privitoare la impactul media asupra audiențelor în cadrul comunicării de masă, teoria „glonțului magic” sau a „injecției hipodermice” nu a fost prezentată într-o formă sistematizată sau într-o diagramă structurală precum teoriile și modelele clasice ale comunicării. Mai mult, ea nu a fost însoțită de un suport teoretic valid (sau de validat) din perspectiva epistemologiei popperiene, și nici de studii empirice. Structurarea teoriei s-a produs mult mai târziu, când cercetătorii ai cadrului teoretic al deceniilor 3-4 ale secolului XX au sintetizat câteva direcții în domeniul cercetării comunicării de masă. Astfel, plecând de la studiile despre propagandă ale lui Lasswell (1950) dar și de la studiile sociale ale lui Lippmann (1922) sau Doob (1949), au conturat un context al convingerilor dominante, privitoare la izolarea socială a membrilor comunităților, la setul lor comun de instincte și la interpretarea „uniformă” a evenimentelor de către acestea. În contextul unor asemenea ipoteze, s-a născut ideea „glonțului magic”, constând în explicarea modului de acțiune al mesajelor media care fiind concepute ca gloanțe simbolice, ating receptorii în mod uniform.

Teoria glonțului magic presupune analiza unor reacții de tipul stimul-răspuns, multiplicat, în care indivizii recepționează mesajul în grup, dar acționează ca entități distincte, „egale” ca poziții și valoare (votant, consumatori, suporteri etc.). Această teorie consideră comunicarea drept un proces în care primează efectul, nu schimbul de informații și se construiește pe suportul teoretic oferit de științele sociale - printre care pe conceptul de *societate de masă* al lui Auguste Comte (1826), care nu este capabil să înțeleagă dezvoltările între indivizi, pe conceptul *Gesellschaft* (societate), opus celui de *Gemeinschaft* (comunitate), din studiile lui Ferdinand Tönnies (1887), care presupune o structură impersonală și anonimă, pe izolarea psihologică și anomia specifică *solidarității mecanice* din studiile lui Émile Durkheim (1899) - și de psihologia evoluționistă - psihologia instinctului a lui Darwin (1859). În acest context, dublat de studiile lui Lasswell (1950) privitoare la propagandă și ale lui Lippmann (1922) referitoare la opinia publică, s-a conturat ideea unor mass-media puternice, capabile să influențeze direct audiențele, în sensul obținerii unor rezultate scontate, cum ar fi acordarea votului, cumpărarea anumitor produse etc.

Astfel, teoria glonțului magic era în conformitate cu teoriile generale sociologice și psihologice, așa cum erau ele dezvoltate până la acea vreme. În plus, exista exemplul impactului extraordinar al propagandei din timpul războiului. Aceasta poate oferi dovezi întemeiate că mijloacele mass-media erau puternice, exact în modul dramatic descris de Lasswell atunci

când a concluzionat că ele erau „noul ciocan și noua nicovală a solidarității sociale”. De asemenea, existau fapte aparent de necontestat care înneau de publicitatea de masă din acea vreme, ce dovedeau că mass-media era capabilă să convingă oamenii să cumpere bunuri într-o cantitate și într-o varietate până atunci de neimaginat. Acest crez a consolidat convingerea despre marea putere a mass-media și a întărit aparenta valabilitate a teoriei glonului magic (DeFleur & Ball-Rokeach, 1999:169).

Odată cu abandonul acestor ipoteze științifice, odată cu dărâmarea cadrului în care a fost construit, teoria „glonului magic” a fost abandonată și înlocuită cu teorii ale comunicării având o pregnantă bază empirică.

17.2. Teoria comunicării în doi pași. Unul dintre promotorii empirismului în cadrul științelor comunicării, cercetătorul american Paul Lazarsfeld, doctor în matematică la Universitatea din Viena, a reușit să dea o altă greutate cercetării, comparativ cu orientarea focalizată pe teorie, specifică deceniilor anterioare, și să pună accent pe *studiul efectelor* în domeniul comunicării de masă. Astfel, într-o lucrare devenită celebră, *Mecanismul votului. Cum se decid alegătorii într-o campanie prezidențială*, axată pe studierea alegerilor prezidențiale din Statele Unite din 1940, Lazarsfeld, Berelson și Gaudet s-au oprit asupra identificării modului de cristalizare a opiniunilor de vot și, prin aceasta, a înțelegerii evoluției electoratului în funcție de factorii care determină respectiva evoluție. Nu în ultimă instanță, scopul cercetătorilor americani a fost acela de a canaliza cercetarea efectelor comunicării de masă și a gradului de influență al acestui tip de comunicare.

Referitor la mecanismele comunicării de masă, Lazarsfeld a atras atenția asupra rolului pe care îl deține în *liderii de opinie* (termen nou introdus de Lazarsfeld în studiile americane despre mass-media și comportamentul electoratului), persoane care „joacă un rol de intermediere influent în transmiterea mesajului mediatic spre grupurile sociale” (O’Sullivan, 2001a:192). Rolul de mediator între mass-media și grupurile conferă un statut particular din punct de vedere al structurii mecanismelor de comunicare în masă. Începând cu studiul lui Lazarsfeld, comunicarea de masă este privită ca un fenomen de transmitere a informației/influenței în doi pași. Această structurare poartă numele de teoria celor doi pași ai fluxului de informație (*two steps flow of communication*), teorie care nu suspendă informarea directă, de la sursă, ci care doar accentuează rolul liderilor de opinie în influențarea receptivității anumitor mesaje. Mai mult, Lazarsfeld postulează faptul că cei nehotărâți și cei susceptibili de schimbare sunt influențați preponderent în urma contactelor personale, ceea ce conduce la exercitarea unor „presiuni moleculare” asupra acestora, în sensul omogenizării în direcția schimbării de opinie/atitudine/comportament. „(...) cel mai adesea ideile migrează din radio și ziare către liderii de opinie și de la aceștia ajung la segmentele mai puțin active politic ale populației” (Lazarsfeld *et al.*, 2004:201).

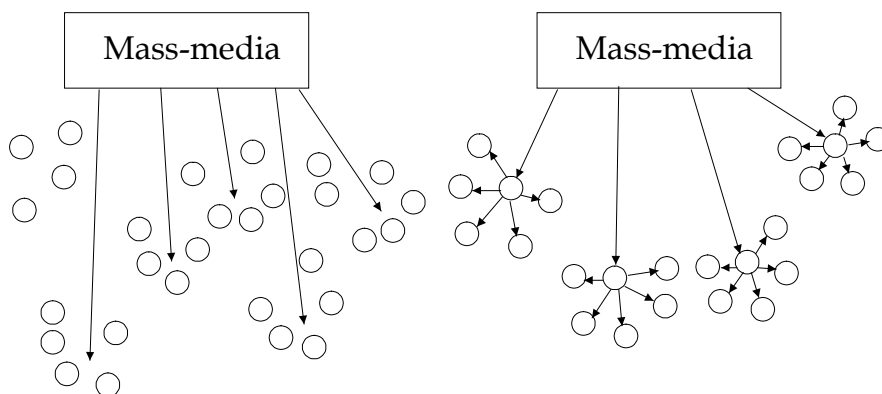


Fig.52 Modelul fluxului în doi pași (dreapta), comparativ cu modelul tradițional (stânga)

Fluxul comunicării în doi pași rezultă din contactul dintre media și grupurile de indivizi, organizate în baza unor norme, interese și valori. Grupul presupune existența unei perspective asupra mesajului comunicării, o poziționare inițială, de care membrii grupului sunt sau nu conștienți. Primul pas este, a adă, contactul media-grup. În interiorul grupului, liderul informal este cel care cunoaște cel mai bine și respectă cel mai fidel normele, interesele și valorile grupului. El este cel care preia mesajul, îl adaptează perspectivei preexistente, îl prelucrează și îl transmite membrilor grupului. Prin aceasta se materializează cel de-al doilea pas în fluxul comunicării, realizat în interiorul grupului de la liderul de opinie la membri.

Rolul studiului lui Lazarsfeld, care a punctat în principal faptul că „mai mult decât orice altceva, oamenii sunt motivați de alți oameni” (Lazarsfeld *et al.*, 2004:208), adică faptul că media nu pot avea efecte maxime în influențarea explicabilă prin apel la teoria „glonului magic”, a fost scos în evidență tocmai datorită punerii în practică a acestuia.

Teoriile atotputerniciei presei, pe lângă faptul că erau simpliste și chiar rudimentare, elimină de fapt agora din viața societății, dizolvă dezbaterile, aneantizează personalitatea, suspendă rolul comunităților. Îndeobște, cercetările și descoperirile lui Lazarsfeld sunt tratate și analizate prin prisma rolului acordat presei, de fiecare dată existând obiecțiuni, să considerăm întemeiate, la adresa efectelor minore ale mijloacelor de comunicare. Nu se au în vedere, sau se au foarte puțin în implicările descoperirilor lui Lazarsfeld pentru reabilitarea a două idei fundamentale. În primul rând, complexitatea vieții sociale. Societatea nu este nici o tabula rasa pe care să se așeze orice mesaj, oricum și oriunde. Societatea este structurată în grupuri și comunități, este traversată de idei și dispute, societatea are valori și opinii, ca și comunitățile și persoanele care o compun. Ea primește și acceptă după ce prelucrează și dezbate. În al doilea rând, nici comunicarea nu este și nu poate fi ceva rectiliniu. Iar cercetările întreprinse de autorul american și colaboratorii săi reprezintă, prin consecințele sale, un efort de reabilitare a

celor două complexități reprezentate de societate și de comunicare. (Dobrescu & Bârgoanu, 2002:169-170)

Grație studiilor lui Lazarsfeld, au reajuns în prim-plan grupurile primare, s-a mutat accentul cercetării comunicării în masă pe relațiile sociale informale și s-a pus în evidență faptul că indivizii nu sunt „egali” în fața mesajului provenit de la mass-media, ci pot avea diferite roluri în receptarea și redirecționarea lor (după prelucrare). *Two steps flow of communication* a fost analizat ulterior, verificat, experimentat, supus unor analize critice, unor revizuirii și prezentat în forme derivate.

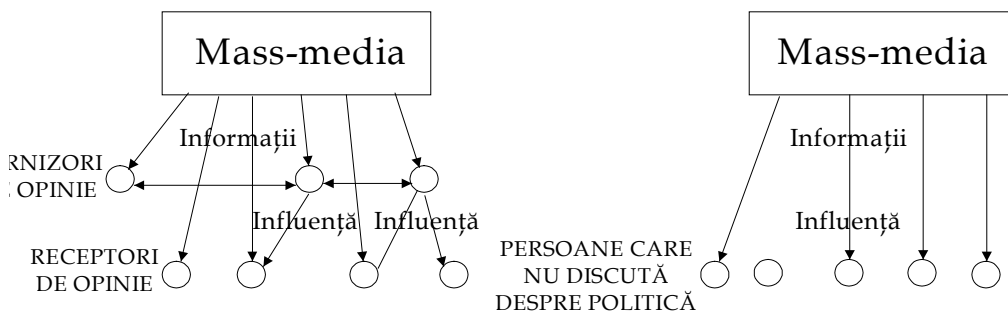


Fig.53 Modelul Robinson al fluxului comunicării mediatice

Unul dintre modelele ulterioare este cel al lui J.P. Robinson (1976:304-319), care, rămânând în contextul analizei lui Lazarsfeld, al dezbaterii opiniilor politice, introduce în schemă și persoanele care nu discută despre politic (*non-discussants*) și care sunt mai „vulnerabile” la influența directă din partea mass-media.

În cadrul comunicării în doi pași balanța „fluxul informației”/„fluxul influenței” se înclină înspre cel de-al doilea element analizat, deoarece mass-media sunt eficiente în transmiterea informației, în timp ce discuțiile interpersonale au rolul de a întări sau de a contrazice respectivul conținut informațional, adică sunt cele care contribuie la schimbările de opinii, atitudini, comportament, conform studiilor cercetătorilor olandezi J.G. Stappers, A.D. Reijnders, W.A.J. Moller (*apud* Van Cuilenburg *et al.*, 2000:243-244).

17.3. Teoria comunicării în pași multipli. Modelul fluxului în doi pași nu a constituit punctul terminus al unui demers firesc de cercetare a modului în care mesajul mediativ ajunge la audiență și are efect asupra acestora. Fluxul în pași multipli (*multi-step flow of communication*) este o extensie logică a acestuia, realizându-se mai multe praguri, mai multe etape în receptarea, prelucrarea și „implementarea” mesajelor, etape dublate de influențe de anumit ordin implicate în transmiterea lor. „Acest model demonstrează o deplasare fermă de la preocuparea referitoare la <ce fac mass-media oamenilor> spre aceea referitoare la <ce fac oamenii cu mass-media>” (O’Sullivan, 2001b:213).

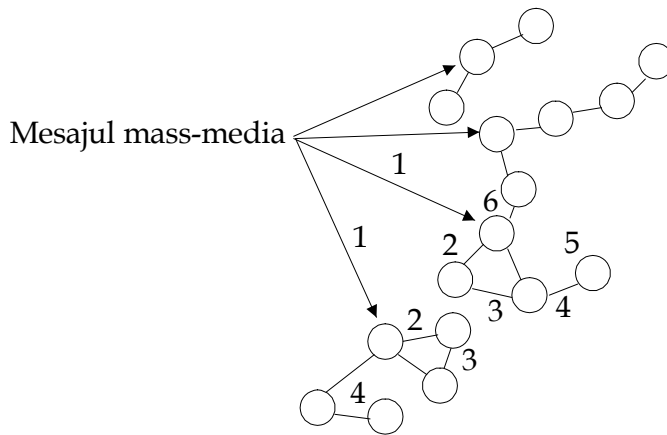


Fig.54 Modelul fluxului comunicării în pași multipli

Fluxul în pași multipli probează faptul că, prin transmiterea de la o persoană la alta, mesajul este distorsionat, nu doar încercat cu conotațiile și valorile individuale ale mediatorilor. În structura modelului în doi pași, construit pe nucleele media, lider și public, apar noi verigi.

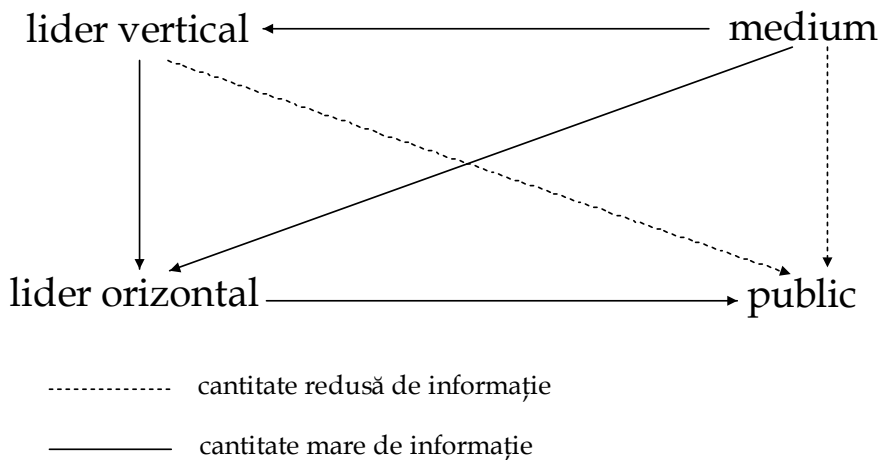


Fig.55 Diagrama van Cuilenburg-Scholten-Noomen a fluxului comunicării în pași multipli

O dezvoltare a acestui model a fost realizată de van Cuilenburg, Scholten și Noomen, care fac diferență între liderul vertical și liderul orizontal și care susțin că mesajele au efecte mai mari dacă se realizează o trecere graduală, prin pași mici, de la nivel mai mare de influență la nivel mai mic, de la consum mediatic ridicat la consum redus și de la influență directă la influență indirectă. Modelul analizat răspunde criticilor modelului lui Lazarsfeld, care diferențiază între lideri și membrii obișnuiți ai audienței, între persoane influente și persoane influențate. Modelul în pași multipli oferă perspectiva asupra

amintitei treceri mediatice, iar prin aceasta asupra procesului lent de diferențiere între lideri și formatori de opinie, pe de o parte, și restul audienței pe de altă parte. Dar nici *multi-steps flow of communication* nu constituie o abordare care să nu fi suportat diferențieri: „Inovațiile tehnologice au creat în domeniul comunicării atât de multe modalități de a comunica, direct și sincron, cu publicul, încât viziunea asupra comunicării în trepte și-a pierdut, în fond, dreptul de existență” (van Cuilenburg *et al.*, 2000:244).

17.4. Introducerea conceptului de *gatekeeper*. Schimbarea centrului de interes de pe indivizii izolați s-a datorat în foarte mare măsură contribuției lui Kurt Lewin (1947). Abordarea lewiniană privitoare la grupuri se întemeiază pe raporturile individ/mediu sau grup/mediu, adică ceea ce, în context situațional, se numește „câmp social”, respectiv pe abordarea holistică a acestora, ca entități distincte, funcționale, nu ca juxtapuneri sau sume de indivizi. Grupul devine astfel un organism distinct, care funcționează grație schimbului/comunicării dintre indivizi.

În acest context, în cadrul grupului se conturează scheme funcționale specifice, care presupun o organizare specifică fluxului comunicational. Lewin introduce în studiul comunicării în cadrul grupului anumite filtre de selecție, devenite „porți” (*gates*), care sunt „paznici” de persoane cu rol de decizie privitor la transmiterea unităților de informație (*gatekeepers*). Mai mult, psihologul american de origine germană transferă problematica selecției în câmpul organizației mediatice și, prin aceasta, în câmpul comunicării de masă.

... o anumită zonă din cadrul canalului poate funcționa ca o „poartă”; multitudinea de forțe dinaintea și de după zona porții este atât de diferită, încât trecerea elementului prin întregul canal depinde într-o măsură de ceea ce se întâmplă în regiunea porții. Acest lucru nu este valabil numai pentru canalul produsului, ci și pentru circulația unei țări printr-un canal de comunicare dintr-un grup, pentru circulația membrurilor și deplasarea socială a persoanelor din multiple organizații (...)

Secțiunile porții sunt conduse de reguli imparțiale sau de „paznici” (*gatekeepers*). În ultimul caz, un individ sau un grup are „puterea” de a lua decizia: „în untru” sau „în afară”. Pentru a putea înțelege mecanismul de funcționare a porții, trebuie deci înțeleși factorii care determină deciziile paznicilor; schimbarea unui proces social poate fi realizată prin influențarea sau înlocuirea paznicilor (Lewin, 1947/2001:98).

În cadrul comunicării de masă, *gatekeeper*-ii sunt văzuți ca „unități” ale procesului mecanicist al comunicării, având rolul de a selecta/bloca unitățile de informație în cadrul fluxului comunicational. Selectarea se poate realiza și în pași multipli, cu „deschiderea” succesivă de porți (reporteri– editori), astfel încât informația să ajungă la public, dar un rol important în ceea ce privește modul în care se realizează transmiterea setului de valori îl are sistemul de valori al *gatekeeper*-ului. Nu foarte importante sunt condițiile de muncă și instanțele identificabile de control (de tip juridic, birocratic, politic sau

comercial), care obligă *gatekeeper*-ul la un anumit tip de filtrare” (O’Sullivan, 2001c:152). Constrângerile formale sunt dublate, a adar, de gradul de influență a grilei proprii de valori asupra conduitei „paznicului”. Conceptul de *gatekeeper* a marcat o etapă importantă în studiul comunicării de masă, la fel ca cel de lider de opinie. El a fost preluat de D.M. White (1950), care l-a transferat în câmpul comunicării de masă studiind deciziile editorilor de a respinge anumite tiri (cea mai semnificativă activitate de „gatekeeping”), iar ulterior a fost utilizat în modele ale comunicării de masă, (cum ar fi modelul clasic Westley-MacLean, 1955), constituindu-se într-un prag în dezvoltarea modelelor mecaniciste.

17.5. Efecte ale comunicării de masă. Dintr-o anumită perspectivă, studiile influenței interpersonale în cadrul grupului au lăsat deschisă posibilitatea percepției comunicării de masă ca un flux *dinspre* oameni și nu ca un flux *cu* oameni. A adar, mass-media pot fi privite drept instrumentele prin care se comunică (atât cu scopul de a se transmite informație, cât și cu scopul de a se influența), efectele comunicării depinzând de capacitatea de „utilizare” optimă a acestor mijloace. În acest sens și în continuarea studiilor lui Lazarsfeld s-a conturat un model de comunicare, propus de Marten Brouwer (1967:227-239), care a asociat comunicarea de masă cu o ciupercă, partea vizibilă a acesteia reprezentând mass-media, iar miceliul fiind rețeaua complexă de relații interpersonale din cadrul grupurilor. În aceste condiții, efectele mass media sunt efecte interpersonale obișnuite în cadrul unui proces lent de cristalizare, realizate *prin* intermediul mijloacelor de comunicare în masă. Majoritatea acestor efecte privesc modul de formare a opiniilor și trimit cu tre studiul sociologiei opiniilor, dar o parte dintre ele se referă la efectele cumulative, asupra sistemelor de valori ale societății. Legătura cu modelele, teoriile și paradigmele comunicării nu este directă, dar este necesară trecerea în revistă a acestor efecte ale mass media pentru a putea avea o perspectivă mai largă asupra modelelor comunicării de masă.

Studiile lui Lazarsfeld *et al.* (1940) nu au avut rezultate doar în domeniul comunicării de masă. Plecând de la ideea cercetării predispozițiilor/preferințelor, continuând cu studiul presiunilor încrucișate și cu acțiunea efectivă (materializată prin vot), Lazarsfeld își menține zona de interes în domeniul politic. Cercetătorul american găsește în proiectarea teptării în raport cu intenția de vot un răspuns posibil, în care a teptarea este considerată consecință a intenției. Tot el a lansat și ideea că a teptările cu privire la cine va câștiga influențează votul. Cu alte cuvinte, „oamenii doresc să fie de partea câștigătorului (efectul bandwagon)” (Dobrescu & Bârgoanu, 2002:166).

Plecând de la *bandwagon effect*, Elisabeth Noelle-Neumann (1974/2004) a continuat studiul în zona „majorității tăcute”, construind o teorie a formării opiniei publice în baza percepției climatului opiniei. Amենina și izolarea, indivizii care au o opinie diferită de cea simbolic majoritară părăsesc tărâmul.

Această teamă de izolare îi face să urmărească permanent care sunt opiniile și comportamentele acceptate în mediul lor și ce este condamnat; de asemenea, ce opinii și comportamente iau amploare și care anume pierd teren. Teoria vorbește și despre un simț cvasistatic, care îi ajută pe oameni să ajungă la această evaluare. Rezultatul acesteia le influențează comportamentul general și verbal. Dacă ei cred că se află în consens cu opinia publică, iau parte la discuții siguri de sine, atât în sferele private, cât și în cele publice, manifestându-și convingerile, de exemplu, prin însemne și alte simboluri vizibile în public. Dacă, însă, au impresia că se află în minoritate, devin precauivi și tocmai prin această înținând și mai mult impresia că tabăra din care fac parte este slabă – până când această tabără se reduce sever la un mic nucleu dur, care nu renunță la valorile trecute, sau până când li se interzice să se exprime. (Noelle-Neumann, 2004:257-258)

Un rol important în formarea și/sau accelerarea spiralei tăcerii îl au mass-media, care să descopere stereotipuri, atrag atenția asupra agendei și influențează percepția individualului asupra majorității simbolice.

Din perspectiva modelelor și teoriilor comunicării, studiul spiralei tăcerii nu interesează în mod direct, dar, reprezentând o reacție deschisă la exprimarea aprobării sau dezaprobării, respectiv oferind cadrul integrării sociale, ceea ce presupune în viziunea lui Werner S. Landecker (1952:394-400) integrare culturală, normativă, funcțională și *comunicativă* (Dobrescu & Bârgoanu, 2002:169-170), am ales să facem o scurtă referire la această teorie, dat fiind capacitatea explicative și susinerii anumitor opinii. Dar tocmai această intruziune a teoriei spiralei tăcerii în câmpul comunicării constituie principala critică sa; spațiul comunicării nu poate fi și nu trebuie să fie confundat cu spațiul politic.

O altă ipoteză despre efectele mass-media asupra comunicării s-a conturat în teoria numită *agenda setting*, care susține că oamenii tind să adopte ordinea de prioritate a problemelor stabilită de mijloacele de comunicare în masă. Teoria se bazează tot pe studii empirice, realizate de Maxwell McCombs și Donald Shaw (1972), care au ajuns la concluzia că

membrii audienței află despre problemele publice din mass-media; în același timp, află cât de importantă este o temă sau problemă, în funcție de importanța pe care media o acordă anumitei teme sau probleme. De exemplu, atunci când relatează ce spun candidații în timpul campaniei, mass-media pare să hotărască care sunt problemele importante. Cu alte cuvinte, mass-media stabilesc agenda campaniei. Această capacitate de a produce efecte la nivel cognitiv reprezintă unul dintre cele mai importante aspecte ale puterii mass-media. (McCombs & Shaw, *apud* McQuail, Windahl, 2001:87)

Teoria *agenda setting*, la fel ca spirala tăcerii, se referă în principal la mecanismele prin care se creează și se consolidează opinia publică. Privitor la efectele acestei teorii asupra conturării de modele de comunicare în masă, s

not m c stabilirea agendei se realizeaz de c tre media, în calitate de intermediar sau ca surs , activând într-un cadru de interac iune permanent cu propunerile venite dinspre opinii i dinspre public. Mass media are rolul de a stabili ce „por i” trebuie deschise în ceea ce prive te transferul unit ilor de informa ie.

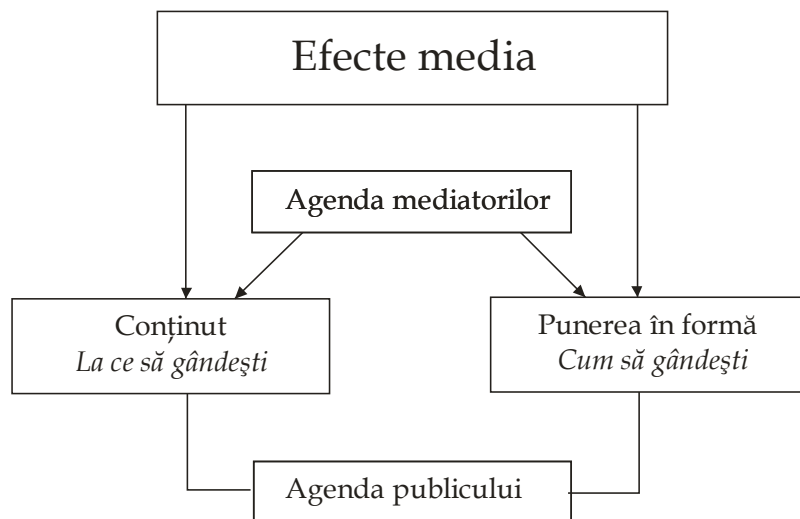


Fig.56 Modelul agenda setting (apud Michel, 2005:25)

Chiar dac este deliberat sau nu, stabilirea agendei de c tre media este un fapt probat prin cercet ri, iar conturarea agendei este rezultatul unui proces de influen , inten ionat prin comunicarea de mas .

O alt teorie de referin în ceea ce prive te efectele mass-media este teoria utiliz rilor i recompensei. Cercet torii americani Wilbur Schramm, Jack Lyle i Edwin Parker (1961) au studiat gradul de „activism” a receptorilor în comunicarea mediatic , ajungând la concluzia c ace tia selecteaz în func ie de nevoile proprii legate de divertisment, informa ie, utilitate social , conducând la înv area prin observare. Teoria utiliz rilor i recompenselor (*uses and gratifications theory*), formulat astfel de J.G. Blumler i Elihu Katz (1974), subliniaz faptul c mass-media servesc satisfacerii trebuin elor personale. Practic, individul apeleaz la un anumit tip de programe, la anumite televiziuni în func ie de nevoile sale de informare, de nevoia de confirmare a identit ii proprii, de nevoia de integrare i interac iune social i, nu în ultimul rând, de nevoia de divertisment.

Derivat direct din teoria utiliz rilor i recompenselor, modelul circular al media, elaborat de Elihu Katz, M. Gurevitch i H. Hass (1973:164-181)²⁹

²⁹ Katz, Gurevitch i Hass au studiat, în acest sens,

„1. originile sociale i psihologice

2. ale trebuin elor care creaz

3. a tept ri fa de

aduce în prim plan o nouă tipologie a trebuințelor satisfăcute prin apel la mass-media. Nevoile sunt de natură cognitivă, afectivă, de integrare, de consolidare a relațiilor cu mediul și de evaziune. Studiul sus-amintit a confirmat faptul că pentru respectivele nevoi identificate există surse de satisfacție cu un rol mult mai important, în afară de mediul social de proveniență.

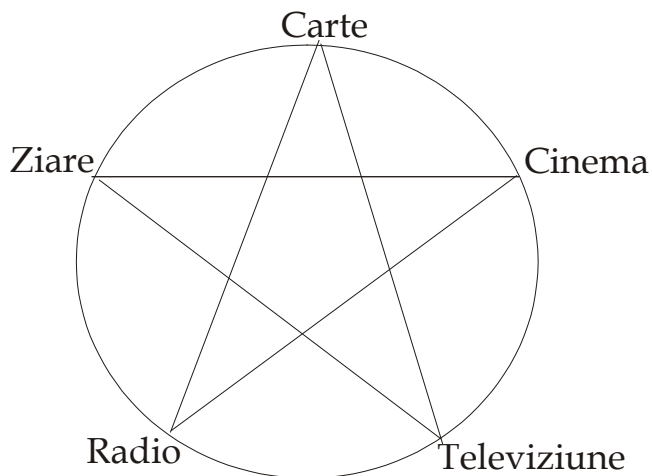


Fig.57 Modelul circular al media

Modelul circular al media scoate în evidență un alt tip de clasificare al acestora, în funcție de aspectele psihice și sociale care însoțesc utilizarea lor, respectiv existența unei relații circulare, în care ordonarea se face în funcție de gradul de interanjabilitate/complementaritate. În modelul circular al lui Katz *et al.* (1973), media sunt ordonate în raport cu complementaritatea lor în înțelesul utilizatorilor, care vor apela, în lipsa medium-ului preferat, la un alt medium din imediata vecinătate.

Derivat tot din teoria utilizării și recompenselor, plecând tot de la activarea receptorilor și de la „învrăjire” este și teoria cultivării. Aceasta are la bază tot studii empirice și se referă la faptul că expunerea mediatică are efecte graduale și cumulative în ceea ce privește adoptarea de concepții despre viața socială în concordanță cu stereotipurile oferite sistematic prin intermediul televiziunii. Sub influența narativelor televizuale se creează o grilă perceptivă, respectiv o viziune despre lume și viață. „Cultivarea” prin intermediul televiziunii, așa cum a văzut-o George Gerbner *et al.* (1994), nu se referă doar la influența asupra indivizilor, ci și la focalizarea asupra mediului simbolic.

4. mass-media și alte surse, care conduc la

5. modele diferite ale expunerii la mesajul mediatic (sau implicarea în alte activități), având ca rezultat

6. satisfacerea acestor trebuințe și

7. alte consecințe, dintre care, cele mai multe sunt, probabil, neanticipate” (Dobrescu & Bârgoanu, 2002:185)

Cultivarea presupune două etape, „învățarea” și „constituirea”, pentru conturarea primei etape fiind nevoie de abilități individuale, strategii de concentrare, atenție și participare (în cadrul „ritualului televizual”), pentru constituire fiind nevoie de consonanță dintre valorile mediului social și valorile promovate prin intermediul media.

Procesele profunde, de durată și cumulative la care este supus individul în contact cu mijloacele de comunicare în masă nu au efect direct asupra comunicării ca schimb de informație, dar au un rol hotărâtor în ceea ce înseamnă modelarea sistemelor de valori sociale și culturale, a adică un rol hotărâtor în ceea ce privește conturarea comunicării ca proces de interacțiune în timp între oameni cu personalități distincte și promotori ai anumitor sisteme de valori.

18. Modele și teorii ale comunicării de masă

18.1. Teoria disonanței cognitive. Leon A. Festinger a studiat comunicarea de masă din perspectiva teoriilor consistenței cognitive, elaborând o nouă teorie, a disonanței. El a identificat în deciziile, informațiile, alegerile noi o sursă de dezechilibru, de discordanță cognitivă. Pentru echilibrarea relației, conform studiilor lui Festinger (1957/1962), individul caută informația care sprijină alegerea făcută. Practic, teoria disonanței cognitive continuă teoriile lui Heider, Newcomb și Osgood-Tannenbaum, aplicând-o la comunicarea mediatică. Cele patru teorii se referă la o zonă comună de studiu și pot fi reunite într-o singură teorie generală, care ar putea avea următoarea formă:

Confruntat cu idei sau cogniții inconsistente, individul trece printr-o stare psihologică neplăcută, în consecință, va căuta să impună ideilor sale consistența necesară (van Cuilenburg *et al.*, 2000:249).

Perspectiva lui Festinger este dihotomică, el identificând două tendințe: una spre consens (convergență), cealaltă spre polarizare (divergență). Consonanța și disonanța cognitivă sunt definite în raport cu preponderența consensului/polarizării, adică în raport cu distanțarea față de sau cu asimilarea opiniilor comunicate în masă. Astfel, disonanța cognitivă este percepută ca fiind „o stare de dizarmonie, inconsistență sau conflict între atitudinile, credințele și valorile organizate în sistemul cognitiv al individului” (O’Sullivan *et al.*, 2001:117). Studiile media sunt interesate în special de modul în care punctele de vedere ale surselor mediate conduc la consonanță, adică în ce măsură procesul de influențare este eficient. Din perspectiva teoriilor comunicării, accentul cade pe transmiterea și filtrarea mesajelor de către receptori și nu pe diminuarea anselor de apariție a disonanței. În principiu, schema structurală a influențării din perspectiva lui Festinger face trimitere la rolul normelor sociale sau al implicării personale la recrearea echilibrului/concordanței pierdute ca urmare a difuzării/emiterii în masă de noi mesaje. Normele sociale (sau de grup) imprimă o oarecare rezistență la modificarea opiniei, dat fiind influența culturii de grup, favorizând mai degrabă o schimbare de atitudine față de emitent. Implicarea de sine presupune compararea informațiilor cu convingerile și credințele proprii, producând o reevaluare a opiniilor emitentului în funcție de gradul ancorării într-un sistem rigid de concepții sau în funcție de ideologia care îi pune amprenta asupra individului.

În linii mari, individul intră în contact cu sursele de informație și recepționează mesajele selectiv, oprindu-se asupra aceluia care sunt în concordanță cu concepția proprie asupra lumii. El încearcă să se opună informațiilor noi, să le devalorizeze, iar în cazul în care apare disonanță

cognitiv , tinde s o reduc , s scad importan a întregii probleme disonante, prin apel la credin ele, atitudinile i valorile proprii sau la normele de grup. Aceast teorie postuleaz faptul c indivizii sunt motiva i s restabileasc echilibrul prin reducerea disonan ei, a st rii de dizarmonie, iar prin aceasta s men in /ob in un set de atitudini, credin e i valori bine organizate i consistente. Practic, reechilibrarea se realizeaz prin punerea în balan a trei factori: opinia preexistent despre un obiect/eveniment, opinia emitentului despre obiect/eveniment i aprecierea de care se bucur emitentul în ochii receptorului mesajului. Re-echilibrarea se poate realiza în dublu sens: fie prin modificarea percep iei fa de surs , fie prin modificarea opiniei/atitudinii avute fa de obiect.

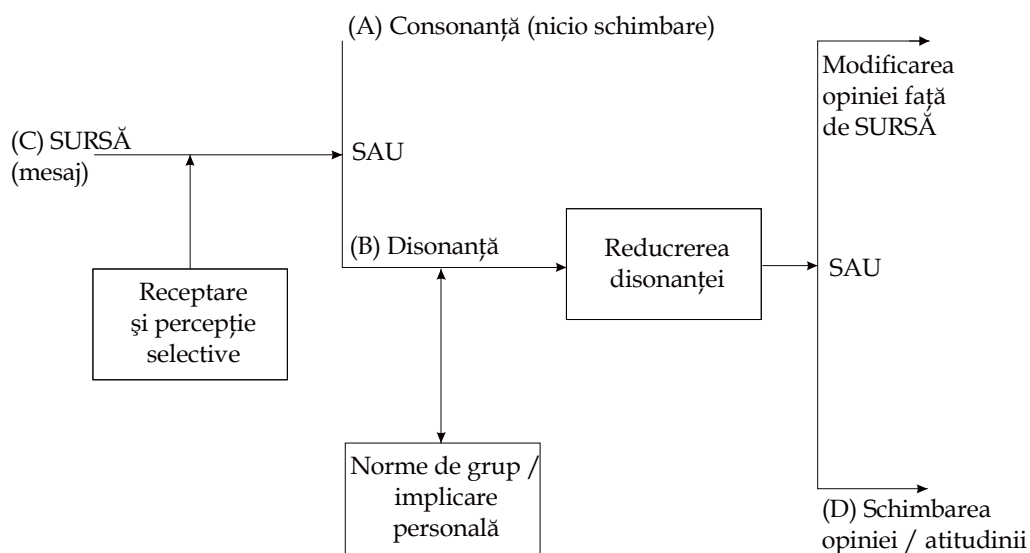


Fig.58 Schema structurală a modelului disonanței/consonanței cognitive în prezentarea algoritmică a lui van Cuilenburg și Noomen (*apud* McQuail & Windahl, 2001:36)

Studiile sociale indic o activare lentă sau menținerea posibilității în stare de latență în ceea ce privește normele de grup sau implicarea personală, la diferențe mici dintre mesaj și percepția anterioară. În cazul unei schimbări radicale, a unui mesaj presupunând diferențe mari față de percepția anterioară, normele de grup și setul de convingeri/credințe tind să se activeze, conducând la consonanță prin modificarea opiniei față de sursă (pierderea credibilității acesteia). Are loc așa-numitul „efect de boomerang”. Dimensiunea diferenței de opinie dintre emițător și receptor a constituit obiectul unui alt studiu, al lui J.O. Whittaker (1967:159-177), care a ajuns la concluzia că diferențele mici de opinie determină o schimbare continuă a opiniei publice, în timp ce diferențele mari activează normele de grup și implicarea de sine, conducând la fortificarea opiniei pre-existente despre obiectul/evenimentul care constituie sursa inconsistenței cognitive. Conform studiilor empirice ale lui Whittaker, dimensiunea diferenței de opinie între opinia pre-existentă a receptorului asupra

subiectului și cea a emițătorului poate fi reprezentat printr-un grafic precum cel din fig.65.

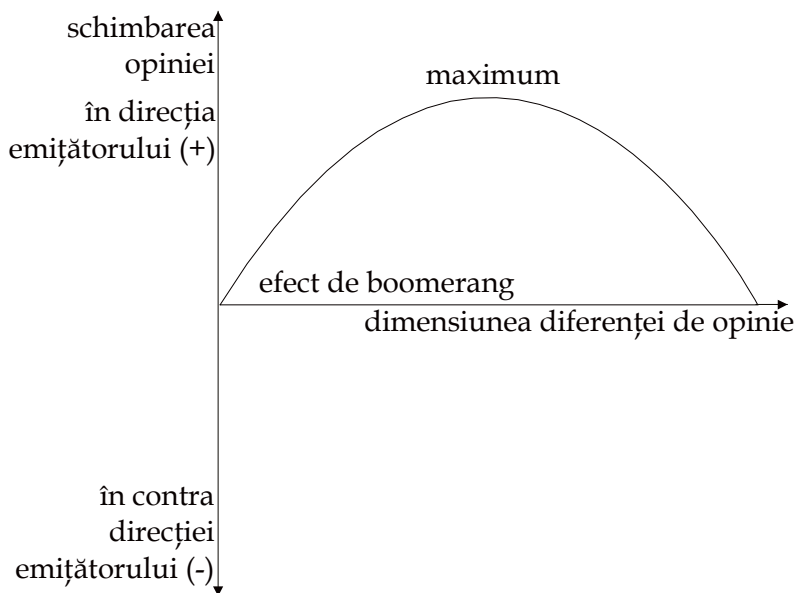


Fig.59 Influența diferenței de opinie (apud van Cuilenburg *et al.*, 2000:253)

Teoria disonanței cognitive se poate aplica și în cazul studiului indivizilor care au anumite convingeri, dar care sunt obligați să susțină contrariul. Acest subiect a stârnit interesul unor cercetători ca Janis și King (1954:211-218) înainte ca teoria disonanței cognitive să se fi articulat; ei au arătat că opinia privată se modifică în strânsă legătură cu comportamentul indivizilor sau atitudinea manifestată în public.

În mod particular, ei au arătat că dacă o persoană este obligată să improvizeze un discurs susținând un punct de vedere cu care nu este de acord, poziția sa se îndreaptă spre poziția susținută în discurs. (Festinger & Carlsmith, 1959:203)

Practic, disonanța dintre opinia privată a individului și cea exprimată public este o sumă de disonanțe și consonanțe privitoare la cele două puncte de vedere contrare, „X” și „non X”. Pentru reducerea disonanței, „dacă unei persoane i s-a îndus să facă sau să spună ceva contrar opiniei sale private, va exista o tendință a acestuia să își schimbe opinia pentru a fi pus în corespondență cu ceea ce a fost făcut sau spus” (Festinger & Carlsmith, 1959:210), presiunea reducerii disonanței fiind direct proporțională cu amploarea acesteia.

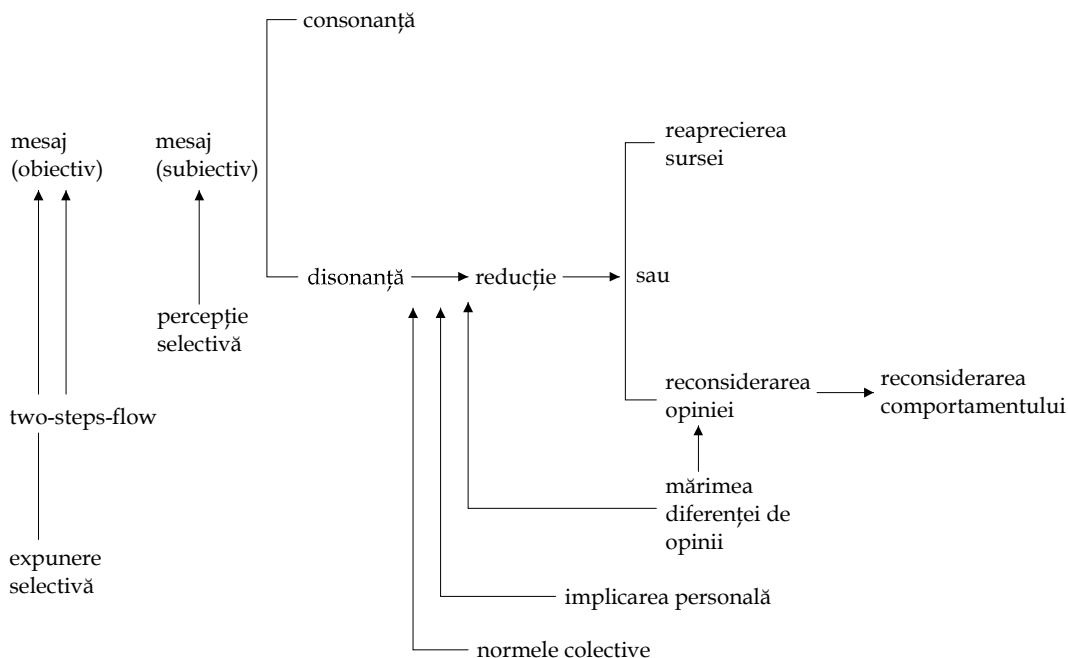


Fig.60 Ansamblul factorilor de influență a mass-media (apud van Cuilenburg *et al.*, 2000:235)

Într-un model integrat al influențelor, luând în calcul atât teoria lui Festinger cât și alte teorii sociale, influența mass-media poate fi reprezentată ca în figura 60. Prin intermediul teoriei disonanței cognitive au fost ignorate, pe de o parte, tipurile diferite de comportament în momentul luării unei decizii (ceea ce indică faptul că oamenii reacționează diferit față de provocările noi, considerate motiv de discordanță), faptul că indivizii au o atitudine diferită față de risc și adoptă strategii diferite de gestionare a riscurilor și, nu în ultimul rând, că apar în unor medii culturale diferite, ceea ce presupune luarea în calcul contextului, în afara deja amintitelor norme de grup și implicări personale pentru reducerea disonanței.

18.2. Modelul Westley-MacLean. Acest model, propus de Bruce Westley și Malcolm S. MacLean (1955/1957), derivă din necesitatea marcată a diferențelor între comunicarea interpersonală și comunicarea de masă. Spre deosebire de comunicarea interpersonală, în cazul comunicării de masă feedback-ul este minim sau întârziat, receptorul se raportează la un număr mai mare de surse media, între care poate să aleagă, respectiv la un număr mai mare de obiecte din exterior, față de care are anumite atitudini.

Modelul inițial Westley-MacLean (1955) este, a adă, o adaptare a modelului ABX, care prestează notațiile lui Newcomb și în care, la triunghiul original ABX₁ se adaugă obiectele (temele) X₂-X_n. Receptorul (B) are acces direct la obiectul X₁ sau poate avea cunoștințe de acesta. A adă, la triunghiul

ABX_1 se adaug posibilele triunghiuri $ABX_m, m=1..n$, sugerate prin rela iile $X_m A$, întregul construct fiind o extindere a triunghiului lui Newcomb.

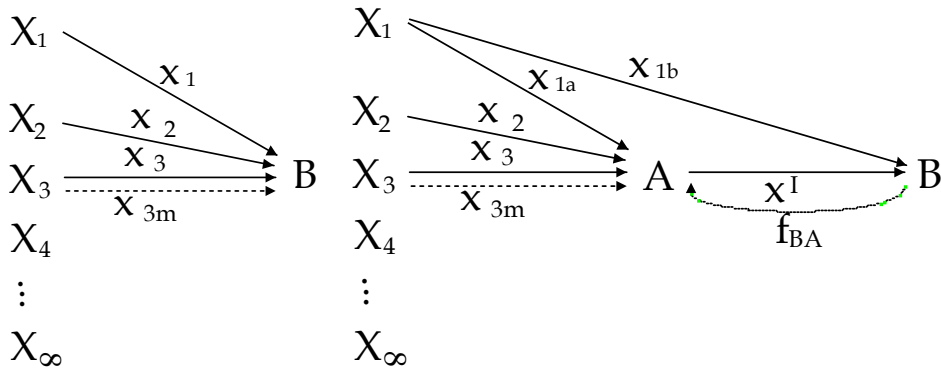


Fig.61 Modelul ini ial Westley-MacLean

A doua modificare a schemei presupune ad ugarea unui element nou, C, canalul, care ine loc de codificator neinten ionat, ac ioneaz în numele lui B i extinde mediul social al lui B. Prin aceasta se adaug schemei func ia editorial-comunica ional , cu rolul de a satisface neutru nevoile receptorului, transmi ând mesajele sursei sociale A de interes pentru receptor. Aceast func ie implic procesul editorial, de publicare/difuzare i de selec ie, toate con inute în elementul C.

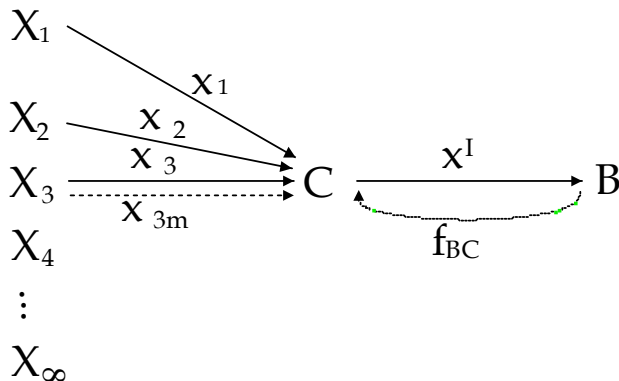


Fig.62 Introducerea func iei editorial-comunica ional

Mul imea obiectelor X_m reprezint temele de interes la care se raporteaz sursa social . Sursele sociale nu sunt simpli emi tori, ci entit i care inten ioneaz modific ri de opinie, atitudine i comportament din partea receptorului.

A corespunde unui rol de „protagonist” i se refer la pozi ia persoanelor particulare sau a organiza iilor care au de transmis publicului larg ceva despre X. Ei pot fi politicieni, speciali ti în publicitate i alte surse detiri.

Ideea implicit coninut în termenul de „protagonist” este c A desemneaz emi tori care au un scop (McQuail, Windahl, 2001:40-41).

În această nouă expunere, Westley și MacLean fac apel la trei tipuri de reacții de autoreglare, f_{BA} , f_{BC} și f_{CA} vizând răspunsuri/reacții la exprimarea opiniei/poziției lui A despre o temă de interes public, X_m , la emi tor direct de la receptor, la emi tor de la sursa mediatică, respectiv la canal de la receptor. Modelul modificat al lui Westley-MacLean face clar demarcațiile între comunicarea de masă cu rol informativ și cea cu rol de influențare, fiind primul care subliniază efectiv caracterul persuasiv vizat printr-un anumit segment al comunicării de masă, datorat *gatekeeper*-ilor, la sursele sociale care selectează subiectele/temele de interes public.

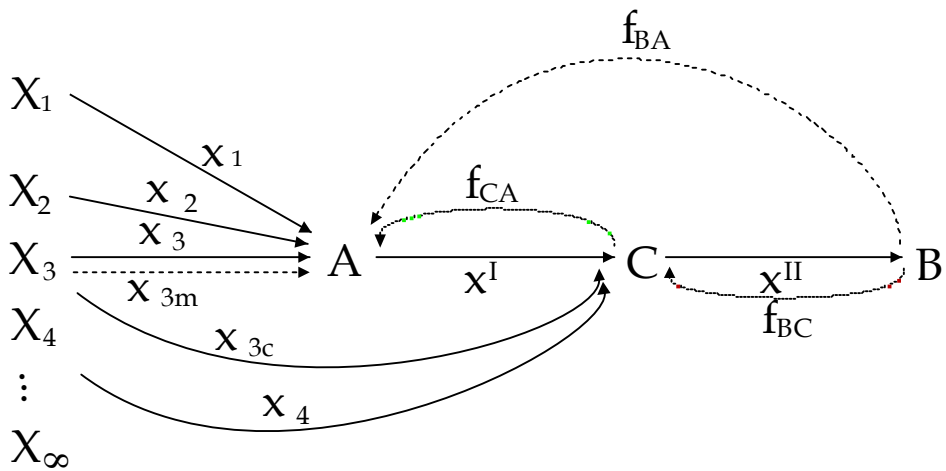


Fig.63 Modelul elaborat Westley-MacLean

Practic, această ultimă formă de prezentare a comunicării de masă prin introducerea modelului Westley-MacLean atrage atenția asupra limitărilor posibilităților de echilibrare/corelare. Elementele A și C joacă rolul dominant, în timp ce B se află la dispoziția acestora. Aceasta este, de altfel, diferența fundamentală dintre dezvoltările ulterioare ale teoriei consistenței cognitive prin prisma modelelor lui Festinger, respectiv Westley și MacLean. De altfel, această constatare constituie și principala critică a modelului. Modelul ilustrează situația ideală a comunicării de masă, în care interesele emi torului și receptorului se autoreglează / armonizează. Realitatea oferă o viziune diferită, marcată de controlul politic, economic sau simbolic al *gatekeeper*-ilor asupra instituțiilor media, schimbul de informații și filtrarea acestora. În plus, alegerea temelor de interes public fiind condiționată de asemenea intervenții. Realitatea oferă o perspectivă diferită și în ceea ce privește lipsa coerenței intenționale în comunicarea de masă față de caracterul integrat, intenționat de model.

18.3. Modelul corelației dinamice. Nescurt din teoriile consistenței sociale și din preocupările timpurii legate de interacționismul simbolic,

corela ia dinamic (*co-orientation approach*) reprezint o abordare dintr-o perspectiv dinamic a comunic rii interpersonale i intergrupale cu raportare la teme de interes general. Modelul, care este cunoscut i sub numele de *kite co-orientation model*, dup numele pe care i l-au dat McLeod i Chaffee (1973), a fost prima dat desenat pe ghea a lacului Harlov din Suedia i transfer triunghiul comunic rii interpersonale în plan mediatic, prin raportare i la mijloacele de comunicare în mas . Rela ia linear A-B din modelul Newcomb devine o structur triunghiular , în care „elitele” comunic cu „publicul” prin intermediul „media”. Obiectul de interes al comunic rii din mediul comun al celor doi actori devine un set de „teme” de interes public.

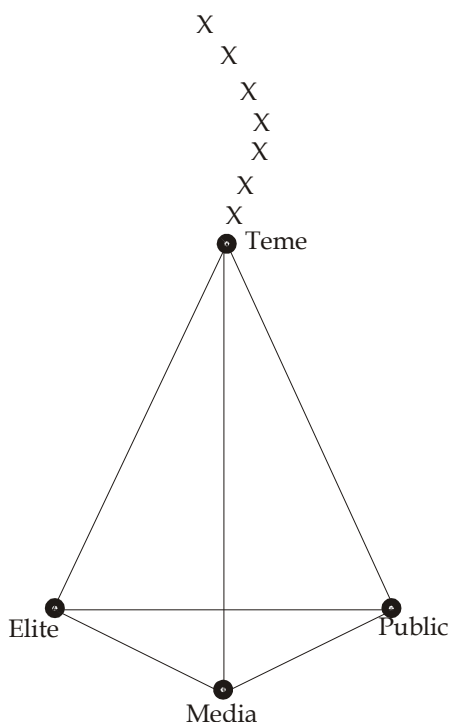


Fig.64 Modelul corela iei dinamice (*kite co-orientation model*) (apud McQuail & Windahl, 2001)

Practic, acest model este o reprezentare de alt factur a modelului Westley-MacLean, în care lui A îi corespund elitele, lui B îi corespunde publicul, lui C media, iar valorilor $X_m, m=1..n$ le corespund temele. În linii mari, comunicarea p streaz structura triunghiular a modelului Newcomb, la care se adaug componenta mediat . Aceast nou abordare vizeaz o atingere a concordancei/simetriei prin schimbarea atitudinii între cei doi actori ai comunic rii sau prin schimbarea perspectivei asupra obiectului exterior, referentului, temei de discu ie, i prin raportare la media. Triunghiul elite-media-public devine în sine o structur care se supune principiului simetriei newcombiene. În acest caz, discordancele elite-public duc la o orientare a

publicului spre media; relația dintre elite și media poate influența percepția publicului despre elite, atitudinea publicului față de media poate determina o schimbare a atitudinii față de elite sau o reorientare a elitelor spre alte canale de comunicare.

Ca și în cazul disonanței cognitive (Festinger), discordanțele elite-public pot conduce la orientarea publicului spre alte surse, spre investirea cu credibilitate a altor surse. Dezacordul de opinii, decredibilizarea surselor poate induce o încercare de manipulare prin schimbarea (aparent) a atitudinii față de teme, prin manipularea percepției publicului asupra temei, prin influențarea în mod direct a evenimentelor sau prin controlul asupra canalelor de comunicare în masă. Introducerea media drept al patrulea element în schema anterioară nu este întâmplătoare, cum nu este întâmplătoare nici extinderea rolului unui canal la nivelul obiectului și subiectului comunicării publice. Legitimarea media drept sursă de informare este probată începând cu studiile în domeniul din a doua jumătate a secolului trecut. Mai mult de atât, cadrul de referință poate fi lărgit, actorul principal fiind de această dată media. Cu toate acestea, modelul corelației dinamice nu aduce îmbunătățiri substanțiale teoriei simetriei, el ajutând la înțelegerea rolului actorilor, nu și la realizarea echilibrului.

18.4. Modelul „patrulaterului torsionat”. Studiind noile relații dintre media și aplicând modelul clasic emițător – receptor la comunicarea în masă, francezul Pierre Schaeffer (1970) găsește că în cadrul acestui model se interpune un mediator, producătorul. Modelul simplificat al acestuia poate fi redat printr-un triunghi, ale cărui vârfuri sunt reprezentate de autor, producător și public, relația autor – public nefiind directă.

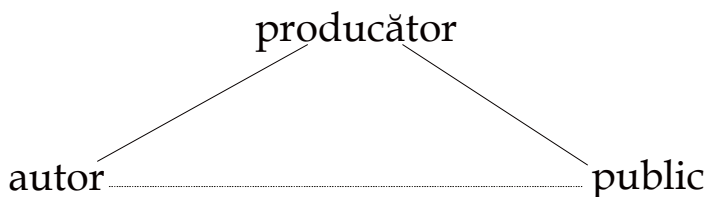


Fig.65 Modelul simplificat al comunicării de masă

Relația autor-public se realizează printr-un intermediar, producătorul, care joacă rolul de mediator și care este în relație cu o parte din grupul de programare și cu puterea politică (mijloacele autorizate). Triunghiul inițial se transformă în patru triunghiuri, dar totodată poate fi extins la câte două seturi de triunghiuri mai mari, după „diagonala profesională” și după „diagonala puterii”, respectiv în două patrulatere, punând în evidență fie o arie vizibilă, evidențiind triunghiul prezentat mai sus, fie una ascunsă, punând în evidență relația producătorului cu grupurile autorizate și cu grupurile de programare.

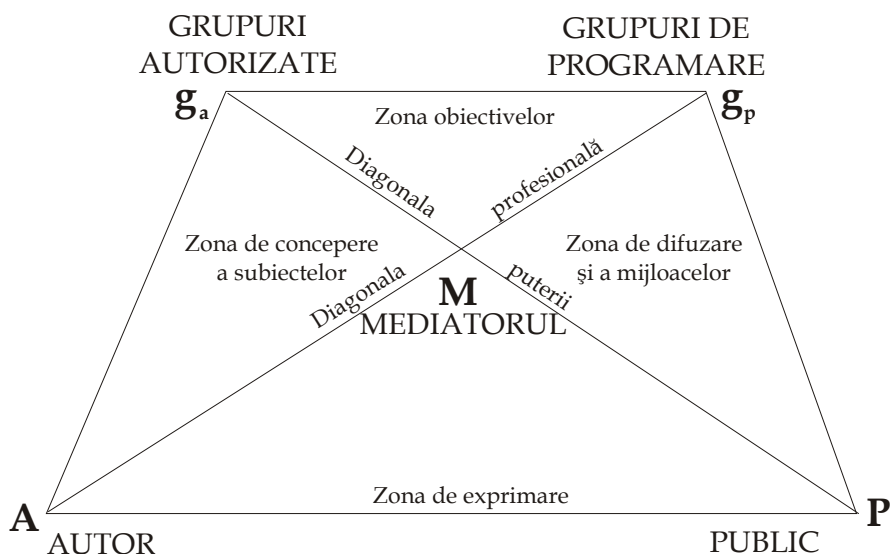


Fig.66 Modelul „patrulaterului torsionat” al lui Schaeffer (apud Lohisse, 2002:95)

Practic, în continuarea studiilor întreprinse de Westley și MacLean, Pierre Schaeffer proiectează mai mult lumină asupra intermediarului, a mediatorului, pe care îl încadrează într-un patrulater deformat/deformabil, ale cărui vârfuri sunt reprezentate de autor, de grupurile autorizate, de grupurile de programare și de public, la intersecția „diagonalei profesionale” cu „diagonala puterii”. Prin intermediul acestui model, Schaeffer atrage atenția asupra faptului că în cadrul schimbului mediatic sunt activate o serie de „dialoguri”. Astfel, în „zona de exprimare” se activează dialogurile autor-mediator, autor-public și mediator-public (cel mai pregnant, presupunând actul efectiv de comunicare, corespunzător relației C-B din precedentul model). În culisele comunicării mass-media, în așa-zimta „zonă a obiectivelor”, asupra mediatorului se fac presiuni prin intermediul grupurilor autorizate (a grupurilor de putere) și a celor de programare. Celelalte două triunghiuri, mai puțin relevante din punct de vedere al tipurilor de „dialoguri” activate, vizează funcția de „gatekeeping” („zona de concepere a subiectelor”), respectiv funcția tehnică („zona de difuzare și a mijloacelor”). Poziția mediatorului pe cele două diagonale nu este fixă, iar dimensiunile acestora nu sunt identice. În funcție de locul în care se situează mediatorul are loc deformarea patrulaterului, acesta având posibilitatea de a ocupa o poziție specială în raport cu oricare dintre cele patru vârfuri ale patrulaterului.

18.5. Modelul convergenței comunicaționale. Comunicarea presupune situarea, în cele mai numeroase cazuri, pe pozițiile convergenței, în contextul acordului, consensului, consonanței la un grad din ce în ce mai ridicat. Comunicarea în sine presupune o punere în acord, o aliniere, o ajungere la o posibilă plajă de valori comune, o negociere. În perspectiva lui Rogers și Kincaid (1981), comunicarea reprezintă de fapt un proces de negociere de pe

poziții consonante sau aparent consonante, în urma creia transferul de informații se realizează pe plaja de valori comune. „Comunicarea este un proces în care participanții creează și schimb informații între ei, pentru a ajunge la înțelegere reciprocă”, notează Rogers (apud McQuail, Windahl, 2001:40-41).

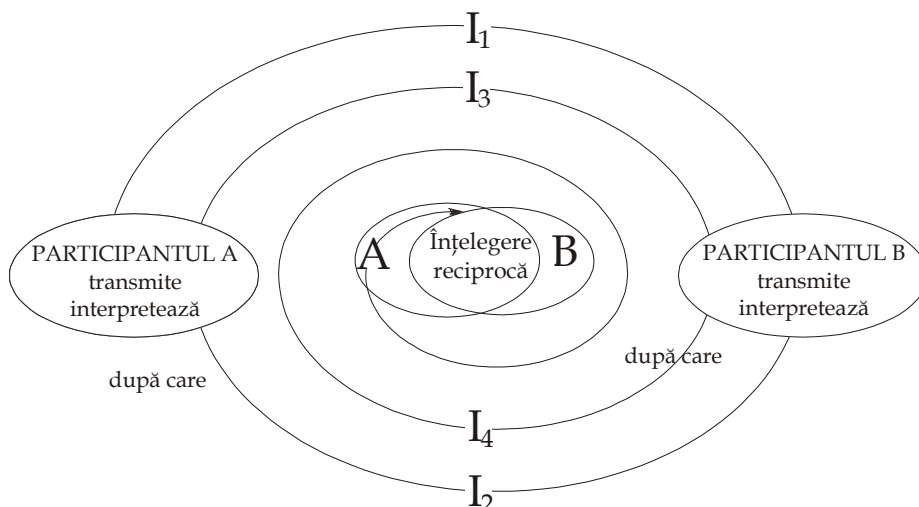


Fig.67 Modelul convergenței comunicative

Modelul Rogers-Kincaid, al convergenței comunicative, are la bază teoriile convergenței cognitive și se structurează asemenea modelului elicoidal al lui Frank E.X. Dance, cu menținerea ariei temelor de interes comun se restrânge, nu se lărgitește. Pe de altă parte, comunicarea în modelul dinamic al convergenței presupune un schimb de informații, opinii etc. între doi actori situați pe poziții de egalitate, fără a fi diferențieri în emițător și receptor. Am menționat că schimbul se realizează între doi actori ai comunicării, fără a defini drept doi indivizi, deoarece modelul a fost propus în lucrarea *Communication Networks: Towards New Paradigms for Research*, în care Rogers și Kincaid propun drept instrument de studiu al comunicării analiza de rețea, care presupune „un set de procedee pentru identificarea în sistemele sociale a structurilor bazate mai degrabă pe relațiile dintre componentele sistemului decât pe caracteristicile indivizilor” (Barnett & Sung, 2004). Analiza rețelelor de comunicare a apărut ca necesitate a studierii rolului liderilor de opinie în câmpul social, în transmiterea mesajelor mediate. Înainte ca modelul convergenței comunicative să fie creionat, Rogers a propus această perspectivă, a analizei de rețea, ca alternativă la analizele sumative întreprinse în câmpul comunicării în masă, conform teoriilor de cercetare derivate din formula lasswelliană, din cea a lui Braddock sau din cea a lui Gerbner.

Cercetările comunicării rapide au identificat frecvent liderii de opinie în audiența de masă și au investigat rolul lor în transmiterea interpersonală a mesajelor mass-media. Însă, până la folosirea analizei rețelei în astfel de

cercetari, nu se cunoaste aproape nimic legat de natura exacta a modului de obținere a mesajelor de către liderii de opinie, și, în mod special, către cine diseminau aceste mesaje. (Rogers, 1976:36)

Modelul convergenței comunicabile presupune, aadar, o restrângere a buclei relaționale până la atingerea gradului necesar de înțelegere între actorii comunicării, până la atingerea plajei comune de valori. Spațiul în care se suprapun aceste relații ale actorilor A și B implică și posibilitatea distorsionării voluntare a mesajului. Spre deosebire de modelele triunghiulare ale lui Heider, Newcomb și Osgood, abordarea Rogers-Kincaid este diferită prin interesul manifestat pentru studierea gradului de sincronizare treptată a mesajelor, a gradului de acordare a „frecvențelor de emisie și recepție”, față de interesul manifestat pentru realizarea stării de echilibru, simetrie sau congruență. Propunerile lui Rogers din 1976 au fost reluate, aadar, în studiul *Communication Network*, modelul convergenței comunicabile construindu-se pe analiza de rețea.

Privitor la cercetarea efectelor mass-media, Rogers și Kincaid propun ca abordare metodologică analiza de rețea prin intermediul modelului convergenței. Modelele convergenței obligă cercetătorul, la nivel interpersonal, să studieze relațiile, diferențele, similaritățile și transformările într-o relație de „schimb de informații” între doi sau mai mulți indivizi de-a lungul timpului, ca și cum comunicarea conduce la formarea de contacte între ele. Ei insistă că analiza de rețea implică o perspectivă asupra întregii structuri sociale. La nivelul comunicării de masă, apoi, modelul convergenței cere ca cercetătorul să studieze mai mult decât efectele mesajelor mass-media la membrii audienței individuale; important în egal măsură este cum aceste efecte directe se distribuie prin rețelele de comunicare ale membrilor audienței și cum media își dă sensul de către «receptori» prin interacțiunea lor cu alți indivizi (Rogers & Kincaid, 1981). Astfel, analiza de rețea suprapune structura socială pe fluxul comunicării pentru a avea o mai bună înțelegere atât a structurii, cât și a fluxurilor mesajului. (Wete, 1998:42)

Trimiterea la analiza rețelelor s-a realizat prin prisma faptului că aceasta presupunea privirea de ansamblu asupra întregii societăți; de la acest nivel, comunicarea înseamnă nu doar acordarea și sincronizarea între punctele de vedere ale unor persoane izolate, ci și „transferul” informațional și intențional între formatorii de opinie și public. Din acest punct de vedere, modelul Rogers-Kincaid este o prelungire a modelului fluxului în doi pași (*two-steps flow*) al lui Katz și Lazarsfeld. Dar spre deosebire de *two-steps flow*, modelul convergenței comunicabile se axează pe explicarea modului în care se realizează „acordarea” frecvențelor de comunicare.

Deși abordează comunicarea mediatică, schema structurală a modelului Rogers-Kincaid trimite strict la comunicarea interpersonală (cu menținerea că aceasta poate avea loc și între, sau mai ales între formatorii de opinie și public).

O altă perspectivă indusă, privitor la comunicarea de masă este cea referitoare la influența prin pași mici a ariei de la care se pleacă în schimbul inițial de informații sau opinii, respectiv la o schimbare ulterioară a plăjei comune de valori (prin creșterea nivelului de acceptanță). Modelul Rogers-Kincaid este transferat în câmpul comunicării de masă ca model de comunicare de influență, prin diminuarea decalajelor dintre cultură și putere, apelându-se la creșterea graduală a încrederii și cunoașterii reciproce. Un avantaj al acestui model constă în abordarea actorilor comunicării ca persoane distincte, care își modifică în timp grila de percepție și scala propriilor valori, care interacționează diferit în contexte diferite și care învață continuu.

Ulterior, modelul convergenței comunicabile a fost extins în studiul comunicării interculturale. Plecând de la acest model, Barnett și Kincaid au elaborat teoria convergenței culturale. Inițial, ei au utilizat modelul în scopul utilizării acestuia pentru a dezvolta o teorie matematică a efectelor comunicării asupra diferențelor culturale. „Acordarea” intenționată prin intermediul modelului convergenței comunicabile a trimis spre o nouă perspectivă, spre o adâncire a studiului, de la cercetarea schimbului de opinii la cea a schimbului de convingeri și credințe. În acest nou context, a fost necesară redefinirea comunicării. Kincaid a făcut, de altfel, trimitere la comunicare în sensul largirii ariei de referință, încă înainte de elaborarea modelului convergenței comunicabile. El a definit comunicarea drept un „proces în care doi sau mai mulți indivizi schimbă informații astfel încât să ajungă la înțelegerea mutuală a fiecăruia și a lumii în care trăiesc” (Kincaid, *apud* Gudykunst, 2002:184). Kincaid precizează, de altfel, că privitor la comunicare, înțelegerea mutuală poate fi atinsă într-un anumit grad, într-o anumită arie de acceptanță, fără a se putea suprapune perfect; rezultatul atins este, în adâncime, convergența spre o înțelegere mutuală a sensului fiecăruia, nu spre acceptarea acestui sens în percepția proprie. Plecând de la această modificare de natură calitativă în ceea ce privește delimitarea terminologică a comunicării, Kincaid și Barnett își fundamentează studiul pe principiile termodinamicii, cele care au stat la baza adoptării structurilor disipative ale lui Prigogine (1979/1984) ca entitate de referință în studiile sociale: „legile termodinamicii prezic că toți participanții într-un sistem închis vor converge în timp spre același pattern colectiv al gândirii dacă este permisă continuarea indefinită a comunicării” (Barnett & Kincaid, *apud* Gudykunst, 2002:184). Plecând de la acest background, Kincaid a dat teoriei convergenței culturale o formă reductibilă la două propoziții:

1. „Într-un sistem social relativ închis în care comunicarea între membrii săi nu este restricționată, sistemul ca întreg va tinde să converge în timp către un grad ridicat de uniformitate culturală” (Kincaid, 1988);
2. „Sistemul va avea tendința de a diverge către diversitate atunci când comunicarea este restricționată” (Gudykunst, 2002:184-185).

Prin transferul în câmpul comunicării interculturale, Kincaid conferă mai mult greutate modelului convergenței, în sensul adâncirii studiului comunicării și pe palierele convingerilor și credințelor, nu numai pe palierele opiniilor, îndeosebi în comunicarea de masă.

18.6. Modelul câmpului comunicării de masă. Cercetătorul german Gerhard Maletzke (1963) a studiat o sumă de factori explicativi care acționează, în cadrul comunicării de masă, asupra elementelor fundamentale din modelele mecaniciste ale comunicării. Schema elaborată (*Das Feldschema der Massenkommunikation*) nu aduce nimic nou din perspectiva modului de abordare a cercetării, ci se constituie într-o analiză complexă din perspectivă psihosocială în ceea ce privește factorii care influențează respectivul proces. Modelul Maletzke constituie, a adăuga, o abordare în adâncime a modelului SMCR al lui Berlo, transpus în contextul adresării către un public și în contextul unui feedback sczut.

Conform acestui model, elaborat metodic și amănunțit, fiecare element al comunicării este supus unor presiuni externe, unor presiuni de relație cu contextul, dar depinde și de anumite trăsături/caracteristici individuale. Emițtorul, de exemplu, intră în schema de comunicare ca fiind marcat de două variabile interne: alegerea conținutului de transmis și modul de modelare a mesajului, ambele încorporate în ceea ce este cunoscut sub numele de comportament comunicational al emițtorului. Selectarea mesajului, construit pe principiul „gatekeeping”, se realizează în baza „presiunii”/constrângerii din partea mesajului, prin obligația impusă emițtorului de a adapta forma mesajului la tipul de conținut, prin prisma imaginii de sine a emițtorului, a structurii sale de personalitate, precum și în baza „presiunii”/constrângerii din partea mijlocului de comunicare, normelor organizaționale care îl constrâng, a „presiunii”/constrângerilor exercitate de caracterul public al conținutului mediatic și al constrângerilor privitoare la mediul social al acestuia.

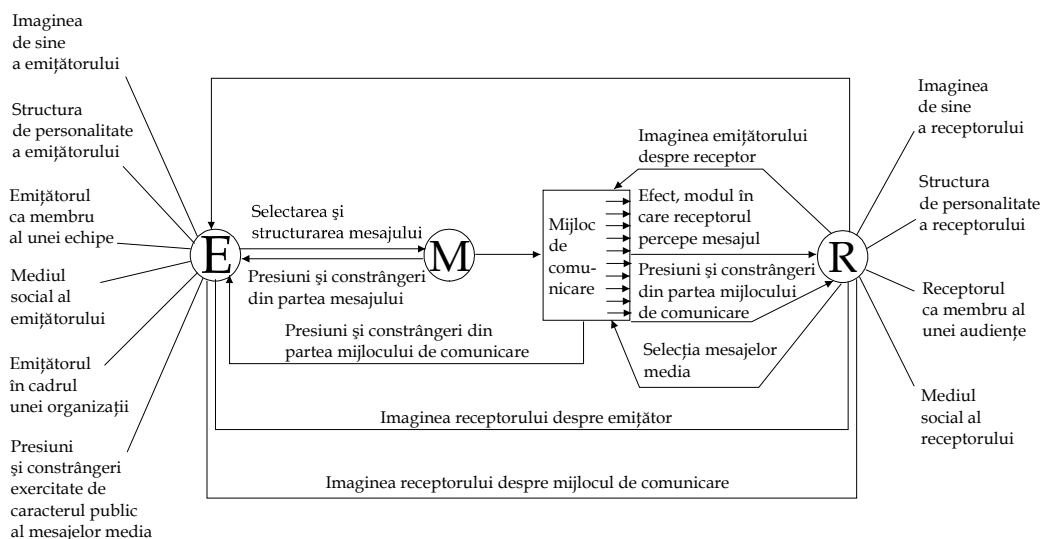


Fig.68 Modelul lui Maletzke (1963:41)

De cealalt parte, receptorul este marcat de alte două variabile – alegerea și percepția/răspunsul, la care se adaugă „presiunea”/constrângerea mijlocului de comunicare și imaginea receptorului despre mijlocul de comunicare. Selectarea mesajului recepționat depinde de imaginea de sine a receptorului, de structura sa de personalitate, de mediul său social, dar și de calitatea acestuia de membru al unei audiențe. Mijloacele de comunicare sunt relevante în cadrul procesului prin tipul de percepție solicitat, prin măsura în care receptorul este legat în spațiu și timp de acestea, prin contextul social și prin decalajul temporal între producerea evenimentului și relatarea mesajului, confirmând sau infirmând așteptările audienței, contribuind la întărirea prestigiului sau la decredibilizarea lor.

În modelul SMCR extins la nivelul comunicării de masă de către Maletzke mai intră și alți factori care influențează direct procesul de comunicare, cum ar fi imaginea emitorului despre receptor, imaginea receptorului despre emitor, imaginea receptorului despre mijlocul de comunicare și feedback-ul spontan primit de emitor de la audiență (analizate detaliat prin intermediul modelelor având la bază teoriile consecvenței cognitive).

Modelul poate fi privit ca o sinteză a două decenii de cercetare a comunicării de masă din perspectivă psihosocială. Chiar dacă este oarecum depășit, el rămâne util, deoarece cuprinde o serie de factori și relații importante, dintre care unele nu fuseseră studiate în profunzime până atunci. Fiind atât de detaliat, modelul poate trimite la o listă completă a factorilor relevanți pentru comunicarea de masă din perspectivă psihosociologică. El poate fi, deci, utilizat atunci când se urmărește descrierea proceselor specifice comunicării de masă. (McQuail & Windahl, 2001:48)

Modelul Maletzke este rezultatul studiului metodic și detaliat pe elementele componente ale procesului de comunicare, a adică un studiu sinteză, fără a contribui substanțial la reconfigurarea modului de abordare a comunicării de masă. Prin intermediul acestuia sunt subliniate trăsăturile importante ale proceselor planificate de comunicare, în context social larg.

18.7. Modelul integrant al efectelor comunicării de masă. Definind efectele comunicării drept „ansamblul de procese și de consecințe pe care le presupune receptarea mesajelor, procese și consecințe care nu pot fi atribuite decât actului de comunicare” (van Cuilenburg *et al.*, 2000:232), cercetătorii olandezi van Cuilenburg, Scholten și Noomen elaborează un model în care se țin cont, ca în cazul studiului lui Maletzke, de rolurile diferite pe care le joacă emitorul, receptorul și canalul, plecând de la un model simplu care ia în calcul factorul mediatic (factorul M) și publicul ca factor (factorul X). În schema simplificat amintit, factorul M desemnează variabila dependentă privind cauzalitatea la nivel mediatic, iar factorul X variabila dependentă privind

cauzalitatea la nivelul publicului. În afara acestora mai intră în ecuație și factorul Y, variabila dependentă la nivelul consecințelor asupra publicului.

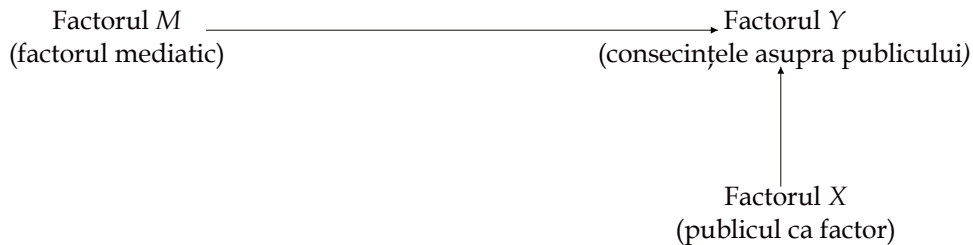


Fig.69 Determinarea efectelor mediatice

Se poate vorbi despre efecte media, într-o *formulă tehnică*, doar dacă se probează corelarea factorilor M și Y, dacă și numai dacă: (1) Y se modifică, în timp ce X rămâne constant și M se modifică; (2) Y rămâne constant, în timp ce X se modifică iar M rămâne constant. Pentru o dezvoltare a modelului, cei trei cercetători aduc în discuție un al patrulea factor M*, presupunând mesajul receptat, interpus între factorul M și factorul Y, ceea ce înseamnă luarea în calcul a posibilității de receptare diferentiată de către reprezentanți diferiți ai publicului. Altfel spus, odată ales canalul și odată făcută selecția mesajul va fi perceput diferit de persoane diferite.

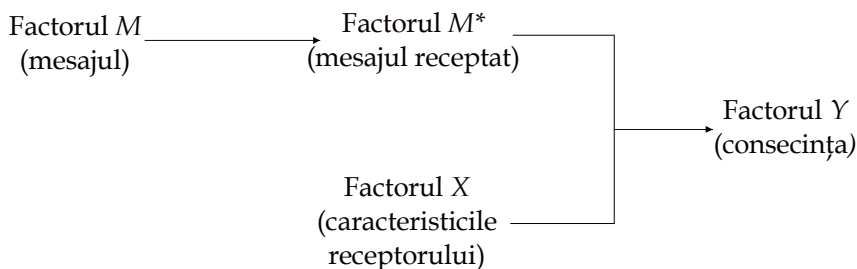


Fig.70 Modelul unei cercetări integrante

Modelul integrant ia în calcul posibilitatea cercetării empirice, adică a colectării și clasificării faptelor obiective referitoare la realitate. El face apel la posibilitatea obinerii unei explicații obiective, în manieră deductivă, neglijând receptarea la nivel individual (ceea ce constituia punctul forte al modelului Maletzke), dar luând în calcul grupurile sociale și efectele acestora, care determină anumite comportamente la nivel individual.

Se impune o remarcă: cercetarea integrantă nu poate să fie exclusiv seama de receptarea la nivel individual. Un motiv este acela că indivizii fac parte din diferite grupuri sociale, iar mass-media pot declanșa efecte diferite la nivel individual, în funcție de apartenența la grup. Mai mult decât atât, emițătorul aparține el însuși unui tip de societate în care influența mediatică poate avea alte contururi decât într-un alt tip de societate. Considerăm, de

aceea, c într-o cercetare integrant trebuie s se acorde aten ie datelor de ordin macro- i mezosocial (Van Cuilenburg *et al.*, 2000:270-271).

Astfel, dac în schema ini ial factorul *X* cuprindea atât caracteristicile receptorului, cât i al i factori nedetermina i pân la acel moment, în actuala reprezentare, factorul *S* (macro- i mezosocial) poate avea efecte mai mari decât factorul *M*: cu alte cuvinte, cercet torii olandezi țin cont de rezultatele studiilor lui Lazarsfeld, Katz, Robinson, Brouwer, Noelle-Neumann privitoare la rolul comunit ii în modelarea i implementarea mesajului mediatic. Factorul *S* are a adar rolul de a amplifica sau diminua factorul *M*, iar condi ionarea social poate fi reprezentat astfel:

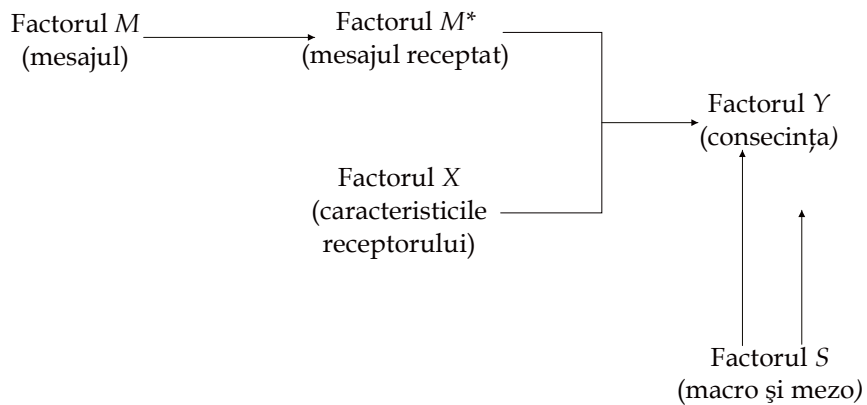


Fig.71 Factorii sociali în cercetarea integrant

Acest model face leg tura dintre rezultatele studiilor efectelor media i modelele mass-media, accentuând rolul mijloacelor de comunicare în mas în ceea ce prive te influen a social , prin analiza acestora în cadrul complex al rela iilor de ordin social i prin luarea în considerare (în anumit m sur) i a caracteristicilor individuale ale reprezentan ilor publicului.

teorii interacționiste ale comunicării



19. Bazele epistemologice ale abordărilor interacționiste

19.1. Schimbarea de paradigmă. Modelele și teoriile comunicării au început să se contureze în urma eruperii simultane în arii disciplinare diferite. Ceea ce prindea contur era o „tiință a comunicării” organizată rigid, posibil de axiomatizat. Dar în spiritul de relaxare al epocii, concomitent cu rigidizarea acestui domeniu de studiu, ideile au început să se lichefieze. În orizonturile noilor preocupări se regăseau pluralismul interpretativ, liberalismul lingvistic și relativismul cultural (Stănciugelu, 2002:71). Nu existau repere rigide care să lege limbajul de lume. Filosofia se întoarce la esențe, este eliberată din chingile pozitivismului și atomismului logic. Limbajul este redat colectivității și depinde de experiența psihosocială a acestora; mai mult, el este privit drept punere în act. Limbajul se raportează la alte limite, la alte repere, devenind contextual, parțial și subiectiv. Nu mai poate reda, asemenea unei oglinzi sau a unei hărți, o realitate exterioară, ci se construiește pe sine ca act, devine el însuși o realitate. Limbajul-activitate implică o perspectivă similară și asupra sensului, care se eliberează de convenția rigidă, de regulile de intensiune care să ofere claritate și eficiență.

Dacă lucrurile nu au o esență unică, nici expresiile nu pot avea un sens exact, definitiv și universal (care ar surprinde acea esență): sensul nu este o *entitate* (psihologică sau logică), ci o *activitate*; el nu este invizibil și nici atașat expresiei, ci un mod de a opera cu semnele (în acest caz, gândirea nu poate fi altceva decât vorbirea). Este afirmată o ambiguitate intrinsecă naturii limbajului: ambiguitatea limbajului nu exprimă limitele subiective ale vorbitorilor, ci „limitele” lumii reale, care este indeterminată și incompletă (Borun, 2002:91).

Astfel, odată făcut transferul dinspre limbajele ideale, de construit, înspre cele reale, este abandonată și pretenția normării, și cea a deducției. Filosofii „neriguroși” ai limbajului renunță la a teoretiza, mai mult, refuză să o facă, optând să descrie fapte de viață reprezentative. Astfel, determinarea acestuia nu este totală și nici prescriptivă, ci parțială, în baza unor reguli de joc care nu sunt respectate *ad litteram* în timpul jocului. În acest context, nici în elesul nu este rigid, stabilit *a priori*, ci depinde de modul de utilizare a entităților lingvistice în actul de vorbire, dar și de suportul nonverbal care însoțește permanent exprimarea. Intensiunea, ca determinare cognitivă, devine insuficientă studierii „faptelor de viață”, prin urmare, se apelează la ceea ce fusese abandonat, la dimensiunea designativă. Relația natură-limbaj nu mai este de determinare strictă, ci de indeterminare sau de determinare parțială, în baza unor convenții culturale deprinse gradual.

O *indeterminare par ial* va persista mereu. Vorbitorul nu este deci mândrul posesor al unei h r i a realului, ci mai curând un etern explorator al teritoriilor a c ror hart definitiv nu se contureaz niciodat . Se elaboreaz mereu h r i locale tot mai exacte; dar o ordine universal nu pare câtu i de pu in a se desprinde din ele (Iliescu, 1989:143).

Ipoteza relativismului lingvistic, presupunând o rela ie sistematic între categoriile gramaticale ale limbajului i modul în care utilizatorii acestuia în eleg lumea, respectiv se comport în cadrul acesteia, ipotez elaborat de antropologii Edward Sapir i Benjamin Lee Whorf³⁰, se pliaz pe modul de a percepe o realitate lingvistic localist .

Pe de alt parte, de i limbajul r mâne în centrul studiilor filosofice ale noii orient ri, lipsite de rigiditate, în corpusul filosofiei se realizeaz un transfer de inten ionalitate, dinspre cunoa tere spre aciune. Este un prim pas în demersul de restituire a filosofiei filosofiei. Un pas important în întoarcerea filosofiei la esen e, dup trunchierea inten ionalat de reprezentan ii Cercului de la Viena. În termenii epistemologului Kuhn, schimbarea orizonturilor (realizat prin prisma abord rilor „neriguroase” ale lui Wittgenstein, Searle, Austin, Quine, Putnam sau Kripke) presupune schimbarea de paradigm , trecerea „dincolo” fiind posibil doar prin convertire, fie fa de sistemele de valori asimilate prin studiu, fie fa de sistemele de valori proprii, promovate anterior.

19.2. Jocurile de limbaj. Cea de-a doua situa ie de convertire este cazul clasic al filosofului Ludwig Wittgenstein. Dup publicarea *Tractatus*-ului, Wittgenstein mut accentul de pe structura rigid pe structura dinamic , pe „jocul de limbaj”. Abandonând rigiditatea, este abandonat i necesitatea de definire, astfel încât conceptul „joc de limbaj” nu este delimitat decât în cadrul s u de producere. Abandonul rigidit ii, la singurul filosof care a realizat o ierarhizare a structurii interne într-o lucrare atât ca spirit, cât i ca mod de organizare a materiei discursive, a condus la abordarea unei modalit i mult mai relaxate de determinare a con inuturilor prin apel la sugestii de *localizare teoretic* . Limbajul „joac feste”, i în acest spirit, plecând de la compara ia valabil pentru *Tractatus* c se aseam n cu o lad de scule, descoper în con inutul acesteia lucruri cu func ionalitate diferit i de consisten diferit , cum ar fi dalta i cleiul: „Noile feste pe care ni le joac limbajul atunci când ajungem într-un domeniu nou ne surprind mereu”, afirm Wittgenstein (2005:26)³¹.

³⁰ Practic, ipoteza Sapir-Whorf, cunoscut i sub numele de ipoteza opacit ii lingvistice, subliniaz faptul c între natura limbajului i modul de gândire al utilizatorilor acestuia exist o rela ie de interdeterminare. Ini ial, lingvistul i antropologul american Edward Sapir (2000:104) a lansat ideea coresponden ei dintre limbi i culturi, „(...) doar con inutul limbii este legat intim de cultur ”, pentru ca apoi fostul s u student, antropologul B.L. Whorf (1941:200) s adânceasc problematica opacit ii lingvistice în abordarea unei limbi constituite dup alte principii gramaticale

³¹ „Am comparat adesea limbajul cu o lad de unelte, ce con ine un ciocan, o dalta , chibrituri, cuie, uruburi, clei. Toate aceste lucruri nu au fost puse din întâmplare la un loc – chiar dac

Renunând la proiectul unui limbaj ideal, Wittgenstein leagă limbajul de „forme de viață” prin intermediul jocurilor de limbaj pe care le analizează: acte obișnuite din viața cotidiană, activități curente care se supun mai degrabă regulilor de organizare ludică decât structurii rigide. În situațiile concrete, în situațiile din viața cotidiană, limbajul nu se supune regulilor stricte, impune sub umbrela rigidității pozitiviste; el este „pus în act” dincolo de definiții și descrieri exacte, dincolo de apelul la componenta cognitivă intensivă. „Jocul de limbaj” se leagă de experiența particulară a fiecărui locutor, de viața acestuia, de disponibilitatea sa de a da curs actelor de limbaj inexprimabile prin cuvinte. Dimensiunea intensională a lui Carnap se extinde, în afară de preponderența spre componenta designativă, pe teritoriul neglijat de filosoful german. Întrucât cuvintele pot interveni în modificarea pregnanței jocurilor de limbaj pe care filosoful austriac le apropie de modul de realizare/îmbogățire a sistemului reprezentational, a hărții simbolice a lumii fiecăruia. Privind din perspectivă rigidă, problematica jocurilor de limbaj ar fi trebuit scoasă în afara filosofiei (conform propunerii lui Carnap), deoarece devine „generator de confuzii filosofice”. Înșiși Wittgenstein încearcă clarificarea expresiei, renunând însă la metodele rigide de delimitare în *genus* și *differentia*:

Suntem înclinați să credem că trebuie să existe ceva comun tuturor jocurilor, să zicem, și că tocmai această proprietate comună îndreptățește aplicarea termenului general joc la diferite jocuri; în timp ce jocurile formează o familie ai cărei membri au asemănări de familie. (Wittgenstein, 1993:51-52)

Prin apel la această sintagmă se face apel, de fapt, la funcționalitatea limbii, dar se pierde legătura rigid stabilită între limbă și realitate, a ceea ce în *Tractatus* presupunea limitarea lumii la granițele limbii. Practic, limbajul nu mai reprezintă o hartă exteriorității, ci este instrumentul prin intermediul căruia se poate deoșala, în oarecare măsură, interioritatea. Interlocutorii nu se mai referă strict la o realitate exterioară, ci pun în comun o realitate proprie fiecăruia. Jocul de limbaj se realizează prin corelația dintre semnificație și folosirea ei în anumite situații. Granița limbii nu mai este granița lumii: „limitele limbajului meu semnifică limitele lumii mele” (Wittgenstein, 1991:102), ci „granița limbii se vede în incapacitatea ei de a descrie faptul ce corespunde unei propoziții (care este traducerea ei), fără a repeta pur și simplu propoziția” (Wittgenstein, 1994/2005:34).

Fundamentele cunoașterii wittgensteiniene, prin apel la limbaj, nu mai fac trimitere la logicismul pur și la antipsihologism. Wittgenstein începe să construiască în manieră psihologistă, dar nu prin apel la „legile” psihologiei³²

există deosebiri importante între diferitele unelte – modurile în care ele sunt folosite prezintă asemănări de familie – deși nu există două lucruri mai diferite decât cleiul și dalta” (Wittgenstein, 1966/2005:26)

³² „Paradigma tipică este mecanica. Când oamenii își imaginează o teorie psihologică, idealul lor este o mecanică a sufletului. Dacă ne uităm la ceea ce corespunde în realitate

(ca extensie a pozitivismului în acest domeniu de studiu), ci prin apel la psihologia sim ului comun, care are ca obiect activitatea psihic a omului. Inten ia filosofului austriac nu este de a „teoretiza”, ci de a elibera gândirea de schemele rigide, impuse în opera timpurie. Astfel, în elesul nu este dat de structura sumativ concept mental + expresie scris / rostit , semnificat + semnificant, ci depinde de interpretarea acordat în func ie de experien a de via a actorilor comunic rii. Prin aceasta, limbajul devine intractabil.

Dac un francez zice în francez „Plou ” iar un englez spune i el acela i lucru în englez , aceasta nu înseamn c se petrece ceva în mintea amândorura, ceva care constituie sensul real al lui „Plou ”. Ne închipuim ceva de felul imaginilor, ca limbaj interna ional. Pe cât vreme, în realitate:

- (1) Gândirea (sau imaginile) nu este ceva ce înso e te cuvintele, a a cum sunt ele rostite sau auzite;
- (2) Sensul – gândul „Plou ” – nu este nici cuvintele plus un fel de imagini care le înso esc (Wittgenstein, 1966/2005:80-81)

Totodat , limbajul r mâne o structur slab , în care conceptele nu mai descriu fapte ci devin fapte: „Cuvintele sunt fapte” (Wittgenstein, 1994/2005:96) i sunt disputate de acelea i jocuri de limbaj. El devine utilizabil prin înv area sa gradual de c tre membrii unei comunit i lingvistice, prin apel la respectivele jocuri. Practic, în context social, adic la nivelul limbajului, propozi iile exprimând sentimente, la persoana I i persoana a III-a, au aceea i semnifica ie. Ulterior, descoperind c *individum est ineffabile*, c nu exist un limbaj comun la persoana I i persoana a III-a, în condi iile unei diferen e de în elegere, a fost lansat ideea acestor jocuri. În mod normal, nu poate exista un limbaj privat (la persoana I), limbajul presupunând o conven ie, o colectivitate lingvistic i un set de componente care au aceea i semnifica ie pentru persoana I i persoana a III-a.

Dac în cazul paradigmei precedente cunoa terea depindea strict de rigiditatea aplic rii conven iei i de valoarea de adev r, jocurile de limbaj depind de grila proprie de interpretare a fiec rui individ în parte.

Cum îns limbajul privat nu este posibil, experien ele, sentimentele, tr irile nefiind identice, nu se poate accede la cunoa tere interrela ional decât printr-o form conven ional de schimb, denumit *comunicare*, dar care nu presupune reguli, canoane, dogme, abloane, ci capacitatea de inteligibilitate prin conven ional lingvistic i semiotic, prin inenarabil, prin acte propriu-zise. (Lesenciuc, 2005:102)

acesteia, descoperim c exist experimente fizice i experimente psihologice. Exist legi ale fizicii i exist – dac dorim s fim politico i – legi ale psihologiei. Îns în fizic aproape c sunt prea multe legi; în psihologie nu exist nici una. A a c a vorbi despre o mecanic a sufletului este pu in straniu” (Wittgenstein, 1966/2005:79).

Semantica creat în *Tractatus*, a condițiilor de adevăr, lasă locul semanticii jocului. Semnificația propozițiilor nu mai este determinată de condițiile de adevăr ale acestora (și asta nu datorită unei relativizări a conceptului de adevăr, ci datorită unei direcționări înspre situațiile vorbire curente, înspre pragmatica lingvistică), depinde de „purtaorul expresiei”, adică este semnificație ostensivă. Noua semantică este cea a punerii în act și a fost exploatată ulterior de Jaakko Hintikka și colaboratorii în *Semantica teoretică a jocurilor* (v. Hintikka & Sandu, 1997:361-410).

19.3. Teoria actelor de limbaj. Jocul de limbaj wittgensteinian a fost preluat de filosoful John Langshaw Austin și aplicat la situații concrete de comunicare. Dacă Wittgenstein a evitat o sistematizare a jocurilor de limbaj, Austin a intenționat, începând cu primele studii, o taxinomie a acestora, plecând de la criteriile ale pragmaticii. Având drept punct de reper funcțiile limbajului, *a spune* și *a face*, Austin a făcut diferență între constatările și enunțuri performative, primele presupunând proferarea de enunțuri despre realitate, celelalte vizând exprimarea de acțiuni, în contextul imposibilității de a proba valoarea de adevăr.

[Performatoriile sau performativele] au aspectul – sau cel puțin fardul gramatical – al «enunțurilor», dar, cu toate acestea, ele sunt vâzute, la o cercetare mai amănunțită, ca *nefiind* exprimări «adevăratare» sau «false». Deja a fi «adevărat» sau «fals» este în mod tradițional caracteristic unui enunț. (Austin, 1975:12)

Enunțurile performative, asupra cărora s-au concentrat studiile lui Austin, presupun „executarea” acțiunii concomitent cu rostirea (de pildă, verbul „a jura”; afirmând „jur”, se și realizează acțiunea, se face jurământul). Importanța performativelor constă în situarea *de facto* în alt plan decât cel al enunțurilor descriptive, supuse rigidizării, respectiv posibilitatea studierii funcționalității acestora. Performativele lui Austin au fost studiate prin raportare la vorbirea curentă și clasificate în cinci tipuri distincte: verdictive, exercitive, promissive, expositive și comportative. Revizuirea distincției făcute între exprimările constatative și cele performative, între *sayings* și *doings*, Austin introduce expresia „acte de vorbire” (*speech acts*), care acoperă ambele tipuri de exprimări. Actele de vorbire sunt studiate din perspectiva funcționalității limbii, ele constituind unități ale vorbirii, nu ale limbajului static. În cadrul actelor de limbaj, noua dihotomie este realizată între componenta verbalizată, „locuionară”, și cea acțională, „ilocuionară”. *Doings* sunt acele exprimări explicit performative, în care prevalează componenta ilocuionară. Prin apel la *doings*, Austin (1975:109) introduce o nouă categorie, actele „perlocuionare”, acte de vorbire caracterizate prin împlinirea/ îndeplinirea acțiunii intenționate. Într-o prezentare a respectivelor tipuri de acte de limbaj, Austin (1975:121) subliniază trăsăturile acestora astfel: „Distingem astfel actele locuionare (printre care cele fonetice, fatice și retice) care au un *în eles*; actele ilocuionare,

care au o *for* oarecare în a spune ceva; actele perlocu ionare, care presupun *dobândirea* unor *efecte* spunând ceva”.

În acest context, în cadrul unei comunități lingvistice convenia privește nu numai componenta explicativă, ci și cea performativă. Actul de comunicare implică realizarea acesteia în ciuda barierelor privitoare la aspectul semnificației expresiei, privitoare la latura explicativă și la cea performativă. Având cele două dimensiuni, constatativă și performativă, enunțurile nu pot fi corelate cu categoriile de enunțuri ale filosofilor „riguroși” ai limbajului, iar studiul componentei ilocu ionare din abordările analitice este considerat de Austin drept „eroare descriptivă”, adică de interpretare a actelor de limbaj cu o importantă componentă performativă drept acte de limbaj strict explicative. Austin a avut o contribuție importantă în studiul actelor de limbaj, prin faptul că a abținut studiul acestora de la calea cercetării lor strict ca expresii constatative, supuse criteriului adevărat-fals, spre cercetarea ca expresii care au o anumită dimensiune ilocu ionară.

John Rogers Searle (1999:4), continuator al proiectului wittgensteinian de readucere a limbajului înspre viaa cotidiană, înspre situațiile curente prin intermediul jocurilor de limbaj, și-a propus continuarea studiului statutului actelor de limbaj (*speech acts/ linguistic acts/ language acts*)³³, început de Austin. Spre deosebire de acesta, însă, Searle stabilește o tipologie diferită a actelor de limbaj, după cum urmează :

Primul rezultat al reflecțiilor noastre particulare este că (...) un vorbitor realizează cel puțin în trei tipuri distincte de acte: (a) rostirea de cuvinte (morfeme, fraze); (b) atribuirea și îndrumarea; (c) declararea, chestionarea, comandarea, promiterea etc.

Să denumim sub titulatura generală de acte de vorbire:

- (a) Rostirea cuvintelor (morfeme, fraze) = realizarea *actelor de exprimare*;
- (b) Atribuirea și îndrumarea = realizarea *actelor propoziționale*;
- (c) Declararea, chestionarea, comandarea, promiterea = realizarea de *acte ilocu ionare*. (Searle, 1999:23-24)

La aceste categorii Searle adaugă actele perlocu ionare ale lui Austin.

Dat fiind faptul că vorbirea este posibilă ca urmare a actelor de vorbire, iar actele de vorbire sunt activități posibile pe baza regulilor constitutive ale limbii ca instituție, accentul este mutat pe dimensiunea performativă a limbajului. Limbajul este perceput ca punere în act a limbii în cadrul unor acțiuni comportamentale intenționale. Intenționalitatea, legată de conștiință, de actele particulare de vorbire, printre altele, nota de subiectivitate prefigurată de Wittgenstein. Spre deosebire de filosoful austriac, J.R. Searle renunță la

³³ perspectiva este a filosofiei limbajului care, în termenii lui Searle, oferă descrieri ale unor caracteristici cum ar fi referința, adevărul, sensul sau necesitatea și care „is the name of a subject”, spre deosebire de filosofia lingvistică, care rezolvă probleme filosofice privitoare la valorile obișnuite ale cuvintelor particulare și a altor elemente în limbaje particulare, reprezentând, în primul rând, „the name of a method”.

relativismul privitor la sens și la incapacitatea de exprimare a trăirilor proprii. Astfel, filosoful britanic formulează principiul exprimabilității (Searle, 1999:19-21), care afirmă că tot ceea ce se dorește a se spune poate fi spus: *whatever can be meant can be said*.

Totodată, actul de limbaj la Searle, văzut ca unitatea de bază a comunicării: „Unitatea comunicării umane în limbă este actul de limbaj, după modelul care se numește act ilocutionar” (Searle, apud Macoviciuc, 2000:237-238), implică existența unor intenții de semnificare, a locutorului, a elementului lingvistic și a auditoului, sistematizate ulterior de Eco în *intentio auctoris*, *intentio operis* și *intentio lectoris* (Eco, 1990/1996:25). Spre deosebire de hermeneutica lui P. Ricoeur (1995), în care textul este recomandat a fi interpretat independent de *intentio auctoris*, Searle amendează interpretarea în afara contextului de producere (ceea ce presupune, implicit, prezența emitorului). Mai mult, figura de stil nu poate exista independent de locutor, ci ea trebuie localizată în sfera intențională a acestuia:

Searle insistă asupra distincției dintre sensul enunțului locutorului (*speaker's utterance meaning*) și sensul cuvântului sau al frazei (*word, or sentence, meaning*); refuzând să localizeze elementul metaforic la nivelul frazei sau al expresiilor enunțate, precizează că acesta trebuie căutat în sfera intențiilor posibile ale locutorului; principiile comunicării metaforice sunt astfel retrase de sub acțiunea teoriei competenței semantice în sensul intențional al termenului. (Macoviciuc, 2000:236)

În continuarea celebrei afirmații a lui Wittgenstein, *cuvintele sunt lucruri*, Searle regrupează cele două tipuri de entități, subsumând actele ilocutionare limbii. Or, atâta vreme cât comunicarea presupune apelul la entități lingvistice și la entități non-lingvistice (de natură factuală, comportamentală), actul de limbaj poate deveni un instrument mai util de studiere a comunicării decât cuvântul. Searle reușește să înlăture frontiera rigidă dintre semantică și pragmatică; teoria actelor de limbaj înglobează semantică și pragmatică și se constituie în bază epistemologică a conturării teoriei comunicării ca disciplină distinctă. Reunind cele două domenii, teoria actelor de limbaj vizează și în elegerea reciprocă a actorilor comunicării. Această reunire a celor două domenii distincte, aparent contrară, nu ar fi fost posibilă sub umbrela unei teorii lingvistice, ci numai într-un cadru mai larg, al unei teorii a actelor de limbaj, ca suport epistemologic al unei discipline a comunicării. În acest sens, filosoful britanic consideră că funcția esențială a limbajului este „comunicarea”.

19.4. Alte contribuții la fixarea paradigmei comunicaționale. Merit aduse în discuție și contribuții ale unor filosofi ai limbajului ca Peter Frederick Strawson (1974) sau Michael A.E. Dummett (1973). Primul s-a axat pe conceptele de „individual” și de „identificare”, criticând concepția nominalistă a lui Russell, conform căreia expresiile se raportează la obiecte exclusiv prin relația de desemnare, și propunând în loc stabilirea unei relații de identificare,

adic de plasare a obiectului într-o anumită relație cu vorbitorul și cu situația conversatională, de delimitare precisă a acestuia într-un câmp de obiecte. Strawson relativizează limbajul comun, aserțiază că acesta nu cunoaște o logică exactă și că pentru a exista interpretări identice, deci scheme conceptuale (*conceptual scheme*) identice trebuie ca anumite concepte să fie date. Dummett și-a construit o filozofie a limbajului proprie, plecând de la cele două abordări contrare, cea rigidă, respectiv cea neriguroasă, de la axele Frege-Wittgenstein I, respectiv Wittgenstein II-Austin-Searle, studiind semnificația unei expresii atât din perspectiva condițiilor sale de adevăr, cât și din cea a folosirii ei. El propune în alegerea referirii la conceptele de adevărat și fals ca mod de fixare a conținuturilor propozițiilor noastre. În acest sens, eficacitatea unei teorii a semnificației constă în utilizarea limbii: „cunoștințele unui vorbitor, care constituie în alegerea unei expresii a limbii, trebuie să se poată manifesta în practica limbii vorbitorului” (Husted, 2003:404).

Herbert Paul Grice (1975) a plecat de la premisa lui Searle, conform căreia vorbirea este o formă de comportament rațional și a elaborat „principiul cooperării” al comunicării, presupunând distribuția reciprocă a rolurilor în conversație:

Adu-și contribuțiile conversaționale atât cât este nevoie, la nivelul necesar, în baza scopului acceptat sau direcției schimbului comunicational în care eți angajat. Acest principiu ar trebui denumit drept PRINCIPIUL COOPERĂRII (Grice, 1975:41-58).

În scopul susinerii principiului comunicării, Grice propune și patru maxime conversaționale, vizând un anumit „scop ilocutionar”:

- maxima cantității („Information: Make your contribution as informative as is required for the current purposes of the exchange; Do not make your contribution more informative than is required”), care cere ca participanții la actul de comunicare să informeze exact cât este nevoie și în funcție de scopul comunicării și nu există nici exces, nici insuficiență informațională;

- maxima calității („Truth: Do not say what you believe to be false; Do not say that for which you lack adequate evidence”), care evidențiază necesitatea ca participanții la comunicare să spună adevărul și nu lucrurile pe care le consideră a fi false sau pentru care dețin insuficiente dovezi că ar fi adevărate;

- maxima relevanței („Relevance: Be relevant”), care subliniază faptul că ceea ce afirmă participanții la actul de comunicare trebuie să fie în acord și să aibă legătură cu scopul acestuia, la momentul respectiv;

- maxima manierei („Clarity: Avoid obscurity of expression; Avoid ambiguity; Be brief – avoid unnecessary wordiness; Be orderly”), care solicită ca participanții la actul de comunicare să evite obscuritatea, ambiguitatea, stilul prolix sau incoerența logică.

Extinzând studiile lui Grice, putem vorbi și de principiile sinergiei și al consensualității, în sensul că procesul comunicării solicită interacțiune și colaborare. Nu se poate face abstracție nici de la principiul etiologic, conform căruia comunicarea are ca punct de plecare o cauză, un motiv, sau de principiul teleologic, în conformitate cu care orice proces comunicational are o finalitate, un scop bine determinat.

Nu poate fi omis nici rolul lui Saul Kripke (1972/2001), care are o importantă contribuție referitoare la referința numelor. Kripke se situează pe alte poziții față de J.S Mill, care consideră că „numele singulare” (descripțiile definite) au atât conotație și denotație, cu excepția numelor proprii, care au doar denotație. În ceea ce privește „numele generale” (termenii generali), în opinia lui Mill, acestea au conotație. Reprezentanții colii analitice au susținut existența „conotației”, în sens fregean, pentru toți termenii generali. Kripke se situează pe aceeași poziție cu Mill în ceea ce privește termenii singulari, dar combate opinia acestuia privind termenii generali, și asta pentru că între termenii generali și numele proprii există o relație de înrudire (Kripke, 2001:112-113).

19.5. Perspectiva behavioristă asupra semnificației. Apropiat al Cercului de la Viena, dar și altor filosofi „riguroși”, cum ar fi Russell sau Tarski, Willard van Orman Quine (1986) a fost influențat de empirismul logic, dar încearcă de-dogmatizarea acestuia și îndepărtarea de pretențiile atingerii idealurilor rigide. Abandonul empirismului se realizează în favoarea unei viziuni holiste, care are drept reper tein a. Orientarea spre limbaj se datorează dependenței tein ei de acesta, dar, în spiritul abandonului, filosoful american consideră lipsit de sens dihotomia practică de Carnap în cadrul limbajului, între analitic și sintetic. Mai mult, el se opune unei corelații rigide între realitate și limbaj, precum și orientării strict spre dimensiunea cognitivă a intensionalului. Plecând de la realitatea continuilor modificări, singura posibilitate deschisă de operare este cea a ostensivității. Identitatea lui Strawson este combătută în măsura în care este combătută și corelația limbaj-lume a filosofilor „riguroși”. Dar consistența limbajului nu constă în referința la o entitate în continuă transformare, ci la „reper” ideale, „constituite cu mijloace logico-semantice, pe planul posibilului” (Marga, 2002:183).

Din punctul de vedere al folosirii limbii, Quine suspendă „imaginea mentală” a obiectelor, păstrând obiectele însele drept referință. Mai mult, filosoful american nu agreează o relație statică semnificant-semnificat, considerând că semnificantul nu se poate constitui în eticheta conceptului mental. În acest context, relația de semnificare devine o simplă dispoziție de comportament, iar limba, eliberată de „mentalism”, o instituție socială.

A adară, Quine scoate în lumina criticii ruptura dintre adevărurile analitice, care sunt adevărate pe baza semnificațiilor și conectorilor logici și independente de fapte, pe care le numește formale, și adevărurile sintetice, întemeiate pe fapte: „câteva distincții fundamentale între adevărurile *analitice*, sau bazate pe înțelesuri independente de natura faptelor și adevăruri *sintetice*, sau

bazate pe fapte” (Quine, 1951:20-43). Acest clivaj conduce la o ruptură în plan epistemologic între disciplinele analitice/formale și cele sintetice/factuale, deoarece cunoașterea analitică intră în contact cu experiența doar la limită.

(...) tiința totală este ca un câmp de forțe ale cărui condiții de limită sunt trasate de experiență. Un conflict cu experiența la periferie produce reajustări în interiorul câmpului. Valorile de adevăr trebuie redistribuite după unele din enunțurile noastre. Re-evaluarea unor anumite enunțuri presupune re-evaluarea altora datorită interconexiunilor logice – legile logice fiind, la rândul lor, anumite viitoare enunțuri ale sistemului sau anumite viitoare elemente ale domeniului. Re-evaluând un enunț trebuie să re-evaluăm alte câteva, dacă acestea sunt enunțuri conectate logic cu primul sau dacă sunt enunțuri ale conexiunilor logice. Dar domeniul general este atât de indeterminat de condiții limită, de experiență, încât există destulă latitudine de alegere în ceea ce privește enunțul menit să fie re-evaluat din perspectiva singurei experiențe contrare. Nici o experiență particulară nu este legată de vreun enunț particular în interiorul câmpului, cu excepția, totuși, a unor considerații de echilibru afectând câmpul ca întreg (Quine, 1951:40-41).

Această constatare contravine realității, în care, pe de o parte, formalul și factualul se amestecă perpetuu, pe de altă parte cunoașterea analitică se întemeiază pe condiția limită a experienței. Practic, la nivelul limbajului nu se poate opera o organizare strictă în enunțuri analitice și enunțuri sintetice, deoarece acestea conțin și componenta analitică, și componenta sintetică. În acest sens, concluzionează Quine, calea nu este spre atomizare, „atomismul semantic” trebuind a fi înlocuit cu „holismul semantic”, pentru că, pentru a putea explica un termen este necesar în alegerea lui în contextul larg, în propoziție, și nu prin apel la sinonimie (*teoria definiției contextuale*).

Cum se poate realiza, atunci, învățarea limbajului? Quine leagă limbajul de experiența socială, ceea ce implică studierea semnificației pe baze behavioriste. Ideea învățării limbii ca rezultat al învățării comportamentului verbal este în strânsă corelație cu ideea de „joc de limbaj”. În acest sens, rolul fundamental este de înuț de propozițiile observaționale, aflate la baza procesului de învățare a limbii. Propozițiile observaționale, al căror îneles este în mare măsură independent de alte informații, sunt acele propoziții ocazionale, dobândite prin condiționarea directă, care pot fi învățate și transmise ostensiv.

Devine evident de ce câteva fraze sunt astfel individual sensibilă la observații când ne gândim la cum învățăm o limbă. Multe expresii, incluzând mare parte din cele asimilate timpuriu, sunt învățate în mod ostensiv; sunt învățate în situațiile pe care le descriu ori în prezența lucrurilor pe care le descriu. Ele sunt condiționate, pe scurt, de observații generale și de observații împărtășite public, întrucât atât cel care învață cât și cel care este învățat trebuie să conștientizeze adecvarea situației (Quine, 1986:6).

Diferența pe care o întreprinde Quine este, de data aceasta, între propozițiile care pot fi învățate prin metoda indicării ostensive și cele ce pot fi învățate prin metoda constrângerii analogice, și nu între propozițiile analitice și cele sintetice. În contextul distincției realizate, Quine folosește un experiment imaginar privitor la traducere și lansează ipoteza indeterminării în această privință. Traducerea nu se poate realiza prin apel la dicționare, la corespondența directă dintre cuvinte/expresii, ci la nivelul propozițiilor, care pot fi atât de incompatibile între ele încât să nu existe nicio relație de echivalență, ceea ce presupune incapacitatea determinării empirice a semnificațiilor, respectiv incapacitatea traducerii. Problema întâmpinată este cea a atribuirii referinței, care cauzează nu doar imposibilitatea traducerii, ci și imposibilitatea conectării a două sisteme teoretice.

Ideea inscrutabilității, respectiv indeterminării empirice atribuite referinței („*inscrutability of reference*”, în cuvintele lui Quine) se află în strânsă legătură cu teza că nu putem spune în mod absolut care este ontologia unei teorii. Așa cum nu putem stabili cu certitudine despre ce obiecte vorbește cineva prin expresiile sale lingvistice decât dacă traducem termenii săi în limbajul nostru, tot astfel nu putem spune care sunt obiectele la care se referă o teorie decât încercând pe cât posibil să interpretăm această teorie printr-o altă. (Scholz, 2003:375)

Ca fundament epistemologic pentru conturarea unei paradigme comunicative rămâne nu doar această indeterminare a traducerii, faptul că traducerea nu presupune o ancorare într-o relație de echivalență dinainte stabilită, de genul celei vizate de Carnap, ci atingerea unui echilibru de valori, a unui echilibru dinamic. Rămâne, de asemenea, ideea că învățarea limbajului (și în elegerea lui) nu se realizează prin apel la scheme/idei înnscute, ci prin apel la instruire, prin apel la „ostensiune”, adică la fixarea semnificației pe fundamente behavioriste, ca rezultat al învățării comportamentului verbal.

20. Școala de la Palo Alto

20.1. Bazele teoriei comunicării. Școala de la Palo Alto sau „colegiul invizibil” sunt numele sub care este cunoscut un grup de cercetători de origini diferite și teoretice diferite care, într-o anumită perioadă a existenței lor, au lucrat în orașul american cu același nume din California. Printre aceștia s-au numărat Gregory Bateson, Ray Birdwhistell, Edward T. Hall sau Erving Goffman, mai târziu alături de Paul Watzlawick și Don Jackson. Dincolo de această asocieră, mai există un set de apropieri privitoare la modul interacționist de abordare a comunicării și în direcția construirii unei teorii explicative, privitoare la actele cotidiene. Preocupările de bază ale colii, sistematizate de Jean Lohisse, sunt: teoria comunicării, care stă la baza întregului demers teoretic, metodologia schimbării și practica terapeutică. La rândul ei, teoria comunicării se bazează pe trei ipoteze:

- ipoteza relațională, conform căreia esența comunicării constă în funcționalitatea actului, în procesele relaționale și interacționale și nu în elementele comunicării, luate separat;

- ipoteza unei logici (sau gramatici) a comunicării, având ca idee suport cea conform căreia orice comportament are valoare comunicativă, iar succesiunea de mesaje și de relații poate conduce la un set de reguli și concepte, respectiv

- ipoteza patologiei comunicării, conform căreia tulburările psihice ale personalității pot perturba comunicarea, iar prin studiul mecanismelor acestora se poate ajunge la o înțelegere a mecanismelor bolii mentale (Lohisse, 2002:135-137).

Demersul teoretic al membrilor colii de la Palo Alto trimite, pe de o parte, spre o intenție de axiomatizare, dat fiind cadrul teoretic, abstract și normat al teoriei generale a comunicării. Pe de altă parte, Gregory Bateson, antropolog preocupat de interdisciplinaritate și unul dintre precursorii grupării, proiectează o apropiere a ciberneticii de teoriele sociale, în acest sens încercând să-l convingă pe Norbert Wiener să se alăture grupării. De altfel, antropologul, aplecat asupra psihologiei și psihiatriei, consideră că mintea umană este un sistem holistic, autoreglabil, autoorganizabil, posibil de diferenciat ca subsistem într-o ierarhie sistemică. Intenția întemeierii unei „logici” sau „gramatici” a comunicării, în baza unor reguli și concepte rigide, dar și prezentarea în cadrul studiului programatic, *Pragmatics of Human Communication* (elaborat de Paul Watzlawick, Janet Beavin Bavelas și Don D. Jackson) a unei definiții a comunicării prin intermediul unui sistem de axiome, printr-un set de cinci legi generale constituie afirmații suport privitoare la o abordare eminentă rigidă la începuturile ei. Dar axiomele paloaltiste nu induc, în sine, ideea axiomatizării, ci deschid perspective asupra unei abordări generale, „neriguroase”.

Pragmatics of Human Communication, lucrare fundamentală a colii de la Palo Alto, se dovedește a fi un studiu al efectelor pragmatice (comportamentale) ale comunicării umane. Orice fenomen rămâne inexplicabil atâta timp cât observația nu include contextul în care are loc fenomenul. Atât Paul Watzlawick, cât și Gregory Bateson, consideră fundamentală studierea oricărui fapt, a oricărui acțiune în contextul producerii ei. Este imposibil să realizezi decuparea din întreg și să studiezi funcționalitatea. Plecând de la exemple din arii disciplinare diferite (studiate în cadru instituționalizat), analiza frazelor și anatomia comparată, antropologul britanic consideră că există un *pattern* care face posibilă legătura dintre acestea. Acest *pattern* (în *Mind and Nature*), sau *matrice* (în *Communication, the social matrix of psychiatry*) este reprezentat de comunicare. Totul este modelat în cadrul acestui *pattern*, totul este privit prin prisma comunicării. Există, astfel, o semantică extinsă dincolo de limbajul verbal, care include tot ceea ce se petrece în jurul nostru, o semantică a contextului, deoarece acesta fixează în elesele: „Contextul fixează în elesele și trebuie neîndoiește să fie contextual receptiv, care oferă în elesele pentru instrucțiuni genetice” (Bateson, 1979:15).

Renunșând la „izolarea” variabilelor și la studierea fenomenelor în decupaj static, tipurile comportamentale se află în ipostaza de a renunța la studiul entităților distincte. Comunicarea încetează să fie privită drept schimb de informație; în contextul rigid și în dinamica acțiunii, ea se focalizează asupra unei relații continue, fără un început și un sfârșit clar determinate. „Observatorul comportamentului uman se întoarce atunci de la studiul inferențial al manifestărilor observabile ale relației. *Mijlocul acestor manifestări este comunicarea*” (Watzlawick *et al.*, 1967:21). Și cum orice teorie nu se poate construi din nimic, reprezentanții colii paloaltiste pleacă de la clasificări și modele acceptate, cum ar fi cele ale lui Morris din studiul privitor la componentele semioticii: sintactica, semantică și pragmatică. Sintacticii, studiind relațiile formale dintre semne, îi sunt asociate de Watzlawick și colaboratorii săi, drept obiecte de studiu, codul, canalul, zgomotul, redundanța, precum și alte proprietăți statistice ale limbajului. Semantică, privind relațiile semnelor cu obiectele cărora li se aplică acestea, rămâne cantonat în problema în elesele/sensului unităților lingvistice. Pragmatică, în schimb, orientat spre relațiile semnelor cu utilizatorii lor, este extinsă de cercetătorii americani la studierea modului în care comunicarea influențează comportamentul. De altfel, cei trei cercetători, Watzlawick, Beavin Bavelas și Jackson intenționează o abordare a comunicării din perspectivă pragmatică și în acest sens ei fac apel la o altă delimitare lipsită de rigiditate, privitoare la ariile de proveniență ale celor trei ramuri ale semioticii:

Este adevărat din multe privințe că sintaxa este logică matematică, că semantică este filosofie a tipului și pragmatică psihologie, dar în realitate aceste câmpuri nu sunt complet distincte (Watzlawick *et al.*, 1967:22).

În întreaga lucrare, de altfel, cuvintele „comunicare” și „comportament” sunt privite ca fiind cvasisinonime. „Comunicarea” nu mai are drept obiect de studiu limbajul sau mesajul, ca în stadiul preparadigmatic, ci privește în egal măsură limbajul verbal (configurațiile și înțeleșurile, sintactica și semantica) și limbajul nonverbal: „din perspectiva pragmaticii, întreg comportamentul, nu numai vorbirea, reprezintă comunicare și întreaga comunicare – chiar și indicii comunicazionali într-un context impersonal – afectează comportamentul” (Watzlawick *et al.*, 1967:23). Obiectul de studiu al pragmaticii devine *relația emi-tor-receptor, mediată de comunicare*. Perspectiva „colegiului invizibil” asupra comunicării își are origini în teoria generală a sistemelor a lui von Bertalanffy (1956), respectiv în psihologia gestaltistă. La Bateson, de pildă, comunicarea este „modelată” pe fundament cibernetic; antropologul britanic vorbește despre o „ecologie a minții” care nu este altceva decât o nouă teorie a cunoașterii, în cadru contextual larg, derivat din teoria lui Wiener, a comunicării și controlului la organisme vii. Bateson duce mai departe acest proiect al psihologiei cibernetice, conturând un cadru de studiere a corelațiilor din natură și a funcționalității acestora, în baza unor meta-modele (*pattern-uri*) conturate de comunicare. Iar dacă aceasta se oprește la o abordare riguroasă a viului în baza unor criterii de ordonare (care devin reguli într-o *gramatică* a bios-ului), inclusiv în ceea ce privește mintea umană, Watzlawick extinde studiul întregului ca interacțiune în baza influențelor din câmpul teoriei generale a sistemelor. În acest ultim caz, comunicarea este văzută ca o relație care situează, calitativ, rezultatul punerii în comun/interacțiunii dincolo de suma potențialelor celor care intră în interacțiune.

Aparenta rigidizare rezultă din faptul că Watzlawick invocă matematica drept câmp de studiu etalon privitor la statuarea pragmaticii ca disciplină de sine stătătoare, unul dintre conceptele la care se face trimitere fiind acela de *funcție*, echivalent al *relației* din tipurile comportamentale, definit în sine ca relație dintre variabile, exprimat sau nu printr-o ecuație. De altfel, Watzlawick este influențat de Carnap și Wittgenstein I, dar modul în care „axiomatizează” îndepărtează structurarea paleontologică de idealul hilbertian.

20.2. Axiomele comunicării. Modelul axiomatic al comunicării, elaborat de membrii „colegiului invizibil” nu trebuie privit independent de situarea în context, iar acest context este cel al perspectivei pragmatice, al interdependenței dintre termenii „comunicare” și „comportament”. Prima axiomă din structura de cinci, enunțată de Watzlawick, Beaven și Jackson constituie de fapt fundamentul întregului construct teoretic al „noii comunicări” elaborat de reprezentanții colii de la Palo Alto: „One can not *not* communicate”. Având la bază perspectiva lui Bateson, care consideră comunicarea drept „matricea în care sunt prinse toate activitățile umane”, sau, mai mult, un *înveliș* al bios-ului în care pot fi reunite, în plan teoretic discipline aparent disjuncte, Watzlawick construiește premisele unei perspective asupra comunicării ca totalitate.

Plecând de la ideea că nu există non-comportament, că în cadrul unui sistem organic comportamentul nu are contrar: „Behavior has no opposite; one cannot *not* behave”, Watzlawick *et al.* (1967:48) afirmă că este imposibil să nu comunici. Orice acțiune presupune comunicare. Atât actele verbale cât și cele non-verbale, cât și tăcerea pot fi interpretate ca mesaje:

Dacă admitem că într-o situație interacțională orice comportament are valoare de mesaj, adică reprezintă comunicare, rezultă că, vrem sau nu vrem, nu putem să nu comunicăm.

Aadar, comunicarea nu se poate reduce la o diagramă funcțională în genul celei realizate de Shannon, și nici măcar la intenționalitate, ca în cazul modelelor provenite din câmpul psihologiei. Comunicarea intențională este un simplu caz particular. Reducerea comunicării la acest caz particular nu este suficientă pentru constituirea unei arii disciplinare distincte. Or, atâta vreme cât totul este comunicare, studiul acesteia presupune o analiză a unui „compus fluid și polifonic”, împreună cu contextul de producere. La Bateson, comunicarea nu se referă doar la ființele umane. Această perspectivă a comunicării ca matrice a bios-ului este prezentată astfel:

(...) creșterea și diferențierea trebuie să fie controlate de comunicare. Formele animalelor și plantelor se transformă în mesaje. Limbajul este el însuși o formă de comunicare. Structura înțirii trebuie să reflecte întrucâtva structura ierării. Anatomia trebuie să fie analoagă gramaticii, pentru că întreaga analogie este o transformare a mesajului material, care trebuie structurat contextual. Și, în cele din urmă, *structurarea contextuală* este doar un alt termen pentru *gramatică* (Bateson, 1979:17).

A doua axiomă privește aspectele comunicării numite coninut și relație. Întâind prima axiomă, prin intermediul acesteia se afirmă că nu contează doar „informația” transmisă, doar coninutul comunicării, ci și relația, interacțiunea, adică, în cazul comunicării interpersonale, comportamentul. În cazul unei comunicări „sănătoase” primează coninutul, în situațiile de patologie a comunicării relația, care provine din unghiuri diferite, face uitat rolul coninutului. Relația, la Watzlawick, înglobează coninutul și comunicarea despre comunicare, dându-na tere metacomunicării, în linia funcției similare definite de Jakobson (similar cu sistemele de calcul în care relația/funcția presupune o informare asupra informației). Metacomunicarea trebuie tratată diferit de coninutul comunicării, în caz contrar putându-se crea confuzii de interpretare.

Cea de-a treia axiomă privește natura relațiilor, care depinde de punctarea secvențelor de comunicare. Practic, în comunicarea interumană are loc o stabilire a modelelor de schimb, în baza cărora are loc și schimbul rolurilor dintre acestea. Incapacitatea stabilirii modelelor de schimb între parteneri conduce la neînțelegeri: „Neînțelegerile privind punctarea evenimentelor se află la rădăcina nenumăratelor dispute relaționale”

(Watzlawick *et al.*, 1967:56). Mai mult, acest model de punctare poate fi extins și la comunicarea între grupuri sau între entități naționale, oferind cadrul de armonizare a schimburilor sau premisa de apariție/dezvoltare a discrepanțelor/conflictelor între acestea. Ca în cazul precedent, axioma III are direct legătură cu precedenta, rezumându-se la capacitatea de stabilire a unei relații, de metacomunicare între parteneri, fie ei indivizi, fie grupuri sau comunități. Dar punctarea secvenței de comunicare nu presupune, pentru armonizarea interacțiunii, o situație pe poziții de egalitate. Se poate vorbi despre optimizarea comunicării în situații de „punctare” diferite, de structurare diferite a faptelor de comportament în funcție de predispoziție.

Axioma IV statuează că ființele umane pot comunica atât digital cât și analogic. În acest sens, Watzlawick, Beavin Bavelas și Jackson consideră că unitățile funcționale ale sistemului nervos (neuronii), primind pachetele de informații prin elementele de conexiune (sinapse), după ce la nivelul acestora se produc potențiale postsinaptice excitatorii sau inhibitorii, însumează aceste potențiale și produc informații digitale binare (Watzlawick *et al.*, 1967:60). Spre deosebire de această digitalizare, la nivelul sistemului neurovegetativ transmiterea informației nu se realizează în baza unor pachete de informații binare, ci în funcție de multiple combinații de tipuri de substanțe sau concentrații. În primul caz putem discuta despre transmitere digitală de informație, în cel de-al doilea în mod analogic. Extrapolând, în cazul comunicării interumane, latura digitală se realizează prin raportarea directă la lucruri, prin intermediul limbajului, în timp ce componenta nonverbală este analogică. Omul reprezintă singura entitate capabilă să utilizeze ambele tipuri de comunicare. Comunicarea digitală a avut un rol foarte important în evoluția ființei umane, dar ponderea utilizării ei nu este cea mai ridicată. Comunicarea analogică își are originea în comunicarea animală, în stadiile străvechi ale evoluției ființei umane. Ea nu doar că însoțește limbajul digital în actele cotidiene de comunicare, ci îl și completează. Cele două moduri de comunicare, digital și analogic, coexistă aproape în fiecare act, sunt complementare. Complementaritatea limbajului digital și a celui analogic derivă din nevoia de compensare a neajunsurilor fiecăruia în parte: dacă primul posedă o sintaxă logică complexă și ușor aplicabilă, celălalt beneficiază de o semantică adecvată. Extinzând distincția (și complementaritatea) digital/analogic la nivelul distincției (și complementarității) conținut/relație construite în baza celei de-a doua axiome, se poate realiza un raport de corespondență și de completare reciprocă.

A cincea axiomă, legată de ponderea secvențelor de comunicare între parteneri, afirmă că orice proces de comunicare este fie simetric, fie complementar, dacă se întemeiază pe egalitate, respectiv pe diferență. Plecând de la studiile antropologice ale lui Bateson din *Naven* (1936), Watzlawick și colaboratorii consideră că relațiile dintre egali sunt simetrice, cele dintre inegali sunt complementare.

[Bateson] distinge astfel două sisteme esențiale de relații: relațiile *simetrice*, în care partenerii se angajează într-o spirală bazată pe mărimea amplitudinii aceluiași comportament (violența, de exemplu), și relațiile *complementare*, în care partenerii formează împreună o entitate bipolară (de exemplu, protecția și slăbiciunea, autoritatea și supunerea, exhibiționismul și voaieurismul). Bateson realizează astfel ipoteza a două moduri de formare a „schismei” sau „schismogeneze”: în exacerbarea lor, aceste două sisteme pot conduce la explozia cuplului în cazul unor indivizi, a sistemului social în cazul unor grupuri (Wilkin, 2001:148-149).

Relațiile complementare pot fi caracterizate prin două posibile tipuri de situații (schismogeneze) în cadrul relației, în general unei atitudini autoritare, corespondente unei poziții înalte (*one-up*), și spunându-i-se cu un comportament de supunere, specific poziției inferioare (*one-down*), diferențele care se accentuează în timpul comunicării dintre cei doi. Definind feedback-ul negativ și cel pozitiv, primul cu rol în dobândirea și menținerea relațiilor, cel de-al doilea conducând la schimbare, adică la pierderea stabilității³⁴, putem avea patru tipuri de interacțiuni în cadrul unor retroacțiuni, astfel: interacțiune simetrică în cadrul retroacțiunii negative, în care echilibrul este stabilit prin eforturile de antrenare a unui comportament prin comportamentul partenerului; interacțiune complementară în cadrul unei retroacțiuni negative, presupunând armonizarea comportamentelor contrastante prin recunoașterea și acceptarea diferențelor; interacțiune simetrică în cadrul unei retroacțiuni pozitive, presupunând tentativa de minimalizare a diferențelor, prin exagerare, conducând la „explozie”, respectiv interacțiune complementară în cadrul unei retroacțiuni pozitive, presupunând maximalizarea diferențelor, conducând la blocaj.

20.3. Metafora orchestrei. Considerat de Lucien Sfez ilustrativ pentru comunicarea expresivă, teoria comunicării a colii de la Palo Alto aduce în prim plan o altă perspectivă asupra a ceea ce reprezintă comunicarea. Redus de multe ori la prima axiomă, *este imposibil să nu comunici*, această teorie aduce în prim plan o „comunicare generalizată”. Accentul nu mai cade pe conținutul mesajului transmis, ci pe relația dintre partenerii comunicării. Studiat în cadrul unui *context* larg, care fixează în eleșurile, comunicarea presupune interacțiuni (digitale/analogice, simetrice/ complementare, de confirmare/de invalidare etc.). Nu se poate realiza nicio diferențiere fără să fie afectat în alegerea. Prin aceasta, modelul diferențiator al comunicării ca reprezentare este abandonat:

³⁴ „Feedback-ul este cunoscut ca fiind fie pozitiv, fie negativ; cel din urmă va fi menținut mai frecvent în această carte deoarece caracterizează homeostaza (starea stabilă) și joacă astfel un rol important în menținerea stabilității relației. Feedbackul pozitiv, pe de altă parte, duce la schimbare (...)” (Wilkin, 2001:31)

Informația este o diferență produsă de diferențe. Mai ales, s-a înțeles bine aici diferența între sistemul clasic și Bateson: sistemul interactiv al clasicilor este văzut ca un procedeu de descriere. Interacțiunea lui Bateson este văzută ca un proces de schimbare în construcție. Școala de la Palo Alto este voluntaristă. Nu mai este vorba de a descrie, ci de acțiune. Și se ține – încă o trăsătură circularității – că descrierea nu este neutră sau inocentă, ci că ea antrenează mereu o diferență, că este ea însăși acțiune. (Sfez, 2002a:65)

Practic, dihotomiile clasice sunt abandonate în favoarea unui monism propus ca alternativă, începând cu Bateson. Monismul implică imposibilitatea „decupajului” în funcționalitatea unui sistem. Doar privit în contextul producerii, comunicarea este naturală și se poate constitui în acel înveliș al biosului, de care aminteau reprezentanții „colegiului invizibil”. Astfel, omul este condamnat să comunice (refuzul de a comunica reprezentând tot comunicare), iar fundalul studiului comunicării devine comportamentul. Atâta vreme cât nu există non-comportament, totul trebuie privit ca întreg. Fiecare individ se integrează în cadrul social (care permite restrângerea numărului semnificațiilor posibile ale unităților de limbaj) și participă la stabilirea regulilor acestei comunicări. Această comunicare este permanentă și reprezintă un „vast sistem interacționând”, un „construct care permite un studiu interdisciplinar al dinamicii vieții sociale” (Wilkin, 2001:153). Tipul de comunicare amintit este „comunicarea organică”, denumit astfel în urma adoptării de către Bateson a metaforei „organismului” ca fiind reprezentativ pentru natură, în dauna metaforei „mașinii”. Prin apel la conceptul de „creatură” – lumea organizării vii, esențialmente comunicabilă, antropologul britanic instituie principiul comunicării totale între structurile constituente ale acesteia. Oamenii comunică prin întregul lor corp, numai cu ajutorul unor „organe” specializate în comunicare. Comunicarea devine acel context totalizator în care interacționează ființele umane. Fiecare individ participă la comunicare în cadrul unei „orchestre” imaginare:

Membrii unei culturi participă la comunicare așa cum muzicienii participă la orchestră; însă orchestra comunicării nu are dirijor, iar muzicienii nu au partituri. Acordurile lor sunt mai mult sau mai puțin armonioase pentru că, interpretând, ei se ghidează reciproc. Aria pe care o cântă constituie pentru ei un ansamblu de interrelații structurale. (Wilkin, 2001:153)

Acest model, al „orchestrei”, presupune considerarea actului de comunicare ca fiind eminentă colectivă, realizat în baza unor reguli învățate inconștient, și care, în contextul de producere, necesită o anumită normare, stabilirea unor convenții, a unor delimitări contextuale care nu reprezintă nimic altceva, în termenii lui Bateson, decât o gramatică a comunicării. Metafora „orchestrei” nu este în disonanță cu metafora „organismului” la Bateson și la Sfez: „în această organizare în care noi suntem parte a unui tot, ceea ce

conteaz este a repera schimburile posibile i a analiza rolul elementelor care formeaz acest întreg pe care-l numim univers” (Sfez, 2002a:26). Modelul orchestral al comunic rii, spre deosebire de cel telegrafic, scoate în prim plan ideea de punere în comun, de participare, de comuniune. F când parte dintr-o orchestr , individul *particip* la comunicare, nu o ini iaz i nici nu este inta acesteia. Comunicarea devine un fenomen social integrat.

20.4. Comunicarea nonverbală. Ray L. Birdwhistell (1952), colaborator al lui Gregory Bateson i al Margaretei Mead, a avut o contribu ie important în studiul comunic rii vizuale. Antropologul american este cel care a pus bazele kinezicii, disciplin al c rui obiect de studiu îl reprezint modalit ile de comunicare prin intermediul gesturilor i al mimicii. Ray Birdwhistell consider c indivizii particip la comunicare, nu comunic efectiv. Comunicarea exist indiferent de inten ia actorilor comunic rii. Ea reprezint acel întreg rela ional din care individul nu se poate sustrage sau în afara c ruia nu poate comunica. În schimb, în afara actului inten ionat exist comunicare mai pu în controlabil , comunicarea nonverbal . Ajungând la aceast constatare, antropologul american atrage aten ia asupra importan ei gesturilor.

„Teza principal a lucr rilor sale de kinezic este c gestualitatea reprezint un fel de instan intermediar între cultur (în accep iunea antropologic a termenului) i personalitatea uman ” (Dinu, 2000:226). Pornind de la aceast asociere între tipologia gesturilor i cultur , Birdwhistell împarte societatea american în trei straturi sociale, *lower*, *middle* i *higher*, fiecare dintre acestea fiind împ r it la rândul ei în dou subclase/substraturi, *upper* i *lower*. Aplicând o combina ie de caracteristici (profesie, valoarea veniturilor etc.), Birdwhistell determin apartenen a la unul din cele ase substraturi, observând indicii corporale. Aceste indicii, utile în reperarea categoriei sociale, probeaz ipoteza behaviorist conform c reia studierea comportamentului reprezint singura modalitate de studiere a mecanismelor psihice care stau la baza acestuia. Iar studiul comportamentului, în pur linie paloaltist , presupune studiul comunic rii, care este presupus a fi sistemic i care se înva prin interac iune social .

Din aceast perspectiv , Birwhistell (1970) adânce te studiul în ceea ce prive te comportamentul nonverbal, luând structurarea lingvistic drept model în analiza gesturilor: fonemelor le-ar corespunde *kinemele*, unit ile gestuale elementare lipsite de semnifica ie, în timp ce morfemelor le sunt asociate *kinemorfemele*, gesturile semnificative. Cuvintelor le sunt asociate *complexele de kinemorfeme*, iar propozi iilor *construc iile de complexe kinemorfemice*. Studiul sistematic al claselor morfologice ale kinemelor a fost denumit micro-kinezic . Ray Birdwhistell nu se opre te cu structurarea la nivelul micro-kinezicii, definind alte dou ramuri ale kinezicii: pre-kinezica, sau studiul bazelor fiziologice ale mi c rii corpului, respectiv kinezica social , presupunând studiul constructelor morfologice în rela ie cu interac iunile sociale (Chelcea *et al.*, 2005:41-42). În afara unit ilor kinezice amintite,

antropologul american mai aduce în discuție „markeri kinezici” (*kinesic markers*), „evidențiatorii kinezici” (*kinesic stress*) și „semnele de legătură” (*kinesic junctures*), care au rolul de a sublinia sau conecta unitățile gestuale dispartate. Ray Birdwhistell ajunge la concluzia că la baza comunicării gestuale se află circa 50-60 de kineme universale, care nu diferă între spații culturale diferite. Doar kinemele purtătoare de semnificație, kinemorfemele, diferă în arii paralingvistice distincte. Mai mult, între gesturi diferite poate exista și relație de sinonimie dacă acestea pot ocupa locul unuia altuia.

Această structurare a kinezicii și intenția de atingere a unui nivel ultim, a unor entități atomare (kinemele), căroră nu li s-a dat un înțeles precis, a condus la apariția criticii acestei structurii lingvistice a mișcărilor corpului uman. Primul și cel mai important critic al modelului de formalizare, de structurare lingvistică a kinezicii a fost însuși Ray L. Birdwhistell. Din păcate, și până în zilele noastre kinezica este studiată din perspectiva structurală, asociindu-se înțelesului anumitor unități gestuale (kinemorfemelor).

Un alt reprezentant al „colegiului invizibil”, Edward T. Hall, a contribuit substanțial la studierea nonverbalului, analizând corelația dintre componenta spațială și cea comunicatională. Astfel, a luat naștere proxemica, disciplină al cărei obiect de studiu îl constituie „distanța canonică” specifică fiecărui tip de relație și fiecărui spațiu cultural în parte, respectiv cronemica, studiind percepția culturală asupra timpului. Antropolog cu interes în studiul diferențelor culturale, Hall se preocupă îndeaproape de corelația spațiu cultural/distanță socială. Acesta distinge două perspective diferite asupra modului de înțelegere a timpului și a spațiului în care se desfășoară activitățile cotidiene. Există, astfel, culturi monocrone, în care timpul limitează percepția evenimentelor, alienează și face uitată existența contextului, respectiv culturi policrone, care au o structură mai simplă, mai ușoară, dar care dau ocazional și cu totul alt importanță spațiului (Hall, 1979:22-26).

Studierea amintitei corelații: spațiu cultural/distanță socială pleacă de la presupunerea că nucleul cultural cuprinde elemente temporale, sociale, materiale, personale, dar și lingvistice, kinezice și proxemice. Astfel, existând diferențe în cadrul culturilor în ceea ce privește acordarea anumitei importanțe spațiului, rezultă că există diferențe considerabile și în ceea ce privește percepția.

(...) indivizii apar înănd culturilor diferite nu doar vorbesc limbi diferite ci, ceea ce e foarte înțodoial cel mai important lucru, locuiesc în lumi senzoriale diferite (Hall, 1971:15).

Structurarea spațială diferită depinde, aadar, la culturi diferite, de cantitatea și natura informației recepționate, dar și de cantitatea de spațiu care poate fi controlat în manieră eficientă. Practic, diferențele între universurile perceptive a două persoane apar înănd aceleiași culturi sunt mult mai mici decât diferențele dintre universurile perceptive ale persoanelor apar înănd lumilor diferite.

O altă sferă, care conduce la acordarea unei asemenea importanțe distanțelor sociale, o reprezintă cea conform căreia limba constituie o piedică în promovarea mesajului dacă nu este dublată de limbajul non-verbal. Într-un context de perceperea distanțelor sociale, chiar dacă acestea sunt o „formă” a instinctului teritorial al animalelor, Hall aduce în discuție o anumită „marcare” a teritoriului, având la bază principiul „locului central”. Hall propune o sistematizare a proximității. Luând în considerare ipostaza imobilă, acesta distinge între spații cu organizare fixă, specifice locuințelor europene, spații cu organizare semifixă, specifice edificiilor publice (unele dintre ele sociofuge, altele sociopete), respectiv spații cu organizare variabilă, de tipul locuințelor tradiționale japoneze. Ipoteza personală a distincțiilor proxemice aduce în discuție patru tipuri de zone, variind ca distanță de la cultură la cultură, astfel: zona intimă, până la cca. 45 cm; zona personală (45-125 cm), cu două subzone, apropiată (< 75 cm) și îndepărtată; zona socială (125-360 cm) și zona publică (peste 360 cm). Studiile lui Hall, reunite sub umbrela termenului proxemic, sunt de fapt o aducere în discuție spațiului teoretic a unor probleme legate de simțul spațiului, care se referă, în egală măsură, atât la distanța fizică cât și la distanța afectivă dintre participanții la actul de comunicare.

20.5. Comunicarea paradoxală. Comunicarea paradoxală are la bază teoria „dublei constrângeri” (*double bind*), inițiată de Gregory Bateson, Don Jackson, Jay Haley și John Weakland. Comunicarea paradoxală este posibilă datorită faptului că ființele umane operează cu mesaje exprimate atât digital, cât și analogic și are loc, îndeobște, în cazul relațiilor complementare (*one-up* vs. *one-down*), între un dominant și un dominat. „Dubla constrângere” presupune o situație de tip paradoxal, din care individul nu poate ieși, iar exemplul canonic este cel dat de expresia „Fii spontan!”. În această anumită situație paradoxală sunt angrenate două sau mai multe persoane, supuse unei anumite experiențe regulate. Uneia dintre acestea (dominatului) i se dă un ordin de interdicție, iar ulterior, la un nivel mai abstract decât cel al emiterii ordinului, se trasează un al doilea ordin care intră în contradicție cu primul. Prin interzicerea de scăpa din situația în care se află, persoanei în cauză i se aplică „dubla constrângere”. În încercarea de a o sintetiza, Paul Watzlawick trasează caracteristicile generale ale acestei situații:

1. Două sau mai multe persoane sunt implicate într-o relație intensă care are un grad ridicat al valorii de supraviețuire fizică și/sau psihologică pentru una, câteva sau toate aceste persoane.
2. Într-un asemenea context, este dat un mesaj care e structurat astfel încât:
 - (a) să afirme ceva
 - (b) să afirme ceva despre propria afirmație
 - (c) aceste două afirmații să fie reciproc exclusive.
3. Receptorul mesajului este prevenit să nu treacă dincolo de cadrul acestui mesaj, fie metacomunicând (comentând) despre el, fie retrăgându-se (Watzlawick *et al.*, 1967:212).

Folosit în scop terapeutic, comunicarea paradoxal a fost extinsă, abuziv, și la alte domenii, inclusiv în cadrul structurilor sociale și culturale. În context terapeutic, comunicarea paradoxal ajută pacientul afectat psihic să treacă la un alt sistem de referință, numit *metasistem*, capabil să producă schimbare prin plasarea într-un unghi de vedere mai cuprinzător. Comunicarea paradoxal este perturbatoare și conduce la confuzie mentală, dar inserarea ei în psihoterapie poate oferi alternativa unei „prescrieri de comportament” care îl obligă pe pacient să se concentreze asupra construirii unei alte realități, ca și când problema ar fi alta. În terapie, comunicarea paradoxal presupune deschiderea unei perspective diferite (nivelul al doilea al ordinelor/prescrierilor); printr-o asemenea situație, simptomul încetează să mai fie simptom, nemaifiind „izolat”, „ascuns”³⁵.

Studiul situațiilor ce lasă loc unor „comportamente patologice” se poate dezvolta arătându-se cum diferitele contexte – familiale, sociale, organizaționale etc. – înscriu individul în condițiile dublei constrângeri și-l obligă să aibă răspunsuri care sunt considerate „patologice”. Acum nu numai subiectul este, în sine, „bolnav”: comportamentul său patologic constituie simptomul unei mai vaste disfuncții, care implică și alți actori, precum și modurile lor de a comunica (Mucchielli, 2005:112-113).

Rolul comunicării paradoxale în teoriile interacționiste ale comunicării constă în faptul că accentul este mutat de pe „comunicarea patologică” pe o anumită „patologie a comunicării”, sesizată din exterior, în interiorul unui anumit sistem/subsistem de interacțiuni.

³⁵ Dubla constrângere terapeutică are următoarele caracteristici (Watzlawick *et al.*, 1967:241):
„1. Presupunem o relație intensă, în acest caz o situație psihoterapeutică, care prezintă un grad ridicat al valorii de supraviețuire și al expectanței ei de la pacient.
2. În acest context, este dată o înșiruire care este structurată astfel încât:
(a) să întreprindă comportamentul pe care pacientul așteaptă să fie schimbat
(b) să rezulte că această întreprindere este vehiculul schimbării
(c) în felul acesta să se creeze un paradox pentru că pacientului îi se spune să se schimbe rămânând neschimbat
3. Situația terapeutică previne pacientul să nu se retragă sau să anuleze paradoxul, comentând despre el. Prin urmare, chiar dacă înșiruirea este logic absurdă, aceasta prezintă o realitate pragmatică: pacientul nu poate să nu reacționeze la ea, dar nici să reacționeze de manieră obișnuită, simptomatic.”

21. Școala de la Chicago

21.1. Contribuții în câmpul disciplinar al comunicării. Școala de la Chicago, cunoscută îndeosebi pentru contribuția în domeniul sociologiei, a avut un rol important în conturarea paradigmei comunicative, descoperind, în profunzimea proceselor sociale, „un strat mai adânc al realității, un strat care nu poate fi nici explicat, nici modelat în sine doar dintr-o asemenea perspectivă” (Dobrescu *et al.*, 2007:97). Practic, sociologia americană se confundă cu sociologia colii de la Chicago (înființată în 1902), dar perspectiva de interes comunicațional privește mai puțin pe „fondatori” (John Dewey, Albion W. Small, William I. Thomas, G.H. Mead) sau pe reprezentanții primei generații de sociologi (Robert Ezra Park, Ernest W. Burgess, Everett C. Hughes), cât pe reprezentanții a ceea ce este cunoscut sub numele de „a doua coală” de la Chicago, reunind personalități precum Herbert Blumer, David Riesman, Anselm Strauss sau Erving Goffman.

Se poate vorbi despre contribuții în domeniul „întemeierii” comunicării ca disciplină de sine stătătoare în ceea ce privește primii reprezentanți ai grupurilor, dar orientarea efectivă spre actul de comunicare și spre consecințele sale sociologice se realizează prin intermediul interacționismului simbolic al lui Blumer și Goffman. Începând cu Dewey (1916), care a prefigurat ideea comunicării ca ritual, reprezentanții grupurilor au avut și alte contribuții importante în conturarea perspectivei interacționiste în științele sociale. Unul dintre precursorii conturării comunicării de masă ca disciplină de sine stătătoare este sociologul Robert E. Park (1926), care a anticipat teoriile îndrăznețe la vremea apariției lor, cum ar fi teoria comunicării în doi pași, agenda-setting sau modelul co-orientării. Dar aceste contribuții nu ar fi fost posibile în prima etapă dacă reprezentanții colii de la Chicago nu s-ar fi aplecat asupra problemelor sociale și nu ar fi descoperit că viaa socială implică și este modelată de comunicare. Acești cercetători au privit viaa socială îndeaproape, au studiat interacțiunile banale ale cotidianului și au constatat că pentru a înțelege individul și societatea perspectiva trebuie să fie unică și marcată de funcționalitatea relațiilor, nu de decupajul static la care au fost supuse respectivele entități.

21.2. Interacționismul simbolic. Interacționismul simbolic nu constituie o teorie unitară, ci un concept-umbrelă sub care se regăsesc abordări teoretice diferite care scot în evidență rolul comunicării în cadrul relațiilor sociale. Dar până când termenul s-a cunoscut consacrat, au existat studii care au condus la apariția acestuia și la teoriile convergente. Prefigurând comunicarea ca întreg și ideea de comunicare analogică a reprezentanților „colegiului invizibil”, Charles Horton Cooley, apropiat spiritual de reprezentanții colii de la Chicago (avându-l profesor pe Dewey), dar fără să activeze în cadrul

acesteia, aduce în prim plan simbolurile cu care operează mintea și modalitățile de transmitere a acestora:

Prin Comunicare se înalță aici mecanismul prin care relațiile umane există și se dezvoltă – toate simbolurile minții, împreună cu înlesnirea transportului acestora prin spațiu și alipirea lor în timp. Aceasta include expresia feței, atitudinea și gestul, tonurile vocii, cuvintele, scrisul, tiparul, cîrțile ferate, telegraful, telefonul și orice altceva, poate și ultimul lucru dobândit în cucerirea spațiului și timpului. Toate acestea luate împreună, în complexitatea actuală lor combinată, formează un întreg organic al gândirii umane și orice legat de dezvoltarea mentală are o existență externă în această privință (Cooley, 1909:61).

Odată cu proiectarea gândurilor, comunicarea este extinsă atât spațial cât și temporal, într-un cadru larg și într-un context anistoric. Spațial, definind comunicarea și prin intermediul mijloacelor de transmitere a simbolurilor, Cooley consideră cadrul de propagare nelimitat; temporal, sociologul american trimite la modalitatea de teaurizare a experiențelor înaintașilor prin intermediul limbajului. „*Un cuvânt e un vehicul, o corabie plutind din trecut*” (Cooley, 1909:69), notează Cooley, subliniind faptul că prin intermediul cuvântului (ca modalitate de propagare a diversității de idei) pe de o parte se realizează conexiuni și filiații de idei atât între membrii unui grup social, cât și între aceștia și predecesori, pe de altă parte este conservată, într-un întreg, cunoștința umană. Ideea în sine conduce la cea de „capitalizare”³⁶ a cunoștințelor prin intermediul cuvintelor, care ajung să preceadă ideile și să se transforme în capital de idei experiențelor predecesorilor. Privitor la prefigurarea limbajului analogic al reprezentanților colii de la Palo Alto, Cooley face și aici o incursiune în timp, punând la baza întregii comunicări umane ceea ce numește comunicare pre-verbal: „Despre toate tipurile de comunicare convențional se crede că au rădăcinile în aceste imitații primitive care, printr-un proces nu greu de imaginat, s-au extins și diferențiat în gesturi, vorbire, scris și în simbolurile speciale ale artei și științei.” (Cooley, 1909:67)

Referitor la fundamentarea unor perspective specifice colii de la Chicago, printre care și asupra interacționismului social, Cooley construiește un nou concept de larg răsunet, care vizează rolul relațiilor interpersonale în conturarea personalității: „sinele-oglină” (*looking-glass itself*). Acest concept constituie un pas important în ceea ce privește fundamentarea interacționismului simbolic. Practic, societatea se reflectă în sinele fiecărui individ în parte sub forma unor contacte și influențe privitoare la ideea de

³⁶ Privitor la „capitalizarea” cunoștințelor, Cooley (1909:68-69) notează: „Variațiile ideii sunt propagare în cuvinte sau în alte simboluri și astfel depozitate într-un întreg continuu, dezvoltându-se constant în cantitate și diversitate, ceea ce nu e, cum am văzut, nimic altceva decât exteriorul sau întruparea practică a gândului omenesc (...).”

„individ” și de „sine”. În aceste condiții, *sinele-oglind* este proiecția individuală a fiecăruia asupra a ceea ce își imaginează că alții cred despre el.

Într-o foarte larg și interesant clasă a cazurilor, referința socială la forma imaginii definite despre cum sinele cuiva – care este ideea corespondenței – transpare într-o minte oarecare, și felul în care cineva se percepe pe sine este determinat de atitudinea față de această atribuire către altă minte. În această situație, sinele social ar putea fi numit sine-reflectat sau sine-oglind.

Unul altuia, o oglindă

Reflectându-l pe cel care trece

Așa cum ne privim chipul, figura și umbră în mintea în oglindă și suntem interesați de acestea pentru că sunt ale noastre, și ne plac sau nu în funcție de cum acestea răspund sau nu la ceea ce ne-ar plăcea ca ele să fie, la fel și în imaginație percepem în mintea altcuiva asemenea gânduri ale prezenței, felului, scopului, faptelor, caracterului, prietenilor noștri .a.m.d., și suntem în diferite moduri afectați de ele. (Cooley, 1922:183-184)³⁷

Societatea devine o oglindă în care se reflectă sinele. În întregime, sinele privește atât aceea reflectă în oglinda societății, cât și proiecția individuală despre sine, adică, în termenii imagologiei, hetero-imaginea și auto-imaginea. Și din această perspectivă, studiul individului și al societății nu comportă focalizarea pe fenomene distincte, ci privește aceeași natură, diferit din punct de vedere al unor aspecte colective/distributive (Cooley, 1922:37). Ideea lui Cooley este dusă mai departe de Park, care vede în fiecare intenție a individului posibilitatea interpretării ca gest. Pentru a se acorda societății, individul acceptă modelele convenționale și tinde spre roluri care presupun conformarea la modele și posibilitatea sancționării din punct de vedere moral (idee preluată ulterior de Goffman).

În continuarea ideilor lui Cooley se situează și George Herbert Mead, care plasează comunicarea umană în termeni de interacțiune mediată simbolic (Dobrescu *et al.*, 2007:122). Problema sinelui este reluată din altă perspectivă. Mead vede ființa umană ca pe un organism având un „sine”, ceea ce îi permite să acționeze ca un actor capabil să transforme continuu relația sa cu lumea, dând acțiunii sale un caracter unic. „Ființa umană poate să se perceapă pe sine, să aibă concepții despre sine, să comunice cu sine și să interacționeze cu sine”, notează Blumer (1969:62). Interacționând cu sine, ființa umană judecă, analizează și evaluează lucrurile destinate să se constituie în premisa ghidării propriului comportament în baza mecanismului de auto-interacțiune astfel format. Sinele este perceput astfel ca un proces, nu ca o structură. Auto-interacțiunea (interacțiunea cu sine) devine etalonul și modelul interacțiunii cu

³⁷ Sinele social este definit de sociologul american ca fiind „efectiv orice idee sau sisteme de idei inspirate din viața comunicării, pe care mintea le îndrăgește ca și cum ar fi ale sale” (Cooley, 1922:179).

societatea, care încetează să se mai raporta la reacția r spuns provocat de stimulul extern, între aceste două elemente interpunându-se interpretarea:

Cu mecanismul auto-interac iunii, fiin a uman încetează să fie un organism al c rui comportament este un produs a ceea ce i se dirijează din exterior, din interior sau din ambele direc ii. În schimb, ea ac ionează spre lumea sa, interpretând lucrurile cu care se confrunt și organizând ac iunile sale în baza interpret rii. (Blumer, 1969:62)

A adar, abilitatea fiin ei umane de a ac iona în interior este perceput de Mead ca mecanism central în baza c ruia fiin a interac ionează și negociaz cu lumea. „Sinele” lui Cooley cunoa te alte două faze care, luate împreună , constituie personalitatea a a cum se manifest ea în experien a social : „Eul (“I”) este r spunsul organismului la atitudinea celorlal i; sinele propriu (“me”) este setul organizat de atitudini ale celorlal i pe care cineva i le asum ” (Mead, 1934:175). Prima component , sau prima faz se rezum la a fi structura de r spuns care nu necesită intermedierea prin interpretare, în timp ce cea de-a doua orientează comportamentul și necesită interpunerea medierii. *Me* angajează individul în contextul social, ghidându-l. Ac iunea social a individului are la baz această component a sinelui, *me*, care, la rândul ei, are la baz structura social , cu întregul s u set de norme. A adar, sinele nu poate precede procesul de interac iune social , ci se na te, cel mult, odat cu el; experien a social este cea care „înzestrea ” fiin a cu „sine” și îi ofer posibilitatea s ac ioneze în forul interior.

Ac iunea interioară , *toward himself*, presupune o continu acordare la normele societ ii și se constituie într-un act de comunicare intern , prin apel la exterioritate pentru ajustarea propriului comportament. „Self-indication is a moving communicative process in which the individual notes things, assesses them, gives them a meaning, and decides to act on the basis of meaning” (Blumer, 1969:81). Acordarea cu în elesul constituie prima premis a interac ionismului simbolic în termenii lui Blumer și las deschis posibilitatea de interpretare a celei de-a doua premise, privitoare la derivarea în elesurilor în urma interac iunilor sociale. Pentru c „în elesul” nu poate fi decât în elesul conven ional, „împ rt it”, baz a comunic rii. Limbajul are rolul, ca și la Cooley, de a fixa în elesurile și de a capitaliza cuno tin ele, iar comunicarea presupune orientarea simultan a semnifica iei spre ceilal i și spre sine. Prin aceasta, Mead pune la baza interac iunii sociale „în elesul împ rt it”, care nu poate fi convenit și fixat decât prin intermediul simbolurilor. A adar, interac iunea social este eminentemente simbolic .

Ca expresie, *interac ionismul simbolic* a fost preluat din studiile lui Emerson P. Schmidt (*Man and Society*, 1937), dar consacrarea acestui „*neologism barbar*” a fost posibil prin intermediul studiilor lui Herbert Blumer. Blumer consider c la baz se g sesc trei premise, contrazise de sociologia și psihologia epocii:

„Interacționismul simbolic” se sprijină în ultima analiză pe trei premise. Prima premisă este că ființa umană interacționează cu lucrurile în baza sensurilor pe care lucrurile le au pentru ele (...) A doua premisă este că în elesul unor asemenea lucruri derivă sau provine din interacțiunea socială pe care cineva o are cu colegii și ei. A treia premisă este că aceste sensuri sunt manipulate și modificate printr-un proces interpretativ utilizat de persoana care are de-a face cu lucrurile pe care le întâlnește (Blumer, 1969:2).

Dat fiind faptul că în câmpul teoretic al științelor umaniste comportamentul este privit ca fiind rezultatul unor factori interni și externi (perspectiva psihologică și perspectiva sociologică), este scoasă în afara studiului posibilitatea interferenței sociale. Or, interacțiunea presupune, dat fiind prima premisă, orientarea asupra în elesurilor.

Comparativ, punctul de vedere al interacționismului simbolic este acela că sensurile sunt esențiale pentru ființele umane. Ignorarea în elesului lucrurilor spre care lumea acționează este vădită ca falsificare a comportamentului în studiu. Ocolirea în elesului în favoarea factorilor preținși a produce comportamentul este vădită ca o neglijare dureroasă a rolului în elesului în formarea comportamentului. (Blumer, 1969:3)

Acest punct de vedere, comun lui Blumer și lui Mead, apropie perspectiva colii de la Chicago și a celei de la Palo Alto în ceea ce privește tratarea împreună a conceptelor de comunicare și comportament. A doua premisă privitoare la rolul interacțiunilor sociale în conturarea în elesului contrazice concepția în elesului asociat lucrurilor, respectiv cea privitoare asupra nașterii în elesului ca expresie a unor elemente psihologice date. Prin aceasta în elesul nu rezultă în urma unei cristalizări pe relația de semnificare, nici în urma unei cristalizări interne a unei structuri psihologice prin intermediul creșterii poate fi perceput, ci ca urmare a interacțiunii directe dintre oameni: „În elesul unui lucru pentru o persoană se naște din modurile în care alte persoane interacționează cu acea persoană privitor la acel lucru” (Blumer, 1969:4). În elesurile nu sunt, a adăuri, rigide, ci depind de dinamica interacțiunii, modificându-se în urma interpretării. Iar interpretarea presupune în primul rând un proces de interacțiune cu sine (de comunicare în forul interior), iar apoi selectarea, gruparea, verificarea, suspendarea etc. în elesurilor în urma contactului cu noile situații și intenții de adaptare a acestora la context.

21.3. Dramaturgia socială. Erving Goffman, sociolog cu dublă filiație, reprezentând atât coala de la Palo Alto cât și coala de la Chicago, aduce în peisajul structuralist care domina sociologia deceniului 6 al secolului XX ideea de dramatizare a interacțiunii sociale. Din această perspectivă, individul joacă / performează un anumit rol într-un cadru social dat. Iar pentru a putea studia aceste roluri, Goffman s-a aplecat asupra acțiunilor și interacțiunilor cotidiene,

aparent fără însemnătate, indiferent dacă acestea se petrec în cadrul universului microsocietal, dacă sunt acțiuni/interacțiuni de tip față-în-față, sau dacă se petrec în context mai larg, macrosocietal, adică dacă sunt implicate sisteme sociale. Apelând la această abordare și la baza teoretică a interacționismului simbolic, Goffman constată că fiecare individ poate fi privit ca un actor, care interacționează prin intermediul înțelegerii cu sine însuși și cu membrii grupului social, apelând la o conduită interacțională conformă (față de normele sociale), respectiv la o conduită receptivă, creativă, presupunând negociere de înțelegeri și instituire de simboluri. Se poate considera că „dramaturgia socială” nu reprezintă decât o exploatare originală și fecundă a unei dimensiuni a interacționismului simbolic, care a oferit, la rândul ei, posibilitatea dezvoltării sociologiei interpretative și care a creat condițiile prielnice dezvoltării ulterioare a unor noi domenii de studiu, cum ar fi etnometodologia sau fenomenologia sociologică.

Cu alte cuvinte, Goffman pleacă în demersul său de la ideea acreditată de interacționismul simbolic conform căreia comportamentul nu se supune unui determinism social strict în viața cotidiană, ci mai degrabă unei negocieri, în funcție de rolurile sociale de înțeles. În interacțiunea cu celelalte persoane, individul oferă informații despre sine, dar nu întotdeauna informațiile puse la dispoziție sunt cele preluate de observatori. În afara conținutului mesajelor există și alte surse de informații, respectiv alte vehicule purtătoare de semnne (*sign vehicles*). Printre aceste vehicule se pot enumera atitudinea, înfățișarea, experiențele anterioare ș.a.m.d., ceea ce permite interpretarea prin prisma unor abloane, a unor stereotipuri. Or, atâta vreme cât majoritatea faptelor importante se petrec în afara interacțiunii propriu-zise, interpretarea implică presupuneri privitoare la atitudine, convingeri etc. Individului îi rămâne posibilitatea de a „juca” un rol public, de a se *exprima* pe sine pentru a *impresiona* pe ceilalți.

Expresivitatea individului (și, ca atare, capacitatea sa de a oferi impresii) pare să implice două tipuri de activitate semiotică radical diferite: expresia pe care o *furnizează* și expresia pe care o *degajă*. Prima se bazează pe simboluri verbale sau pe substitute ale acestora, folosite în mod declarat și exclusiv cu scopul de a transmite informația pe care el și ceilalți o atașează convențional acestor simboluri. Aceasta este comunicarea în sens tradițional și îngust. A doua activitate implică o gamă largă de acțiuni, pe care ceilalți le pot percepe ca simptomatice pentru actor, presupunerea lor fiind că acțiunea respectivă a fost efectuată pentru alte motive decât informațiile transmise astfel. (Goffman, 2007:30-31)

La fel ca și în cazul studiilor reprezentanților „colegiului invizibil”, Goffman nu pune accentul pe conținutul comunicării, ci pe relație. Important în punerea în scenă a situațiilor cotidiene nu este doar conținutul, ci și dimensiunea „teatrală”, interacțiunea propriu-zisă. Ceea ce se comunică este deopotrivă transmis prin intermediul limbajului verbal și non-verbal, iar ceea ce este transmis prin intermediul componentei digitale și nu poate fi acceptat ca

atare este supus „gestionării impresiilor” auditoriului, spectatorilor. Scopul este controlul acțiunii, și cum „expresia oferită” este împachetată și transportată în ambalajul nonverbal, „gestionarea impresiilor” se poate realiza doar prin apel la armonizarea nonverbalului cu verbalul. Aadar, prezent în fața unui auditoriu, a unor observatori, individul intenționează să impresioneze pentru a deține controlul. Dar, încercând să se exprime pe sine fără când apel doar la conținut/componenta digitală și pierzând din vedere relația/componenta analogică a comunicării, individul riscă să fie interpretat „jocul” după aspectele asupra cărora nu poate deține controlul. Practic, publicul folosește componenta nonverbală a comunicării ca filtru de validare a conținutului transmis. În acest contact, al individului cu publicul său, marcat de conștientizarea fluxului prim de comunicare (componenta informativă, conținutul comunicării), dar și al celui secund (relația), are loc o „confruntare” continuă pentru instaurarea/reinstaurarea simetriei în cadrul procesului de comunicare. Comunicând, individul pregătește continuu scena pentru un joc al informațiilor – „un cerc potențial infinit de disimulări, descoperiri, false revelații și redescoperiri” (Goffman, 2007:36). Dar pentru ca situația să nu degenereze sau să se dezechilibreze iremediabil, „jocul”/ „punerea în scenă”, având ca obiect exprimarea de sine, presupune negocierea asupra definirii situației.

Dacă admitem că individul proiectează o anumită definiție a situației atunci când se prezintă în fața altora, trebuie de asemenea să admitem că și ceilalți, oricât de pasiv ar purta rolul lor, vor proiecta la rândul lor o definiție a situației, în virtutea răspunsului pe care îl dau individului și a liniilor de acțiune pe care le inițiază în direcția lui. (...) Prin aceasta în elegem ca va apărea tipul de consens care există atunci când fiecare individ prezent exprimă candid ceea ce simte cu adevărat și e de acord într-adevăr cu sentimentele exprimate de ceilalți. Acest tip de armonie este un ideal optimist, dar nu e necesar bunei funcționări a societății. Mai degrabă, fiecare participant își va reprima sentimentele reale imediate, transmițând o perspectivă asupra situației pe care crede că ceilalți o vor găsi cel puțin temporar acceptabil (Goffman, 2007:37).

Negocierea implică un *modus vivendi* interacțional, în care se ajunge la o definiție generală a situației, care nu presupune un consens real, ci un consens de lucru (*working consens*). Continuând în linia lui Park, definirea proiectivă a situației are și un caracter moral distinctiv, caracteristicilor sociale asociindu-se „dreptul moral” al fiecăruia de a se aștepta la un tratament adecvat condițiilor sale. Individul informează „cu privire la ce *ar trebui să vadă* ei că <este>” (Goffman, 2007:41), nu își la ce este și adoptă pentru apărarea teritoriului proiectat „practici defensive” sau chiar „practici proiective”, de salvare a situațiilor a așa cum sunt ele proiectate.

Fiecare actor al comunicării devine un actor social care, în cadrul interacțiunii față-în-față, de pildă, încearcă să influențeze partenerul de

comunicare și se „apere” de influența acestuia. Dar pentru „dramaturgia socială” termenul „interacțiune” este insuficient. Trebuie luată în considerare și termeni ca performare/ punere în act, partitură, faad etc.

O <performare> (<performance>) se referă la toată activitatea unui anumit participant într-o ocazie anume, servind la influențarea, în orice fel, a oricui dintre ceilalți participanți. Luând un participant anume și performarea lui ca punct fundamental de referință, îi putem desemna pe cei care contribuie la celelalte performanțe drept public, observatori sau coparticipanți. Modelul de acțiune prestabilit care se desfășoară în cursul unei performanțe și care poate fi prezentat sau interpretat în alte ocazii se poate numi <partitură> (<part>) sau <rutină> (<routine>) (Goffman, 2007:43).

„Faada” (*front*) reprezintă aspectul din performanța individului ce funcționează în mod constant și fix în ochii publicului, iar dintre aspectele ei amintim „scenografia” (*setting*), „faada personală” (*personal front*), „înfrînșarea” (*appearance*) sau „atitudinea” (*manner*). Dacă înțelegem cont de faptul că rolul social implică punerea în scenă a drepturilor și îndatoririlor legate de un status dat, atunci acestuia și se pot asocia mai multe partituri. Jucând o „partitură”, individul cere să fie crezut sau, la extrem, chiar crede și el în propriul act (oscilând, în prestația publică, între cinism și sinceritate aparentă).

Din această perspectivă, a dramatizării sociale, comunicarea presupune alimentarea activității individului cu semne care se pun în lumină în manieră teatrală aspecte care altfel ar putea trece neobservate. Apelând la teatralitate, comunicarea devine ritualică, exprimându-se într-un sistem de prescripții și proscripții. Limbajul (implicând aici atât componenta digitală, cât și cea analogică) limitează acțiunea comunicativă la coduri de conduită. Întreaga viață cotidiană devine un spectacol al interacțiunilor, *inferred*, în termenii lui William I. Thomas (1951), un ritual de exprimare și reprezentare a sinei; a adă, viața cotidiană presupune comunicare, exprimată ritualică, teatrală, în baza unor rațiuni de exprimare de sine, în limitele rolurilor sociale aferente fiecărui individ în parte.

22. Școala de la Frankfurt

22.1. Teoria critică. O altă coală de orientare interdisciplinară a fost cea de la Frankfurt, cunoscută și sub numele de „coală critică”. Aceasta își are originea în teoriile neo-marxiste promovate în cadrul Institutului de Cercetări Sociale (*Institut für Sozialforschung*), înființat în 1923 de Felix J. Well, Max Horkheimer și Friedrich Pollock. Începând cu 1936 institutul nu mai este arondat Universității din Frankfurt și ființează pe lângă Universitatea Columbia din New York, pentru ca în 1950 să revină în Germania. Printre personalitățile reprezentative ale acestei mișcări se numără, în afară de cei deja menționați, Theodor W. Adorno, Herbert Marcuse, Leo Löwenthal și Erich Fromm, iar tradiția este preluată și dusă mai departe, în generația a doua a colii, de asistentul lui Adorno, Jürgen Habermas. Constituindu-se în ultimul bastion al abordării teoretice/critice a timpurilor sociale, în ciuda succesului de care se bucurau studiile empirice, coală de la Frankfurt se opune „reducerii faptului de cultură la simple măsuri și evaluări teoretice” (Dobrescu *et al.*, 2007:177). Aadar, poziția acestei mișcări este de a se opune direcției de cercetare cantitativă și de suprafață, specifică empiriilor, apărută ca urmare a standardizării culturii și transformării acesteia în marfă. Este și cazul confruntării dintre Adorno și Lazarsfeld, în care primul vizează interpretarea fenomenelor, iar celălalt clasificarea acestora și prezentarea lor drept rezultat al interpretării. T.W. Adorno acuză cercetarea empirică de un soi de orientare axiomatică pe reacțiile subiecților, ca și cum acestea ar reprezenta entități atomare care s-ar constitui singura sursă de informație în domeniul studiului social. Dar atât vreme cât disputa s-a purtat pe teritoriul american, orientarea preponderent cantitativă a lui Lazarsfeld a avut câștig de cauză.

În contextul în care comunicarea de masă cunoaște o perioadă de adevărată înflorire, reprezentanții primei generații a colii de la Frankfurt își orientează eforturile spre acest domeniu, dar abordarea este realizată în contextul larg, al culturii de masă și al mutațiilor de ordin social, politic și economic la care este supusă întreaga societate. Într-o asemenea societate, marcată de tendințe diferite, pe planuri diferite, o abordare interdisciplinară și, mai ales, transdisciplinară reprezintă perspectiva de „bun simț metodologic” la care au recurs, în primul rând, Adorno și Horkheimer, iar apoi și ceilalți reprezentanți ai grupului neo-marxiste. Cei doi filosofi germani condamnă transformarea relației dintre rațiune și adevăr; acest nou tip de rațiune care ia naștere, „rațiunea instrumentală”, se caracterizează prin standardizarea particularului și printr-o proiectare subiectivă a individului asupra realității. Caracteristic modernismului târziu, acest tip de rațiune scoate în evidență valoarea de schimb a particularului standardizat și nu valoarea de întrebuințare. Iar odată cu aceasta, valorile filosofiei sunt înstrăinate și „slăbite”. Cei doi reprezentanți ai grupului neo-marxiste denunță degradarea „rațiunii obiective” în „rațiune subiectivă”, considerând modernitatea târzie drept „eclipsă a rațiunii”.

Epuizarea modernității târzii devine sentimentul îngrijorător al punerii în uz a acestui tip de rațiune, instrumental. În baza acestei „degradări” a rațiunii, Touraine avea să afirme: „Această disociere completă a rațiunii instrumentale devenit strategie pe piețele mobile și comunitățile închise în propria „diferență” definesc situația post-modernă” (Touraine, 1992:216) și avea să conducă la constatarea lui Habermas, conform căreia proiectul modernist ar masă neterminat.

Amintită înstrăinare este mult mai vizibilă în plan cultural, acolo unde standardizarea atinge producția unicat.

Horkheimer și Adorno au lansat termenul de industrie culturală pentru a ilustra mai multe tendințe: în primul rând, procesul de industrializare a culturii, în care imperativul comercial joacă un rol din ce în ce mai semnificativ; apoi rolul lor de legitimare ideologică a ordinii existente și de integrare a indivizilor în structura societății capitaliste; funcția de stabilizare a capitalismului realizată prin manipularea audiențelor de masă în direcția obedienței. Comunicarea *mass-mediated* joacă un rol de mare în teoria socială critică, încât, pur și simplu, nu ne putem reprezenta această teorie fără demersul critic la adresa comunicării de masă. (Dobrescu *et al.*, 2007:190-191)

Cei doi filosofi germani au înlocuit, în cele din urmă, termenul de „cultură de masă”, posibil de interpretat eronat (convenabil empiricilor) cu cel de „industrie culturală”, încărcat cu semnificații negative. Mult mai târziu, în 1995, sesizând limitele și falsele interpretări ale sintagmei „cultură de masă”, în linia dihotomiei cultură „înaltă”/cultură „de masă” în cadrul căreia au operat Adorno, Löwenthal, Herzog sau Horkheimer, Douglas Kellner avea să propună termenul de „cultură media”, ca prelungire a celui de „industrie culturală” promovat la *Institut für Sozialforschung* (Kellner, 2001:48). Delimitarea era necesară deoarece filosofii germani văd raportul dintre *industria culturală* și masele dintr-o altă perspectivă: „Masele nu sunt marea, ci ideologia industriei culturii, chiar dacă industriile culturii însuși cu greu ar putea exista fără să se adapteze maselor” (Adorno, 2001:257).

În ciuda situației pe poziții antagonice față de empirici, reprezentanții primei generații acolei de la Frankfurt rămân de aceeași parte a baricadei ideologice privitor la comunicare, plasând demersul analitic în ceea ce constituie baza *comunicării reprezentative* la Sfez, caracterizat prin metafora „bilei de biliard” sau prin metafora „mănușă de comunicat”: rolul crucial al emișorului. Chiar dacă abordarea reprezentanților acestei coli este critică, realitatea percepută este de natură să confere, mai degrabă, greutate comunicării de masă decât să o combată.

22.2. Sfera publică. Jürgen Habermas, figura predominantă a celei de-a doua generații acolei de la Frankfurt, estompează dimensiunea ideologică a teoriei critice. Prima sa lucrare importantă, *Sfera publică și transformarea ei*

structural , se constituie într-o monografie considerabilă a opiniei publice. Habermas aduce în discuție, înșă , o sintagmă nouă , *sfera publică* , sintagmă asociată unei realități sociologice. Subiectul acestei sfere publice, punctează filosoful german, este publicul (*das Publikum*) în calitate de purtător al opiniei publice. Aceasta înseamnă că odată cu reconfigurarea structurii publicului, sfera publică suportă transformări. Astfel, sfera publică burgheză , specifică modernității timpurii, înlocuind-o pe cea reprezentativă , aduce cu sine mutații importante. Privitor la domeniul comunicării, sfera publică este asociată unei societăți caracterizată prin *schimbul de bunuri* și prin *schimbul de informații* (Habermas, 1998:59). Publicul devine permeabil, depășind rigiditatea de cast specifică precedentei sfere, absoarbe dezbaterea cu semnificație publică , exercită influență și devine un reper important al nou conturatei orientări.

Dar trecerea de la sfera publică reprezentativă la cea burgheză nu este singura transformare structurală luată în discuție de Habermas; odată cu capitalismul târziu, o restructurare a publicului și implicit a sferei publice aduce în prim planul studiului filosofului german o entitate socială interesată de *consumul de bunuri* și de *consumul de informații*, o societate de consum. În acest context, comunicarea extinsă la mase se topește în consum și își pierde esența, diluându-se în discursurile vizând consensul consumatorilor. Opinia publică devine non-publică ; ea nu mai exprimă opinia publicului, pierzând incisivitatea critică , nemaierprimând coeziunea și nici atașamentul față de valorile interesului general. Opinia generală nu se mai întemeiază pe *public spirit*, ci, mai degrabă , pe *common opinion*, și riscă să fie de precedentă de conștiință (*Bewußtsein*) și conștiință morală (*Gewissen*), identificate de Hobbes cu opinia. Publicul își pierde consistența, coeziunea, iar opinia generală se întemeiază pe consensul aprobator asupra bunurilor de consum. În plan intelectual, transformarea presupune declinul „publicului judecător de cultur” , în favoarea unui „public consumator de cultur” . Consumul cultural a intrat în serviciul publicității, al reclamei economice și politice.

Inițial, publicitatea garantează legătura dintre folosirea publică a rațiunii și întemeierea legislativă a dominației ei, ca și supraveghere critică a exercitării acesteia. Între timp, ea ajunge să creeze o specifică ambivalență a unei dominații asupra dominației non-publice: ea servește manipulării publicului, în aceeași măsură în care servește legitimității în fața lui. Publicitatea critică ajunge să fie înlocuită de către cea manipulatorie (Habermas, 1998:233).

Consensul privitor la consum nu provine din forța publicului, ci din procesul de comunicare cu masele. În această comunicare, componenta informativă este înlocuită de ponderea de componentă comercială . Scopul comunicării devine influențarea, iar opinia publică , astfel construită , devine opinia maselor asupra unor perspective private, astfel preluate în sfera publică . În plus,

o dat cu „evadarea” statului din dreptul public, cu transferul sarcinilor revenind administrației publice către întreprinderi, stabilimente, corporații, înscrinați cu afaceri, semioficiali înănd de dreptul privat, iese la iveală și reversul unei publicizări a dreptului privat, și anume privatizarea dreptului public (Habermas, 1998:205).

Sfera publică se redefineste; ea se extinde atât ca arie de cuprindere cât și ca exercitare a influenței. Diluarea publicului conduce la topirea în cadrul acestuia a maselor largi, iar sfera publică se constituie în acest context îngrit pe un public standardizat ca percepție, necritic, orientat spre consum. Sfera publică este supusă unui proces de „refeudalizare”; publicul este scos, ca importanță, în decor, având rolul de a-și exprima plebiscitar acordul sau dezacordul pe probleme aduse pe agenda sa din sfera privată.

(...) locul unui public care nu este intact, format din persoane private raportându-se individual unele la altele, este luat de către un public al persoanelor private organizate. În contextul actual, numai ele sunt în măsură să ia în mod activ parte la un proces de comunicare publică, prin canalele publicității interne din partide și organizații, și pe baza publicității puse în vigoare în vederea contactelor dintre organizații și stat și a contactelor reciproce dintre organizații. (Habermas, 1998:291).

Sfera publică a modernității târzii, „ca formă în descompunere a sferei publice burgheze”, sprijină acțiunea publicității *demonstrative* și *manipulative* dincolo de voința publicului. Aadar, dintr-o perspectivă mai puțin ideologizantă, Habermas trasează, la fel ca Adorno și Horkheimer, coordonatele unei decăderi, ale unei diluări a comunicării.

22.3. Acțiunea comunicativă. Studiul diluării culturii și al creșterii rolului influenței în actul de comunicare a condus la o nouă perspectivă asupra comunicării. *Sfera publică* menține la cote ridicate rolul emitorului. Habermas sesizează direcția spre care se îndreaptă teoria critică și reorientează cercetarea asupra relației dintre actorii comunicării. Prin această schimbare de orientare, Habermas înscrie „coala critică” în rândul noilor grupuri care au în obiectiv comunicarea ca interacțiune. Noua teorie, a *acțiunii comunicative*, ia naștere ca necesitate de a răspunde neajunsurilor provocate de teoria critică. Acțiunea comunicativă se referă la continua interconexiune de ordin comunicational dintre indivizi și oferă posibilitatea unei perspective asupra funcționalității sociale. În fond, acțiunea comunicativă este cea care încheagă societatea. Comunicarea nu mai poate fi studiată independent de social, ci numai împreună cu acesta: „Putem rezuma contribuția lui Habermas: comunicarea se situează în cadrul socialului, al limbii, care este social, în cadrul implicitului, al prejudecății” (Sfez, 2002b:111).

Teoria acțiunii comunicative, lucrarea de referință a lui Habermas, degajă terenul pentru o teorie socială care să ia în calcul interacțiunile, care să

se instituie reconstructiv. Ea constituie, totodată, baza conceptuală a unei noi „rațiuni critice”, adaptată modernității târzii.

Proiectul este de talia *Criticii rațiunii pure* a lui Kant, ambii, comparabil tematic cu autorul de la Königsberg prin glisarea de la „critica rațiunii” la „rațiunea critică”, care nu reprezintă doar o nouă perspectivă speculativă asupra rațiunii, ci o transformare a obiectivelor, temeiurilor și funcționalității acesteia (Pârnu, 2001:82).

Privitor la „teoria critică” a școlii de la Frankfurt, teoria acțiunilor comunicative reprezintă o continuare a intențiilor de definire a coordonatelor unei societăți. Dar, spre deosebire de reprezentanții primei generații, Habermas renunță la o mare parte din lestul ideologic și îi propune, în afara criticii societății, să fundamenteze o teorie-cadru prin prisma creșterii și facerii posibil în alegerea și poziționarea convenabilă în raport cu mutațiile la care a fost supus. Din acest considerent, *Teoria acțiunilor comunicative*, deși amplă, rămâne din punct de vedere conceptual la nivelul unei scheme-cadru a înțelegerii raționalității sociale prin prisma conturării teoriei. Sunt șapte cadrele teoretice ale noii logici interpretative a societății, dar sunt, totodată, trasate și liniile de filiație teoretică.

Acțiunea comunicativă vizează atingerea gradului necesar de înțelegere între partenerii comunicării, nu în manieră interpretativă. Acesta își propune să streză în cadrul acțiunilor, în general, propriile înțelegeri asociate temeiului, ba, mai mult, își propune scopurile. Ceea ce presupune „înțelegere” reprezintă acordul părților, implicit, interacțiunea ce rezultă de aici. În baza unei asemenea perspective, Habermas distinge două tipuri principale de acțiune: orientată spre succes, respectiv orientată spre înțelegere. Propunând o depășire a concepției teleologice a acțiunii (orientată spre scopuri), filosoful german identifică acțiunea comunicativă. Aceasta este prefigurată încă din lucrarea *Tehnica și etica ca „ideologie”*. Definind munca drept activitate rațional raportată la o finalitate (*zweckrational*), Habermas găsește că interacțiunea reprezintă o activitate pur comunicativă. În acest sens, conturează o dihotomie între activitățile instrumentale, supuse unei logici „monologale”, liniare, unor reguli preferențiale și unei formalități prealabile a întregului acord comunicativ/simbolic, care reprezintă de fapt activitățile orientate spre succes și activitățile comunicative supuse unei logici „dialogale”, a interacțiunii, care se raportează la „contextul unei comunicări în curs de constituire” între parteneri, reprezentând acțiunile orientate spre înțelegere (Pârnu, 2001:233). Acțiunea orientată spre succes vizează atingerea scopurilor, a adăugării acordării unei importanțe mai mari dimensiunii teleologice, interacțiunea în funcție de finalitate sau, dacă se impune, recurgerea chiar la mijloace coercitive. Într-un calcul și efectele secundare ale unei astfel de acțiuni. Acțiunea orientată spre înțelegere, sau acțiunea comunicativă, implică o pondere ridicată a dimensiunii consensuale și asumarea rolurilor de către fiecare

parte; „în alegerea” este rezultatul negocierii deschise asupra a ceea ce Goffman denumise „definirea situației”.

În alegerea este un concept normativ. Fiecare în alegere se confirmă printr-un consens adevărat. Astfel ea nu este în alegere reală. Vorbitorii competenți trebuie să fie fiecare consens atins în fapt poate în ele, dar ei presupun prin conceptul consensului în el toată această poate fi înlocuit printr-un consens adevărat (respectiv trebuie să fie înlocuit, dacă trebuie să se ajungă, în general, la o în alegere. (Habermas, 1983a:28)

Pentru legitimarea consensului adevărat, filosoful german introduce o nouă perspectivă, aceea a *teoriei consensuale a adevărului*. Această teorie privește adevărul consensual ca fiind condiționat de acordul potențial al tuturor partenerilor de comunicare possibili³⁸. Consensualitatea nu presupune, cum vom vedea, capacitatea de stăpânire a unor norme gramaticale generative, ci capacitatea de acord interacțional. Într-o asemenea structurare, doar acțiunea orientată spre în alegere face recurs la limbă. Privitor la aceasta, Habermas „se desparte” de „competența lingvistică” chomskiană, definind competența de comunicare drept capacitatea de a transmite o idee într-o formă adecvată pentru stimularea și promovarea dialogului.

Acțiunea comunicativă realizează o integrare a structurilor interpretative a comunicării în raport cu funcționalitatea acesteia, nu cu actorii sociali.

Cu alte cuvinte, în cadrul acțiunii comunicative nu este suficient să spui ceva, să susții un lucru, ci el trebuie să dovedească, pentru ca partenerul să fie convins că lucrurile stau așa și să aibă loc acordul între părți. Întrucât este vorba despre o în alegere rațională, și criteriile pe baza cărora trebuie să judece partenerii trebuie să fie clar definite. Este ceea ce Habermas numește pretenții de validitate (validity claims). Ele pretind:

- că declarația făcută este adevărată (sau că presuposițiile existențiale ale conținutului propozițional menționat sunt, în fapt, satisfăcute);
- că actul de vorbire este corect raportat la un context normativ existent (sau că respectivul context normativ pe care trebuie să-l respecte este el însuși legitim);
- că intenția declarată de vorbitor este sinceră, asumând ceea ce afirmă. (Dobrescu et al., 2007:222)

Ulterior, Habermas afirmă că inclusiv cultura se sprijină pe mai sus amintitele pretenții de validitate, mai exact pe „facticitatea” acestora

³⁸ „Potrivit acestei teorii, îmi este permis să atribui un predicat unui obiect atunci și numai atunci când fiecare altul *ar putea intra* într-o convorbire cu mine *ar atribui*, de asemenea, același predicat aceluiași obiect. Pentru a deosebi enunțurile adevărate de cele false eu mă raportează la judecata altuia și anume la judecata tuturor celorlalți cu care eu *ar putea purta* o convorbire (în care eu includ contrafactual toți partenerii de convorbire pe care i-a putea afla dacă istoria vieții mele ar fi coextensivă cu istoria umanității). Condiția adevărului enunțurilor este acordul potențial al *tuturor* celorlalți.” (Habermas, 1983a:209)

(Habermas, 1983b:425). Perspectiva asupra comunicării prin prisma acțiunii comunicative nu face rabat de la rolul contextului, element central în ceea ce privește studiile colii de la Palo Alto, respectiv de la rolul definirii situației, luând în calcul studiile colii de la Chicago. În acest punct, cele trei teorii interacționiste ale comunicării converg. În plus, Habermas adaug disponibilitatea spre dialog drept condiție esențială a acțiunii comunicative. O asemenea disponibilitate implică, în egală măsură, o luare în considerare a recurgerii la raționalitate; raționalitatea este caracteristică acțiunii comunicative, nu acțiunii orientate spre succes. De asemenea, acțiunea comunicativă mai presupune și actualizarea valorilor culturale și de grup, întărirea sentimentului de apartenență (la respectiva cultură sau la respectivul grup), contribuie la integrarea socială și, nu în ultimul rând, la conturarea individualității.

Acțiunea orientată spre succes, prin apel la limbaj, este considerată de Habermas ca fiind o utilizare „parazit” a limbajului, o detournare a acestuia de la adevărată sa menire. Adevărată menire rezidă în repunerea în uz a tuturor celor trei funcții ale folosirii limbajului, în conformitate cu studiile lui Karl Bühler: funcția cognitivă (sau de reprezentare), funcția expresivă (prin intermediul creia se face cunoscută experiența vorbitorului), respectiv funcția apelativă (de direcționare spre receptor). Acțiunea comunicativă presupune, în aceste condiții, funcționarea simultană a celor trei funcții ale folosirii semnelor, iar prin această intenție lui Habermas nu rămâne cantonat într-o pretenție de întemeiere a unei pragmatice lingvistice având la bază numai una din funcțiile reprezentativă sau expresivă, ci a unei pragmatice universale. Această pragmatică generală are la bază ceea ce Searle considera a fi unitatea comunicării prin limbaj, și anume producerea de simboluri/cuvinte/propoziții în realizarea actelor de vorbire. În acest context, Habermas definește acțiunea comunicativă prin raportare la cealaltă formă a comunicării, la discurs, astfel:

În discursuri căutăm să restabilim, prin întemeiere, un acord care a fost problematizat și care a existat în acțiunea comunicativă: în acest sens voi vorbi, în continuare, de *în elegere* (discursiv). În *elegere* are ca scop depășirea unei situații care se produce prin problematizarea pretențiilor de validitate naiv presupuse în acțiunea comunicativă: în *elegere* duce la un acord produs, întemeiat discursiv (care se poate consolida la rândul său ca un acord tradițional, dat în prealabil). Acțiunea comunicativă se desfășoară în jocuri de vorbire, deprinse și consacrate normativ, în care exprimările din toate cele trei categorii sunt nu numai formate după reguli, ci și legate între ele după regulile întregirii și substituției. Consensul este însă este acțiunea care „poartă” jocul de vorbire se referă atât la conținutul propozițional al exprimărilor, adică la opinii, cât și la așteptările de comportament reciproce, valabile intersubiectiv, pe care le „satisfacem” odată cu exprimările noastre adică la norme. (Habermas, 1983a:201)

În virtutea raportării la raționalitate, dar și ca urmare a trimiterii la teoria actelor de limbaj, Habermas întemeiază o nouă sintagmă, care definește o nouă

direcție a demersului colii de la Frankfurt: *raționalitatea comunicativă*. Considerând raționalitatea o dispoziție a subiecților vorbitori de a dobândi și utiliza o cunoaștere failibilă și concepând cunoașterea ca fiind mijlocit comunicativ, filosoful german subliniază că „raționalitatea se msoară după criteriile de validitate ce sunt fondate pe recunoașterea intersubiectivă” (Habermas, 2000:298). Această raționalitate comunicativă presupune apelul la forme de argumentare, unificându-le fără constrângere. Mai mult, această rațiune este inserată în viața socială cotidiană și se întemeiază pe acțiunea comunicativă. Spre deosebire de abordările colii de la Palo Alto și colii de la Chicago, Habermas aduce problematica actuală a comunicării în câmpul fecund al filosofiei³⁹.

³⁹ „Teoria acțiunii comunicative vrea astfel să degajeze un model formal și universal, să formuleze <presupozițiile transcendente> (presupoziții structurale) ale gândirii și acțiunii. Prin această intenție ea se înscrie mai degrabă într-o abordare filosofică a comunicării” (Pârva, 2001:88)

23. Alte școli interacționiste

23.1. Etnometodologia. Etnometodologia presupune o abordare interdisciplinară a câmpului social; impactul apariției lucrării *Studies in Ethnomethodology* în 1967, lucrare elaborată de Harold Garfinkel, s-a resimțit în rândul reprezentanților sociologiei pozitivistă. Etnometodologia reprezintă o abordare multiplă, în principal din perspectiva antropologiei sociale și a sociologiei, a modului de construcție a unei realități sociale. În termenii lui Garfinkel, etnometodologia analizează „activitățile în care membrii produc și conduc seturi de fapte de zi cu zi organizate sunt identice cu procedurile membrilor de a face aceste fapte <descriptibile>” (Garfinkel, 1967:1). Descriptibilitatea faptelor în interacțiunea socială, calificarea acestora de a fi descriptive (*accountable*): „în eleg prin aceasta notabil și repetabil, adică disponibil membrilor în maniera de a privi și a relata”, stă la baza instituirii etnometodologiei ca alternativă la sociologia pozitivistă.

Garfinkel subliniază faptul că sociologii, preocupați de sarcinile condițiilor de organizare a vieții sociale, în care au loc fenomene raționale în comportamentul de zi cu zi al indivizilor, consideră rutina ca fiind o condiție necesară acțiunii raționale. Din punctul de vedere etnometodologic, relația dintre rutină și raționalitate este incongruentă. Considerând socialul un proces, rod al activității permanente a membrilor societății, Garfinkel se orientează spre aceste activități, în cadrul cărora sesizează proceduri și interacțiuni implicate în constituirea actelor sociale. Demersul etnografic presupune apelul la observația directă, la observația participantă și la alte practici care nu presupun, neapărat, o ipoteză de lucru preliminară. Teza acreditată de etnometodologi este legată de suspendarea ideii că realitatea există independent de percepțiile oamenilor. Obiectul de studiu al acestei orientări este cercetarea situațiilor imediate, observabile și descriptibile, considerându-se că interacțiunea are loc la nivelurile elementare. Această interacțiune devine intersubiectivă deoarece nu „situațiile”, „faptele”, „fenomenele” sociologiei pozitivistă sunt studiate de etnometodologi, ci sensurile pe care acestea le primesc de la indivizi. Astfel, realitatea socială este continuu construită de actorii sociali, prin intermediul interacțiunilor dintre ei.

Studiind sensul acordat, etnometodologia se orientează spre aria disciplinară a comunicării. Rolul etnometodologiei devine important prin faptul că limbajului îi este acordat rolul esențial în constituirea vieții sociale. Dar trebuie subliniat că, în sensul trasat de cercetătorii acestei orientări, interesul rămâne focalizat pe limbaj ca act de performanță lingvistică, nu pe depozitul de semne. Actul conversațional se constituie, a adă, într-o formă fundamentală de organizare socială. El presupune coparticiparea adresantului, indiferent dacă reacția verbală a acestuia există sau nu. Limbajul (dar în actele de limbaj) posedă trei proprietăți fundamentale: indexicalitate, reflexivitate și

descriptibilitate. Indexicalitatea (*indexicality*) reprezintă exprimarea care depinde de contextul producerii sale și presupune „indexarea”/introducerea cuvântului/expresiei al cărei semnificație depinde de caracterul contingent al situației descrise în cadrul respectivei situații, pentru a căpta sens. Importanța acestei trăsături constă în faptul că prin intermediul ei limbajul este studiat după modul de utilizare, nu după semnificația generală. Reflexivitatea (*reflexivity*) privește capacitatea de a elabora și respecta o regulă și este o trăsătură a limbajului care statuează că acesta permite nu numai descriere, ci și alocare de sens, acțiune prin intermediul căreia descrierile însele sunt integrate în realitatea socială. Prin intermediul reflexivității se realizează o corespondență între a descrie și a produce, deoarece faptele sociale descrise contribuie la construirea ordinii sociale.

Această reflexivitate asigură limbajului natural propriile indexicale caracteristici, după cum urmează: definirea expresiilor rezidă în consecințele lor; definițiile pot fi utilizate pentru a asigura o colecție definită de «considerații» fără să asigure o limitare; definirea unei colecții este asigurată de posibilitățile circumstanțiale ale elaborării indefinite (Garfinkel & Sacks, 1986:160).

Descriptibilitatea (*accountability*) este proprietatea limbajului de a descrie, raporta și analiza faptele din realitatea imediată. Această proprietate nu privește conținutul descrierii, ci relatarea sociologică a observațiilor, relatare înțelesă de oameni în interacțiunile lor sociale cotidiene.

În continuarea studiului lui Harold Garfinkel, A.V. Cicourel (1980) propune o sinteză între etnometodologie și teoria statusului și a rolului. Prin orientarea cercetării asupra unor structuri de profunzime ale interacțiunii, acesta aduce în prim plan *procedeele interpretative*, un set de proprietăți invariabile care guvernează interacțiunile. „Producerea și utilizarea de procedee interpretative în timp, afirmă Cicourel, reprezintă o organizare a cunoștințelor care asigură în permanență un sens pentru structura socială.” (Cicourel, *apud* Lallement, 1998:235). Printre procedeele interpretative descoperite de Cicourel amintim: reciprocitatea perspectivelor, subrutina sau capacitatea actorului de a înțelege și termenii ambigui, formele normale presupunând existența unui ansamblu comun preconstituit de cunoștințe, sensul retrospectiv-prospectiv sau capacitatea de a aștepta că ambiguitatea se va spulbera pe parcursul conversației, reflexivitatea discursului sau capacitatea de a înțelege un context care nu este exprimat în conținutul discursiv al interacțiunii și vocabularele descriptive sau repertoriile de subînțeleși. Cu ajutorul acestora, subliniază Cicourel, poate lua naștere o grilă interpretativă personală:

Procedeele interpretative sugerează informațiile cunoștințe distribuite social, care-i permit actorului să asocieze reguli informative generale cu scene de interacțiune trivite. Procedeele interpretative și regulile de suprafață (normative) furnizează actorului o structură cu ajutorul căreia își poate

compartimenta mediul în domenii de semnificații. (Cicourel, *apud* Lallement, 1998:234)

Reprezentanții etnometodologiei consideră limbajul elementul cheie al demersului lor, deoarece aici se întâlnesc niveluri diferite ale informațiilor semnificative, care nu pot fi decupate unele de altele sau din contextul social în care, în complexitatea producerii lor, creează ordinea socială.

23.2. Etnografia comunicării. Etnografia comunicării, rezultat în urma extinderii unui curent al antropologiei în aria lingvisticii, presupune focalizarea cercetării asupra modului în care membrii unei comunități lingvistice își utilizează resursele comunicaționale în contexte diferite. Cu alte cuvinte, în scut din asocierea antropologiei cu lingvistica, etnografia comunicării reprezintă un proiect transdisciplinar, focalizat pe științele comunicării, cu reverberații în câmpul larg al științelor sociale. Contextul social al producerii comunicaționale favorizează orientarea asupra dimensiunii pragmatice, întrucât dimensiunile semantice și sintactice s-au abandonat.

În raport cu celelalte arii ale cunoașterii, etnografia comunicării deschide oportunități în ceea ce privește dialogul transdisciplinar, după cum observă Saville-Troike (2003:7-9). Pentru antropologi, etnografia comunicării presupune în alegerea extinderii sistemelor culturale în câmpul lingvistic, fiind util în studiul limbii/limbajului în raport cu organizarea socială, cu relațiile de rol, cu valorile și credințele comunității, precum și cu alte pattern-uri ale cunoașterii și comportamentului transmise din generație în generație în procesul de socializare/enculturare. În plus, etnografia comunicării este utilă în demersul antropologilor pentru studiul meninerii și schimbului cultural, incluzând fenomenele aculturative. Pentru psiholingviști, etnografia comunicării oferă informații privitoare la modalitățile particulare de vorbire în diferite societăți în procesul interacțiunii sociale. Pentru sociolingviști, etnografia comunicării este utilă în explorare, culegerea datelor și interpretarea studiilor cantitative. În câmpul lingvisticii aplicate, etnografia comunicării furnizează informații importante privitoare la cunoștințele necesare pentru învățarea unei a doua limbi, pentru comunicarea adecvată în diferite contexte comunicaționale și pentru cunoașterea limitelor, tabu-urilor și sancțiunilor aplicate pentru nerespectarea acestora în comunicarea interculturală. De asemenea, lingvistica aplicată beneficiază de proiectul etnografiei comunicării în ceea ce privește interacțiunea interculturală și traducerea transculturală, dar și în recunoașterea și analiza barierelor comunicaționale. Pentru lingvistica teoretică, etnografia comunicării configurează cadrul de studiu al universalilor limbii.

Etnografia comunicării reprezintă un proiect ambițios al cercetătorilor Dell Hymes și John Gumperz. Chiar dacă studiile etnografice ale comunicării și-au găsit expresia în principal prin intermediul contribuțiilor celor doi cercetători, tradiția americană de studii etnografice ale comunicării începe cu Franz Boas și Alfred Kroeber, cea britanică (puternic influențată de americani) cu A.R. Radcliffe-Brown și Bronislaw Malinowski (interesat de „înțelegerile”

sociale și culturale ale acțiunilor, evenimentelor, obiectelor și legilor funcționale în contextul cultural imediat). Tradiția americană a lingvisticii descriptive, în relații directe cu antropologia, a fost continuată de Edward Sapir, Floyd Lounsbury, Mary Haas, Carl Voegelin, Paul Friedrich sau Dell Hymes, fapt ce a condus la actualul design al etnografiei comunicării pe coordonatele descrise de acesta din urmă, care proiectează cunoașterea în limitele acestei extinderi disciplinare astfel:

Expresia „etnografia comunicării” se dorește a indica scopul necesar și de a încuraja acțiunea, în principal a studiilor etnografice și de comunicare din domeniul și de tipul complexității modelate cu care acestea operează (Hymes, 1974:3).

Practic, etnografia comunicării presupune o abordare amplă a comportamentului comunicațional într-un context cultural extins, abordare care permite studierea comportamentului comunicațional și cultural într-un context dublu conotat: social și lingvistic. Astfel, plecând de la modelul lingvistic dominant în America până în anii '60, cel chomskyan, ia naștere sociolingvistica, o disciplină amplă, care transcende disciplinele clasice, pentru a cărei definire se pot contura următoarele direcții proiective:

„Sociolingvistic” poate fi considerat ca referindu-se la utilizarea datelor și analizelor lingvistice în alte discipline în legătură cu viața socială și invers, utilizarea datelor și analizelor sociale în lingvistic. Cuvântul poate fi astfel considerat ca referindu-se la corelațiile dintre limbă și societate, dintre lingvistica particulară și fenomenul social (...) Dar sociolingvistica merită atenția noastră pe mai departe atâta timp cât semnalizează un efort de schimbare a practicii lingvistice și a altor discipline, pentru că practicile lor perpetuează o înțelegere fragmentată și incompletă a umanității. Sociolingvistica, astfel concepută, este o încercare de regândire a categoriilor și asumpțiilor recunoscute atât la bazele practicii lingvistice, cât și în locul limbajului în viața omului (Hymes, 1974:vii).

În ciuda impunerii teoretice a gramaticii generative, bazată pe raporturile comunicaționale dintre vorbitorul și auditorul universal, însuși Chomsky aducea în discuție posibilele probleme ale autonomiei lingvisticii conturate pe aceste coordonate:

Interesul convergent din sociologie și lingvistic și descrierea utilizării limbii într-un context social au ridicat serioase semne de întrebare cu privire la autonomia lingvisticii și la „vorbitorul-ascultătorul ideal” într-o „comunitate de vorbire complet omogen” (Chomsky, 1965:3)

Acest sâmbure de îndoială privitor la funcționalitatea gramaticii generative universale (care a alimentat pattern-urile de gândire ale unor întregi generații de lingviști, focalizată asupra configurațiilor și spunsului la întrebarea: *Ce*

se poate spune într-o limbă ?) a condus la apariția unei alte orientări lingvistice, care s-a răspund întrebărilor *Când?, Unde?, De către cine?, Cui?, În ce fel?* și *Sub ce circumstanțe sociale particulare?* poate fi spus într-o limbă. Acești lingviști s-au identificat, în interiorul etnografiei comunicării, drept sociolingviști (Saville-Troike, 2003:6), deschizând ulterior posibilitatea dezvoltării distincte.

Neputând lua în calcul simpla adădire a datelor obținute în urma cercetării în domeniul științelor comunicării, în lingvistică, psihologie, sociologie, etnografie etc. pentru a se crea imaginea de ansamblu a comunicării în cadrul cultural de referință: etnografia comunicării, Hymes a propus o „contopire” disciplinară care să se focalizeze pe investigarea directă a folosirii limbajului în contextele date. Această contopire presupune un punct de vedere comun al științelor sociale, grupate în jurul științelor comunicării, care să ofere informații relevante privitor la limbajul înțeles ca parte a comportamentului comunicațional în comunitate. Analiza interdisciplinară nu înseamnă, din perspectiva antropologului american, o focalizare pe fundamentarea teoretică, ci o descriere a ființei umane înscrise în raporturile sale comunicaționale cu membrii comunității, imposibil de oferit prin contribuțiile particulare ale științelor sociale. În acești termeni, lingvistica se instituie ca sociolingvistică, schimbând accentul de pe mesaj și cod pe performanța propriu-zisă. Sociolingvistica nu abandonează perspectiva semiotică, dar aceasta se redefiniște în limitele etnografiei comunicării în raport cu normele utilizării semnului. Procesele sociale în sine sunt simbolice, adică presupun comunicare, iar studiul comunicării, în înțelesul interacționist, trimite la context: „premisele noastre fundamentale sunt că procesele sociale sunt simbolice, dar aceste simboluri au înțeles doar în relație cu forțele care controlează utilizarea și alocarea resurselor de mediu” (Gumperz & Cook-Gumperz, 1982:1).

Din perspectiva etnografiei comunicării, comunicarea poate fi înțelesă doar în termenii efectelor pe care le produce în mintea partenerilor la actul de comunicare. Nici efectele nu pot fi studiate separat de un proces comunicațional decupat de context. Studiul comunicării, în special studiul comunicării interetnice, impune o perspectivă interioară, o descriere în logica internă a comunității (în înțelesurile comunității, nu în înțelesurile reprezentanților etniilor care o alcătuiesc), ceea ce conduce la necesitatea descrierii „emice”. Descrierea „emică” cere o gramatică culturală interioară:

O etnografie adecvată este aici considerată a include ordonarea culturală semnificativă a afirmațiilor productive despre relațiile relevante, obținând printre categoriile definite local și contexte (ale obiectelor sau evenimentelor) în rândul matricei sociale date. Aceste afirmații ordonate nonarbitrar trebuie să cuprindă, esențialmente, o gramatică culturală (Conklin, *apud* Hymes, 1974:12)

necesar în facilitarea examinării critice a relațiilor interculturale și a modelelor etnoteoretice. Etnografia comunicării se angajează la nivel societal în studiul

„unit Ților de comunicare”, unit Ți care difer de cele etnice. Etnografia comunicării nu se preocupă de interacȚiunea dintre unit Țile etnice – aceasta se află în sfera de interes a etnografiei – ci are în prim plan unit Țile comunicaȚionale care transcend limitele etnice. În acest context, analiza pattern-urilor comunicării în limitele comunității rurale românești, în înȚelesurile etnografiei comunicării, presupune luarea în consideraȚie a unit Ții de limbaj, construct care are la bază conceptul de „comunitate de vorbire” (*speech community*). Cu alte cuvinte, etnografia comunicării – arie disciplinară având în prim plan proiecȚia pragmatică – se focalizează asupra *speech community* ca fiind unitatea socială care utilizează aceleași pattern-uri pragmatice, aceleași pattern-uri de vorbire.

Speech community a fost pentru prima dată definită de Hudson (1980), în baza unor studii provenind în principal din cadrul etnografiei comunicării, cum ar fi cele privitoare la criteriile folosirii limbajului împărțit (Lyons, 1970), la regulile de vorbire și interpretare a performanței (Hymes, 1972), la atitudinile împărțite și valorile privitoare la formele și utilizarea limbii (Labov, 1972), la înclinerile și presuposiȚiile socioculturale împărțite cu privire la vorbire (Bauman & Sherzer, 1975). *Speech community* a avut parte și de critici, ca urmare a presuposiȚiei existenței granițelor sociale sau politice și, mai ales, ca urmare a încurajării legitimității entităȚilor în limitele acestor granițe (Saville-Troike, 2003:17). Din aceste cauze, în baza unui construct de sorginte foucaultian propus de Patrick Charaudeau, *comunitatea de discurs*, presupunând flexibilitatea interacȚiunilor și a reȚelelor de relaȚii dincolo de granițele *comunității de vorbire*, s-au putut pune bazele cercetării practicilor discursive la nivelul comunităȚilor particulare (inclusiv a celor multietnice). Unitatea socială de analiză nu este reprezentată, așadar, în proiecȚia etnografiei comunicării, de grupul etnic, ci de comunitatea de dialog care își creionează propriile coordonate discursive. Etnografia comunicării propune focalizarea și asupra unei alte posibile unități sociale de analiză, comunitatea de practică (*community of practice*), prefigurată în studiile lui Eckert & McConnell-Ginet (1999), respectiv Holmes & Meyerhoff (1999) și definită a fi „un grup al cărui implicare comună în anumite activități este suficient de intensă pentru a da naștere, în timp, unui repertoriu de practici comune, împărțite” (Eckert and McConnell-Ginet 1999:185, *apud* Saville-Troike, 2003:17). *Comunitatea de practică* este un liant în ceea ce privește posibilitățile de analiză a interacȚiunii de coduri care alcătuiesc o cultură, reprezentând, în cazul focalizării asupra ei, cadrul general de analiză etnografic.

Deși comunicarea este percepută ca întreg, ceea ce diferențiază pe reprezentanții etnografiei comunicării de cei ai colii de la Palo Alto este faptul că, în cazul primilor, comportamentul și cultura nu sunt percepute ca un flux de comunicare permanent. Pentru observator, comunicarea trebuie percepută sistematic, în toate aspectele ei. Cercetarea specifică presupune un anumit tip de obiectivitate: „Obiectivitatea etnografică este intersubiectivă, dar, în primul instanță, obiectivitatea intersubiectivă în cauză este cea a participanților la

cultur ” (Hymes, 1974:11). Din acest considerent, pentru a reac iona la toate elementele care constituie comunicare în sine, observatorul trebuie s fac parte din cultura respectiv pentru a putea aduna informa ii privitoare la comportamentul de comunicare. În acest sens, vorbind despre o schem descriptiv nou i despre o situare în interiorul cadrului cultural, Hymes ocup o pozi ie teoretic diferit de cea a lui Chomsky. Pe de o parte, definind etnografia vorbirii:

Etnografia vorbirii, a a cum a fost prezentat sumar anterior, este un tip de lingvistic ce a descoperit fundamente etnografice i un tip de etnografie ce a descoperit con inutul lingvistic, cu privire la cunoa terea (competen a) indivizilor ale c ror comunit i au fost studiate (Hymes, 1974:116),

se determin cadrul de observare i cadrul de descriere în linia Sapir-Whorf. Dar de aici rezult i necesitatea perceperii comunic rii ca punere în practic a unor competen e specifice. Spre deosebire de competen a lingvistic a lui Chomsky, care presupune a cunoa te limba i a emite enun uri corecte din punct de vedere gramatical, competen a de comunicare înseamn punerea în valoare a competen ei lingvistice într-un context social dat. Nu este important doar s tii s vorbe ti, ci i s tii când s vorbe ti i când nu, cu cine s vorbe ti i cu cine nu, în ce situa ie, despre ce, cum i cât s vorbe ti.

A adar, în cadrul unei culturi, diversitatea vorbirii ine de diversitatea social i de cea a contextelor. Privitor la contextele sociale, reprezentan ii etnografiei comunic rii opereaz cu un termen nou, *comunitatea de comunicare*, referitor la grupurile care au în comun practici de comunicare. Aceasta induce o diferen substan ial fa de studiile lui Sapir i Whorf, care iau în calcul comunit ile lingvistice (comunit ile în care se vorbe te aceea i limb), acele grupuri în care se discut despre o sintax i o semnatic unitare; comunitatea comunicational ia în calcul i o pragmatic comun , adic un mod de interac iune comunicativ similar.

23.3. Schema S-P-E-A-K-I-N-G. O sinteză a teoriilor comunicării prin intermediul schemei S-P-E-A-K-I-N-G. Mențiunea fundamental care trebuie f cut este cea referitoare la modul în care această comunitate de discurs funcționeaz . Etnografia comunic rii presupune înțelegerea comunic rii ca fiind un flux continuu (nu doar informațional, ci și comportamental, de efecte comunicaționale și de punere în uz a normelor interacțiunii) și nu o sum de schimburi de mesaje, posibil de analizat fragmentat. În acest cadru comunicațional, actorii comunic rii sunt actori compleci, utilizând simultan canale comunicaționale multiple și ajustând codurile pentru înțelegerea complex a interacțiunilor interetnice (Sigman, 1987, *apud* Lidlof & Taylor, 2011:46-47). În ace ti termeni, codul reprezint suma înțelesurilor semnelor și a regulilor de utilizare i interpretare particular a categoriilor de semne. Proiecția cercet rii se poate realiza doar în zona de interac iune a structurii sociale/etnice

cu practica simbolică, ceea ce, în termenii lui Lidlof & Taylor se poate rezuma astfel:

Ceea ce unește aceste diversități este o preocupare privitoare la relația dintre practicile simbolice și structura socială. Această preocupare devine evidentă când cercetătorii din domeniul etnografiei comunicării (*ethnography of communication*, EOC) prezintă dovezi ale „particularității” culturale în comunicare (...). Acest lucru le permite să dezvolte formate „acontextuale” pentru a compara datele și pentru a descoperi *pattern*-uri în comunicarea culturală (Philipsen, 1989). În acest proces, întrebări recurente pot ghida cercetătorii EOC: Cum reflectă practicile comunicaționale preferințele locale pentru formă și conținut? Cum operează aceste preferințe pentru a stabili identități și relații între participanți? Cum funcționează aceste practici pentru a constitui formele generale ale realității sociale (Carbaugh, 1995)? Drept răspunsuri, acești cercetători produc analize detaliate ale codurilor comunicării și ale funcțiilor acestora (Lidlof & Taylor, 2011:46-47).

Cadrul cel mai propice de ghidare a descrierii comunicării interculturale în limitele satului românesc este cel al schemei S-P-E-A-K-I-N-G (Hymes, 1974), care este util în studiul comunicării ca interacțiune, focalizându-se pe un set mai amplu de elemente componente ale comunicării, printre care: forma și conținutul mesajului, cadrul general și cadrul psihologic al comunicării, sursa, vorbitorul (sau transmitorul), receptorul, destinatarul, scopurile-rezultate și scopurile-intenții, cheia comunicării, canalul, formele vorbirii, normele de interacțiune și normele de interpretare, precum și genul comunicării. Aceste elemente, reunite într-o structură mnemotehnică, au dat naștere structurii S-P-E-A-K-I-N-G, ca acronim al substructurilor: *setting and scene – participants – ends – act sequence – key – instrumentalities – norms – genre*. Fiecare element component oferă posibilitatea unei analize complexe, implicând, dincolo de limitele rigide, procesuale, un cadru larg de posibilități și circumstanțiale de analiză. Actul comunicațional nu este reducibil la structura din schema canonică a comunicării (Shannon, Weaver, 1949/1963), ci, în ciuda unui set redus de elemente componente (8), el presupune deschideri multiple, sintetizând principalele contribuții ale etapei paradigmatică a comunicării. În acest context, schema S-P-E-A-K-I-N-G include:

a) actele (*acts*), presupunând conținutul mesajului și forma pe care acesta îl îmbracă;

- cadrul general (*setting*) al comunicării, care întrunește două componente: cadrul (*setting*) evenimentului, în general circumstanțele fizice (timp, loc); cadrul psihologic (*scene*), presupunând definirea culturală a ambianței;

c) participanții (*participants*), incluzând nu doar persoanele care schimbă între ele replici, ci și pe toți cei prezenți, care participă, într-un fel sau altul la evenimentul de comunicare, indiferent dacă vorbesc sau nu: vorbitorul

(sau emi torul); cel care se adreseaz (*addressor*); ascult torul (receptorul sau audien a); cel c ruia i se adreseaz (*addressee*);

c) finalit ile (*ends*): scopurile – rezultate ale comunic rii (*purposes-outcomes*), scopuri explicite, fixate; scopurile – inten ii ale comunic rii (*purposes-goals*), situate la un nivel mai profund al inten ionalit ii;

d) cheia (*key*) în care se vorbe te: tonul, maniera sau spiritul în care se performeaz actul de vorbire;

e) instrumentele, presupunând canalele i mijloacele de comunicare;

f) formele vorbirii (*forms of speech*), în care primeaz provenien a resursei lingvistice: limb , dialect, grai etc., care cer decodare, i stilurile de vorbire (*speech styles*), în care primeaz inteligibilitatea mutual ;

g) normele (*norms*), care pot fi de interac iune, cu referire la mecanismele interac ionale ale conversa iei, respectiv de interpretare, presupunând obi nuin ele comunica ionale/ normele de interac iune social ;

h) genul (*gender*) comunic rii sau tipul de activitate de limbaj.

Cele opt elemente de analiz au fost grupate pe dou dimensiuni, dup cum urmeaz : repertoriu individual repertoriul vorbirii (limbi, variet i, stiluri, instrumente etc.), respectiv repertoriul comunit ii → domeniul aplic rii/utiliz rii.

Prin analiza detaliat a constructului teoretic S-P-E-A-K-I-N-G nu ne propunem s lu m în calcul doar cadrul de definire inten ionat de antropologul american Dell Hymes, ci, mai degrab , s realiz m o sintez în ceea ce prive te teoriile comunic rii.

Cadrul general al comunic rii (setting and scene) întrune te dou componente, fizic i psihic , astfel: cadrul evenimentului (*setting*), presupunând luarea în discu ie a circumstan elor de natur fizic : timpul, locul, mi carea actorilor comunic rii, temperatura, zgomotul etc., respectiv cadrul psihologic (*scene*), vizând definirea cultural a ambian ei, dar i reunind caracteristici cum ar fi gradul de formalitate al dialogului. Luarea în discu ie a acestei componente fundamentale a comunic rii, contextul, cu dubla structur de factori care contribuie la definirea ei, factorii fizici i psihici, a fost în general trecut cu vederea în studiile procesuale. Începând, în cadrul modelelor semiotice, cu contribu iile lui Saussure (1916/1972), Peirce (1990), Ogden & Richards (1923/1994), ulterior cu cele ale lui Bühler (1934) i Jakobson (1963), în care realitatea extern este structura fizic de referin i continuând cu modelele comunica ionale ale lui Johnson (1975), respectiv George Gerbner (1956), care disting între dimensiunea (sau axa) perceptiv i cea comunicativ a actului de comunicare, raportarea la *setting* este pasager , incomplet , de natur pur referen ial . Aceste modele i teorii comunica ionale iau totu i în calcul aceast form a realit ii care, începând cu modelele comunica ionale alimentate de teoria consisten ei cognitive, respectiv cu teoriile comunic rii de mas , transform factorul referen ial în tem de discu ie. Adev ratul rol al contextului în comunicare a fost pus în eviden i de antropologul britanic Gregory Bateson (1979:15). Comunicarea în eleas în limitele contextului de

producere, adică ansamblul comunicațional în înțeles interacționist sau comunicarea orchestral, este cea care face obiectul interesului în studiile lui Hymes (1972:xix): „Cheia înțelegerii limbii în context este să nu începi cu limba, ci cu contextul”. Luând în calcul relația comunicațională continuă, fără început și sfârșit clar determinate dar interpretabil în manieră „emic”, în relație directă cu cadrul general al comunicării, nu putem decât să ne aliniem la îndemnul metodologic al reprezentanților Școlii de la Palo Alto, de întoarcere de la studiul inferențial al manifestărilor observabile ale relației, cât vreme „mijlocul acestor manifestări este comunicarea” (Watzlawick *et al.*, 1967:21).

Participanții (participants) la actul comunicării nu includ doar persoanele care schimbă între ele mesaje, ci toți cei prezenți, participând activ sau pasiv la actul de comunicare. Cu siguranță, în cadrul comunicării interpersonale mesajul nu pendulează doar între emițător și receptor. Coparticipanții se încadrează în contextul comunicațional, joacă roluri sociale și intervin, verbal și nonverbal, în schimbul de mesaje. Toți actorii comunicării, ca și prii imposibil de decupat din întreg, interacționează prin intermediul înțelegerii, fiecare cu sine însuși și cu ceilalți, prin apel la o conduită socială conformă față de norme, respectiv la o conduită creativă a receptivității, a negocierii de înțelegeri și a instituirii de simboluri. În limitele procesuale ale studierii comunicării interpersonale, actorii comunicării sunt în număr de cel puțin doi, având roluri distincte, derivate din statutul de emițător/sursă și receptor unic sau multiplu (auditoriu), pasând între ei un mesaj îmbrăcat într-o formă asupra căreia s-a convenit. Dacă în stadiul preparadigmatic al comunicării cei doi actori, emițătorul și receptorul, sunt percepuți distinct, dezvoltarea teoretică ulterioară a permis închiderea buclei de comunicare și înțelegerea acestora ca îndeplinind simultan roluri diferite (Schramm, 1975). În plus, modelul convergenței comunicaționale, presupunând alinierea de repere și valori în scopul înțelegerii reciproce, a permis dezvoltarea analizei de rețea prin suprapunerea structurii sociale pe fluxul comunicării, pentru o mai bună înțelegere a ambelor componente (Rogers, 1976:36). În funcție de implicarea în actul comunicării, raporturile comunicaționale pot fi (McQuail, 1999:47): emițător activ - receptor pasiv (EaRp), emițător activ - receptor activ (EaRa), emițător pasiv - receptor activ (EpRa) și emițător pasiv - receptor pasiv (EpRp). EaRp caracterizează transferul informațional intenționat, EaRa se referă la interacțiunea mutuală, EpRa presupune căutarea informației, iar EpRp se regăsește întâmplător, în acțiunile de comunicare nedirecționate, fără scop. Acest ultim tip de relație, presupunând pasivitatea ambilor actori și predominanța funcției fatice, nu este lipsit de importanță: „Astfel de cazuri pot avea însă efecte cumulate importante pentru că sunt frecvente și vor avea drept rezultat întărirea unui cadru de semnificații sau relații” (McQuail, 1999:47-48), regăsindu-se în comunicarea rutinieră (obiect de studiu predilect al etnometodologiei). În plus, gradul de activism al participanților la actul comunicării trebuie interpretat și în funcție de percepția teoretică a rolului fiecărui dintre actori. Dacă modelele procesuale subliniază rolul predominant

al emiștorului, există și modele teoretice în baza cărora înțelesul se definește în termenii negocierii dintre mesaj și receptor (Thayer, 1968). În înțeles interacționist, actorii comunicării sunt într-o continuă interacțiune, relația predominând în actul comunicațional în raport cu conținutul, înglobând conținutul și comunicând despre comunicare (dimensiune metalingvistică utilă în decodificarea identificată în urma observației).

Finalitățile (ends) se referă la scopurile imediate și de lungă durată ale comunicării, putând îmbrăca una dintre formele scopurilor-rezultate (*purposes-outcomes*), scopuri explicite, dinainte fixate și convenite cel mai adesea cu partenerul comunicării, respectiv scopurile-intenții (*purposes-goals*), situate la un nivel mai profund al intenționalității. Scopurile-rezultate au făcut obiectul analizei comunicării procesuale începând cu schema canonică (Shannon, Weaver, 1949/1963:4), unul dintre nivelurile comunicării în limitele acestui model, nivelul C, vizând eficiența (cât de eficient înțelesul recepționat influențează comportamentul în direcția dorită de emiștor). În paralel, formulele lui Lasswell (1948) și Braddock (1958) au scos în evidență intenționalitatea producerii de efecte asupra receptorului, comunicarea fiind privită prin perspectiva efectelor sale persuasive. Finalitățile, în înțelesul general de efecte asupra partenerului comunicării, au făcut obiectul analizei și în modelele semiotice, începând cu modelul lui Bühler (1934), care evidențiază funcția de apel (*Appell*), și continuând cu modelul lui Jakobson (1963), care definește funcția persuasivă (sau conativă) în raport cu relația receptor-emiștor (sau, mai corect spus, receptor-mesaj), descriind efectul mesajului asupra receptorului și posibilitatea/modalitatea de declanșare a unei reacții afective din partea receptorului. Și teoriile consistenței cognitive s-au focalizat pe finalitățile comunicării, teoria simetriei a lui Theodore M. Newcomb (1953) postulând faptul că încercările de a influența depind de gradul de atracție dintre partenerii comunicării. Teoriile interacționiste iau în calcul integritatea interacțiunii, posibil de analizat din perspectivă transdisciplinară, cu focalizare asupra rolurilor jucate de individ în societate (Goffman, 2007). În ceea ce privește scopurile-intenții (*purposes-goals*), comunicarea de influențare vizând nivelul profund al intenționalității face apel la proximitatea unui hotărâre dintre conștient și inconștient, adică la „porțile unei zone aproape necunoscute în care stă informația nemonitorizată, alungată, neglijată, neluată în seamă” (Ruti, 2005:12-13), a unei zone guvernate de refuzare, uitare accidentală, camuflare, în care cuvintele angajează simpatetic alte cuvinte.

Actele (act sequence) se referă atât la „forma și conținutul enunțurilor”, cât și la „ceea ce se spune și ceea ce se înțelege prin modul în care se spune” (Kramsch, 2004:37), adică la conținutul mesajului ca intenție a emiștorului și ca interpretare a receptorului, respectiv la forma pe care mesajul o îmbracă. Mesajul, înțeles în manieră simplificată ca fiind „conținutul” transmis între actorii comunicării, este în egală măsură purtător de informație în raport cu referentul, cât și în raport cu propriile reguli de organizare internă, cu codurile în care au fost elaborate aceste mesaje. În general, în limitele teoriilor și

modelelor procesuale (Sfez, 2002a:59) nu se face distincție între mesaj și pachetele de semnale transmise, purtătoare de informație, simplificare înțeleasă ca fiind „împachetare” a mesajului în semnale decodificabile după o cale unică. În sprijinul acestor teorii și modele au venit teoria informației, conform căreia mesajul, lipsit de conținut semnificativ, poate fi redus la producerea de unități discrete, respectiv de cognitivism, de lingvistica generativă (transformațională) a lui Noam Chomsky sau de teoria inteligenței artificiale a lui Simon și Newell. Teoriile semiotice, focalizate asupra mesajului (implicit asupra înțeleșului și interacțiunii acestuia cu actorii comunicației) au contribuit, prin intermediul seriei semiotice la Peirce (1990:274-275), prin intermediul nivelului prim de semnificare (denotativ) la Saussure (1972), ulterior prin intermediul nivelului secund de semnificare la Barthes (1967), la înțelegerea mesajului în integritatea sa și în complexitatea sa de semnificații asociate. Din perspectiva *act sequences*, cea mai importantă mutație s-a produs odată cu studiile semioticianului italian Umberto Eco (1979), care a identificat o diferență semnificativă între mesajul ca sursă de informație, deschis interpretărilor (supus analizei prin intermediul codurilor și subcodurilor), respectiv mesajul extracodificat: hipo- sau hipercodificat. Mai mult, interacțiunea actorilor comunicației cu mesajul este definitorie în ceea ce privește posibilitățile acestuia de a semnifica. Din această perspectivă, Eco (1990:25) distinge între o intenție de semnificare a autorului/emitorului (*intentio auctoris*), o intenție a cititorului/receptorului (*intentio lectoris*) și o intenție a conținutului (*intentio operis*). Această abordare conduce la posibilitatea alegerii codurilor și subcodurilor adecvate raportului cu mesajul, dar și la decodări „aberrante”. În limitele teoriilor interacționiste – a adăuga în cadrul teoretic lărgit care a dat naștere structurii S-P-E-A-K-I-N-G – înțeleșul mesajului este perceput ca fiind într-o interacțiune dinamică, construindu-și propria *adâncime fizică*, contribuind la modificarea grilei de interpretare a lumii, purtătoare de sens în dinamica autoproducerii sale:

Un mesaj poartă un sens care nu este acela al multidirecției sau al direcției vectorizate a elementelor sale în vederea consistenței sale, ci o adevărată semnificație. Or, semnificația nu se poate găsi decât la un nivel superior de *complexitate*. Zgomotul nu produce ordine, spune Atlan, ci complexitate (Sfez, 2002a:80-81),

în consonanță cu vocea distinctă a textului/operei, exprimabilă prin formula lui Eco *intentio operis*. Altfel spus, modelele semiotice contribuie la fundamentarea teoriilor interacționiste în ceea ce privește mesajul, dar la configurarea întregului comunicațional dinamic concurențial și fundamentele de ordin epistemologic. Odată abandonate idealurile rigide ale empirismului logic și pozitivismului în cunoaștere au fost abandonate și adevărurile analitice. Noua paradigmă aduce în prim plan cunoașterea factuală, holismul semantic al lui W. von Orman Quine (1986) ca alternativă la atomism, înțelegerea și învâștarea prin

apel la ostensiune, nu doar la scheme predefinite, înn scute. Fundament rile semiotic i epistemologic concur la o perspectiv dinamic asupra unui mesaj însemnând deopotriv form și conținut, ca întreg organic, inseparabil. În strict corelație cu contextul producerii (ruperea mesajului de context realizându-se doar cu scop analitic i în limitele fundament rii epistemologiei popperiene), natura devine purt toare de mesaje, contextul însu i putând fi interpretat ca mesaj. În viziune paloaltist , mesajul este înțeles ca fiind deopotriv informație/conținut și relație. Această abordare scoate la suprafață posibilitatea înțelegerii c relația, interacțiunea, comportamentul comunicațional sunt fundamentale în completarea înțelesului în sine al mesajului. Relația, înglobând conținutul, poate deschide perspectiva comunic rii despre comunicare, adică a metacomunic rii. Mai mult, acordarea unei ponderi mai importante relației aduce în discuție și cea de-a treia axiom paloaltist , privitoare la natura relațiilor, în baza c reia punctarea secvențelor de comunicare, respectiv stabilirea normelor de schimb (aspect care va fi tratat distinct în ceea ce privește normele interacțiunii) sunt și ele purt toare de conținut.

Cheia comunic rii (key) prive te tonul sau maniera în care se performează actul de comunicare (seriozitate, ironie, spirit de glum etc.) i prive te deopotriv forma verbal i cea nonverbal (paralingvistic) pe care acesta le îmbracă . În mod obi nuit, nu se poate face distincție clar între mesajul transmis verbal (oral) i cel prin intermediul elementelor comunic rii nonverbale, mai ales între forma fonetic a punerii în act a limbii i elementele paralingvistice și prozodice ce însoțesc obligatoriu actul comunic rii orale. Cheia comunic rii nu a reprezentat, distinct, obiect de studiu în cadrul modelelor i teoriilor procesuale. Începând, însă , cu perspectiva paloaltist , mai exact cu cea de-a patra axiom , conform c reia se statuează faptul c ființele umane pot comunica atât digital cât i analogic. Chiar dac r d cini ale perform rii, ale pragmaticii lingvistice, se g sesc începând cu primele teorii semiotice, chiar dac bazele epistemologice ale abord rilor interacționiste, presupunând printre altele abord rile „neriguroase” ale lui Searle (1999), care înl tur frontiera rigid semantic-pragmatic, reunindu-le sub umbrela unei teorii a actelor de limbaj ca suport epistemologic al unei teorii a comunic rii, sau ale lui Quine (1986), care aduce în discuție posibilitatea înv ț rii limbii în baza înv ț rii comportamentului verbal (incluzând verbalizarea i nonverbalul), Școala de la Palo Alto, prin reprezentanții s i, formulează explicit perspectiva asupra ansamblului comunicațional verbal-nonverbal. Pe de o parte, Watzlawick, Beavin Bavelas i Jackson (1967:60) discut despre posibilitatea interpret rii simultane a informațiilor digitale binare la nivelul sistemului nervos central și a informațiilor analogice la nivelul sistemului neurovegetativ, în timp ce pe de alta Ray L. Birdwhistell (1952) i Edward T. Hall (1959; 1966) pun bazele kinezicii, proxemicii i cronemicii. Pe acest fond, cheia comunic rii, în înțelesul lui Hymes, rezidă în maniera perform rii actului de vorbire, comportând ambele dimensiuni: verbal i nonverbal . În manieră sumativ , aspectele nonverbale, prevalând în maniera abord rii verbale, pot fi înțelese ca

fiind elemente nonverbale vocalice de natură prozodic : intonație, accentuare etc., respectiv paralingvistic : ton, volum, accent, erori de pronunție, viteză de vorbire etc (Argyle, 1975/1988:139-152). Variațiile de tonalitate, de ritm etc. sunt informații suplimentare în ceea ce privește cheia comunicării, fiind identificabile și contribuind la crearea/menținerea unei atmosfere comunicaționale, la prevalența spiritului de glumă, a ironiei, a aerului de seriozitate (chiar gravitate) al unei conversații.

*Instrumentele comunicării (instrumentalities)*⁴⁰ se referă la două categorii importante de elemente ale comunicării: canale și mijloace, respectiv coduri. Codurile de adresare presupun luarea în considerație a formelor vorbirii (*forms of speech*), în care primează proveniența a resursei lingvistice: limbă, dialect, grai etc., care necesită decodare/traducere, respectiv a stilurilor de vorbire (*speech styles*), în care primează inteligibilitatea mutuală. Prima categorie, a canalelor și mijloacelor de comunicare, nu comportă probleme de înțelegere în raport cu tipul școlilor de comunicare. Conform înțelegerii în cadrul modelelor procesuale, canalele reprezintă elemente fixe prin intermediul cărora sunt transmise pachetele de semnale între emițător și receptor, în timp ce mijloacele reprezintă suporturile fizice de convertire a mesajelor în pachete de semnale pentru a putea fi transmise prin intermediul canalelor. Cea de-a doua categorie, a codurilor, este mai complexă și comportă, în principal, definiție semiotică. Codul este înțeles ca fiind un sistem de semnificare specific unui grup social sau unei culturi, fiind alcătuit dintr-un sistem de semne (sistem *paradigmatic*) și un sistem de norme/reguli/convenții de combinare a semnelor/unităților paradigmatică (sistem *sintagmatic*). Începând cu perspectiva saussuriană, codul, înțeles ca sistem de semne, reprezintă obiectul de studiu al semioticii (știința semnelor) pe palierul intermediar, alături de semnele în sine pe palierul inferior, respectiv de culturi (ca sisteme de coduri) pe palierul superior. Având la bază distincția analogic-digital realizată de Paloaltti, una dintre dezvoltările ulterioare ale percepției codurilor în interacțiunea interumană este cea a analizei codurilor analogice și digitale, primele arbitrare, cu semne greu de distins unele de altele, ultimele în care se instituie explicit relația de atribuire a înțelesului, cu distincție clară între semne. Formele vorbirii: limbă /dialect/subdialect/grai sunt variabile culturale și derivă din coduri. Stilurile vorbirii reprezintă variabile individuale, de natură cognitivă, afectivă și comportamentală, aferente procesului de comunicare. Studiul limbii, în înțelesul etnografiei comunicării, în limitele schemei S-P-E-A-K-I-N-G, vizează îndeosebi dimensiunea pragmatică a acesteia, descrierea și analiza capacității vorbitorilor nativi pentru utilizarea limbajului în actul

⁴⁰ Schema S-P-E-A-K-I-N-G a lui Dell Hymes nu a constituit element distinct de studiu de specialitate în România, fiind amintit ocazional, în cadrul unor trimiteri din lucrările științifice ale anumitor autori, majoritatea utilizând terminologia originală; Chiar dacă elementul „instrumentalities” ar fi trebuit să comporte o altă traducere, am preferat traducerea „instrumente ale comunicării”, similară traducerii franceze „instruments de communication” (Blanchet, 2008:4).

comunicațional real, nu în situații limitative. Instrumentele comunicării nu presupun descrierea abilităților potențiale ale vorbitorului/ascultătorului ideal, după cum afirmă Farah (1994:125), prin urmare asocierea acestei scheme presupune legătura cu competența comunicativă actuală a utilizatorului limbii.

Normele (norms) comunicării în înțelesul dat de Hymes sunt norme ale interacțiunii, cu referire la mecanismele interacționale ale conversației, respectiv ale interpretării, vizând obiectivele comunicabile/norme de interacțiune socială. Aceste norme se referă la dimensiunea empatică/fatică a comunicării, la modul de angajare în conversație, indicând gradul de deschidere spre comunicare, respectiv nivelul de angajare în raporturile reciproce. Normele minimale de politețe privitoare la salut, la cererea scuzelor, sunt cele care intră sub incidența acestei categorii. În esență, normele comunicării sunt cele care definesc comunitatea de vorbire, de dialog, de discurs sau comunitatea practică. Comunitatea de vorbire, în termenii lui Hymes, are în primul plan normele comunicării (Johnstone & Marcellino, 2011:61). Din aceste considerente, problematica studierii normelor comunicării devine fundamentală în comunicarea interculturală. Datorită diferențelor care există între reprezentantul unei culturi și reprezentantul altei culturi aflați în contact comunicațional este imperativ explicarea, indicarea, justificarea pattern-urilor interacționale. Particularitățile privitoare la comportamentele specifice anumitor spații sau medii sociale - „Normele de interacțiune implică evident analiza structurii sociale și relațiile sociale generale într-o comunitate”, notează Hymes (1974:60) – intră sub incidența acestor norme. Normele de interacțiune se referă la necesitatea de a nu interveni pentru a întrerupe o conversație, la necesitatea ascultării, la toleranța în actul comunicațional, la respectarea drepturilor celuilalt, la angajarea activă în conversație prin lămurirea semnificațiilor neînțelese, prin necesitatea argumentării, justificării punctelor de vedere, pozițiilor, deciziilor, soluțiilor. Ele reprezintă o formă de norme de conduită, de angajare corectă în dialog, de norme sociale nescrise, esențiale în moralitatea socială. În ceea ce îl privește pe emițtor, pe cel ce se angajează în comunicare de pe poziția de instanță discursivă, normele de interacțiune se referă, la modul general, la mecanismele interacționale ale conversației generate de impunerea discursive generale: coeziune și coerență discursive, informativitate și relevanță/pertinență. Normele de interpretare sunt rezultatul menținerii deschise a anumitor norme de interacțiune, implicând sistemul de credințe din cadrul unei comunități (Hymes, 1974:60). Normele de interpretare oferă informații despre comunitatea de vorbire și cultura rezultantă (în cazul interacțiunii multiculturale) în urma proceselor aculturative, presupunând un standard convenit, împărtășit de membrii comunității transetnice, în înțelesul de reguli cu caracter prescriptiv. Aceste norme privesc mecanismul interacțiunii sociale pe întregul parcurs de la perceperea de sine la autointeracțiune, fără a fi abloane rigide de interpretare. Acțiunea interioară, *toward himself* (Blumer, 1969:81), este cea care se află la baza acordului la normele sociale specifice comunității de vorbire în înțelesul lui Hymes, dar acordarea se realizează sub amprenta

„înțelesului împărtășit”, convenit sau fixat prin intermediul simbolurilor și negociat de participanții la viața socială. În general, normele interacțiunii și cele ale interpretării derivă din comportamentul social dramatic, analizat de Goffman (2007). Negocierea interacțiunii și interpretării implică un *modus vivendi* interacțional, presupunând o definiție generală a situației (în limitele comunității de vorbire, și nu ale comunității de limbă).

Genul (gender) se referă la tipul de activitate de limbaj, care comportă forme variate, cum ar fi: conversația, discuția, explicarea, demonstrația, jocul de rol etc. Noțiunea de gen, provenind din cadrul poeziei literaturii, desemnează o categorie fundamentală a teoriei literare, contribuind la clasificarea și reunirea sub cupola aceleiași categorii de opere literare asemănătoare prin structura conținutului, modalitățile compoziționale sau procedeele estetice. Ulterior, noțiunea de gen s-a extins asupra tuturor producțiilor verbale. Stabilirea genului comunicațional, în particular a celui discursiv, depinde de criterii cum ar fi: finalitățile discursive, statutul partenerilor legitimi, a locului și momentului legitim (presupunând o anumită periodicitate, o durată de desfășurare, continuitate în desfășurare și durată de primire), suportul material sau organizarea textuală (Maingueneau, 2008:78-81). Genurile discursive constituie „dispozitive de comunicare care pot apărea dacă anumite condiții socio-istorice sunt îndeplinite” (Maingueneau, 2008:71), fiind adeseori confundate cu tipurile de discurs, diferența dintre cele două constând în ancorarea social legitimantă, respectiv în caracteristicile formale ale textelor. Tipurile discursive cele mai importante sunt: narativ, descriptiv, instructiv și argumentativ. Din această perspectivă, genul discursului este nesatisfăcător, deoarece privește mai degrabă asocierea cu diferite sectoare ale activității sociale sau instituții, decât cu anumite comunități. În înțelesul lui Hymes (1974:61), genul se referă la posibilitățile de identificare a caracteristicilor formale tradițional recunoscute, particularizate în cazul unei componente a evenimentului conversațional, intrând în discuție dialogul ocazional, gluma, povestirea, lectura, prezentarea formală etc., dar spre deosebire de celelalte elemente componente ale schemei S-P-E-A-K-I-N-G, genul nu a fost tratat suficient de explicit⁴¹. Genul comportă, în limitele etnografiei comunicării, un înțeles minor, elementar sau minimal, cele menționate în studiul inițial al lui Hymes, respectiv un înțeles de „gen complex”, insuficient abordat teoretic, presupunând o ancorare etnografică de natură metacomunicațională, cu ancorare în comunitatea de vorbire. În interiorul acestei arii a cunoașterii, genul nu poate fi studiat distinct de context sau participanți, și, în ciuda extinderii studiului asupra genului comunicațional, analiza privește înțelesurile propuse de antropologul american.

⁴¹ „Analiza genului la Hymes nu a fost aplicată conversației, probabil din lipsa explicitului în luarea în considerare a relației dintre gen și alte componente ale grilei SPEAKING și exprimarea lor în limbă”, remarcă Eggins & Slade (1997/2004:34).

modele și teorii ale comunicării interculturale



24. Preliminarii epistemologice ale comunicării interculturale

24.1. Raporturile contemporane dintre cultură și comunicare. Comunicarea interculturală. Date fiind perspectivele puse în discuție, privitoare la relația indivizibil dintre comunicare și cultură și aflulxul migraționist contemporan – cel mai important după dislocările din stepa asiatică ale primului mileniu creștin -, odată ce principiile teritorialității și stabilității au fost serios puse la îndoială de fenomenele sociale specifice societății postmoderne, culturile sunt puse față în față în interacțiuni zilnice, diverse. Indivizi apar înăd culturilor diferite, având a adă pattern-uri comunicative diferite, interacționează și vizează inteligibilitatea și eficiența în interacțiunile lor. Societatea contemporană, a cărei elită este preponderent nomad și extrateritorial, impune norme fluide, flexibilitate, instantaneitate. Mai mult, se construiesc comunități lichide, răspândite teritorial, dar extrateritoriale în esență; cei care le locuiesc sunt indivizi care se simt acasă în mai multe *universuri lingvistice*. În afara acestor comunități rămân, cantonate în trecut, comunitățile tradiționale, raportate la alte valori culturale. Societatea contemporană pune, înșă, față în față, reprezentanții ai nomadismului contemporan cu reprezentanții culturilor stabile, iar aceștia din urmă par de cele mai multe ori fragili, neputând ține pasul cu ritmul civilizației:

<Indivizii fragili>, condamnați să-și petreacă viața într-o <realitate poroasă>, au senzația că patinează pe gheață subțire; iar atunci când <patinăm pe gheață subțire>, remarcă Ralph Waldo Emerson în eseuul său *Prudența*, <siguranța noastră depinde de viteza pe care o avem>. Indivizii, fragili sau nu, au nevoie de siguranță, tânjesc după siguranță, caută siguranță și atunci încearcă, atât cât le permite abilitatea, să mențină o viteză mare în tot ceea ce fac. Alergând printre alergicitori rapizi, a încetini înseamnă a fi lăsat în urmă; alergând pe gheață subțire, a încetini înseamnă pericolul serios de a te îneca. Viteza urcă, prin urmare, în vârful listei cu valori de supraviețuire (Bauman, 2000:196).

Acest tip de nomadism, generat de nevoia menținerii unui ritm concordant cu ritmul fluctuațiilor pe piața valorilor civilizației, apreciat de Bauman, este analizat critic de Sartori. Diversitatea îmbogățește atât individul, cât și comunitatea, dar această diversitate nu presupune raportarea la fluctuațiile unor valori materiale (a se vedea nomadismul în organizațiile transnaționale). Indivizii, apar înăd unor culturi diferite, fiind purtători ai seturilor de valori specifice respectivelor culturi, sunt dispuși să se deschidă în limitele date de un *cod genetic* identificat cu valorile pluralismului, și nu cu „novitismul”, cu frenezia de a fi nou cu orice preț, de a te alinia continuu la mutațiile apăsătoare la nivelul valorilor materiale (Sartori, 2007:14-15). Comunicarea interculturală devine cu predilecție obiectul analizei în limitele orizontului concret, al „lumii

date”. În acest cadru al concretului *adev rul consensual* (Habermas, 1983a:209)⁴² se instituie ca raport interindividual, nu ca raport cultural. Dar în afară de *adev rul consensual* care se clădește în interacțiunea dintre doi indivizi apă înând același mediu cultural, prin convergență comunicatională, comunicarea care se poate încheia între reprezentanții a două culturi diferite se realizează în limitele impuse de inteligibilitatea reciprocă și de barierele culturale și lingvistice. Dincolo de barierele de concepție se impun și patternurile mentale legate de organizarea internă a structurii sintagmatice, schemele percepute ca apar înând unei „gramatici universale”, la care face trimitere Chomsky, dar și propria grilă mentală de percepție a fiecăruia, influențat de credințele, convingerile și opiniile modelate de cultura de proveniență.

A adă, într-o lume dinamică, fluctuantă, indivizii sunt puși în situația de a intra în contact cu reprezentanții ai unor lumi culturale similare. Nu poate fi ocolită ipoteza opacității lingvistice, care își are rădăcinile în relativismul lingvistic al lui Sapir și Whorf. Plecând de la observația antropologului Franz Boas (1911), conform căreia experiența este clasificată diferit în limbi (și culturi) diferite și prin urmare limba reflectă gândirea și psihologia membrilor comunității lingvistice, Sapir adâncește studiul în linia raportului limbă-gândire, considerând limba un cadru de ghidare a realității sociale și, implicit, a culturii. Whorf preia ideea profesorului său și continuă studiile, elaborând ipoteza relativității lingvistice, conform căreia faptele sunt percepute diferit ca urmare a orizonturilor lingvistice diferite ale membrilor comunităților lingvistice diferite. A adă, ceea ce constituia la Sapir (2000:104) ideea corespondenței limbă-cultur doar la nivel semantic: „(...) doar conținutul limbii este intim legat de cultură”, a devenit la Whorf (1941:200) corespondență și la nivel sintactic. A adă, în linia deschisă de Boas și continuată de antropologii Sapir și Whorf, între natura limbajului și modul de gândire al utilizatorilor acestuia există o relație de indeterminare, ceea ce se pliază pe modul de a percepe o realitate lingvistică în mod localist și nu globalist. Ipoteza opacității lingvistice, susținută de o parte a comunității specialiștilor, combătută de o altă parte (dintre care îi amintim pe Chomsky și pe Fodor), ridică problema barierele de comunicare, ca urmare a grilelor diferite de interpretare; dar această ipoteză, odată cu închiderea indivizilor în carapacea propriilor culturi, ridică și problema stereotipurilor, a generalizărilor, a prejudecăților în raport cu celălalt. În fond, stereotipul cultural este rezultatul unei interpretări etnocentrice a celuilalt, adică o punere în evidență a opacității culturale amintite de Sapir și Whorf. Indivizii apar înând culturilor diferite vin cu bagajul de valori ale propriilor culturi, pe

⁴² În *Preliminarii la o teorie a competenței comunicative* sunt puse bazele unei *teorii consensuale a adevărului*, care presupune o interacțiune constând în negocierea în alegerile și adevărului: „Pentru a deosebi enunțurile adevărate de cele false eu mă raportează la judecata altuia și anume la judecata tuturor celorlalți cu care aș putea purta o convorbire (în care eu includ contrafactualto și partenerii de convorbire pe care i-aș putea afla dacă istoria vieții mele ar fi coextensivă cu istoria umanității). Condiția adevărului enunțurilor este acordul potențial al tuturor celorlalți” (Habermas, 1983a:209).

care îl expun prin intermediul propriilor limbi, modelate în cadrul cultural de apartenență. Este firesc, în acest caz, să discutăm mai întâi despre bariere de natură lingvistică – legate de actul decodării mesajului transmis, vizavi de expunerea propriilor sisteme de valori, iar apoi de bariere de natură culturală: religioasă, conceptuală, privitoare la comunicarea nonverbală (aspecte studiate de proxemică, de cronemică etc.). De pildă, religia poate determina caracterul înalt contextual al unei culturi, iar încălcarea (neintenționată) a unor reguli cu privire la conduita, gestica, spațiul intim impuse de cultură poate fi înțeleasă /interpretată greșit, ca ofensă, și poate conduce la conflicte majore, atât la nivel individual, cât și de grup. Barierele de comunicare de natură lingvistică survenite în cazul comunicării dintre indivizi apar înănd unor comunități lingvistice diferite, pot fi depășite, în schimb, de limbajul nonverbal controlat dacă respectivele persoane apar în aceleași comunități paralingvistice. Aceste bariere pot fi depășite și prin minimul interes în a cunoaște și accepta elementele paradigmatiche ale codurilor culturii partenerului de dialog. Depășirea se mai poate realiza și prin punerea în comun (*comunicare*) a valorilor comune, a apropierii geografice sau istorice, a tipurilor dominante de organizare a societăților de apartenență, a credințelor individuale comune. Spiritul timpului (*Zeitgeist*) direcționează, a adă, dialogul tiințific asupra raportului cultură-comunicare înspre provocările comunicării interculturale, în limitele orizontului „concretului”. Acest nivel individual, al semnificării, presupune proiectarea umbrei similarității și echipotenței în manieră similară, fără posibilitatea de a discerne sensul cauzalității:

Trecerea de la comunicare la cultură ne este oferită printr-o tranziție uniformă, ciclică, așa cum arată Hall, “Cultura înseamnă comunicare, iar comunicarea înseamnă cultură”. Cu alte cuvinte, atunci când privim la comunicare și cultură este greu să hotărâm care este vocea și care este ecoul. (Samovar *et al.*, 2007/2010:22)

Situarea în acest orizont al interdeterminărilor, imposibil de înțelese în spațiile culturale monocrone – cele ce dau tonul schimbărilor sociale (și culturale) contemporane -, în care e dificil de depășit “încapsularea” lumii concrete de factură blagian (1937), este decriptată în literatura de specialitate în termenii situării în *Zeitgeist*⁴³. Cultura, învârtită, împertărită, transmisă din generație în generație, bazată pe simboluri, dinamică, modelează comportamentul uman (în special cel comunicational), dar oamenii sunt mai

⁴³ În spiritul vremii, preluând perspectivele lui Anthony Smith, Samovar *et al.* (2007/2010:23) privesc necesitatea zăbovirii asupra raporturilor cultură-comunicare doar pentru că “să întâmplăm” din ce în ce mai frecvent, mai pregnant, contactul intercultural: “În societatea modernă oameni diferiți comunică în moduri diferite, la fel cum de altfel fac oamenii pretutindeni în lume; iar modul în care ei comunică este modul în care trăiesc. Este cultura lor. Cine cu cine vorbește? Cum? Și despre ce? Acestea sunt întrebări din domeniile comunicării și culturii. (...) Când elementele comunicării diferă sau se schimbă, elementele culturii diferă sau se schimbă. Comunicarea și cultura sunt inseparabile.”

mult decât membrii ai propriilor culturi. Din p cate, în termenii comunicării interculturale focalizarea se realizează de regulă pe activitățile individuale, pe ceea ce excede calitatea de membru al unei culturi. Amprenta culturală este studiată, în câmpul comunicării interculturale ca trăsătură ajutoare, ca particularitate diferențioasă, în scopul prevenirii formelor simplificatoare de tipul prejudecăților și stereotipurilor culturale. Pentru evitarea acestora se recomandă în alegerea generalizărilor ca fiind reprezentări aproximative, nu absolute, ca fiind referire la „core values”: valori comportamentale cu o anumită regularitate, într-un interval temporal îndelungat, respectiv ca fiind rezultatul unor concluzii relative despre fenomenul cultural, exprimabile mai corect în termenii tendințelor, mediei, asemănării etc. În aceste condiții, ale apariției problematice contactului transcultural, comunicarea interculturală devine temă predilectă a discuțiilor în sfera inteligenței, fiind însă ca studiul să reflecte mutațiile în planul orizontului inconștientului. Ceea ce produce comutarea spre acest areal al discuțiilor este tocmai schimbarea culturală preconizată, de multe ori decodată în termenii schimbării sociale, „viitorul” care obligă aducerea în zona interesului imediat a comunicării interculturale ca urmare a provocărilor legate de fenomenul globalizării, de conflictele internaționale, de competiția pentru resurse, de schimbările de mediu, de sănătatea globală, nu în ultimul rând, de *population shifts* (Samovar *et al.*, 2007/2010:2). Această situație va fi în orizontul concretului, generat de problemele mai sus amintite, în special de *population shifts*, conduce la definiții rigide ale contactului comunicational intercultural:

Pentru noi, comunicarea interculturală are loc atunci când un membru al unei culturi produce un mesaj spre a fi consumat de către un membru al altei culturi. Mai precis, *comunicarea interculturală implică interacțiunea dintre oameni a căror percepție și sisteme de simboluri sunt suficient de diferite pentru a modifica evenimentul comunicării.* (Samovar *et al.*, 2007/2010:12)

Comunicarea interculturală (ICC) este studiul comunicării interpersonale heterofile dintre indivizii diferitelor culturi. ICC este focalizat pe interacțiunea interpersonală a oamenilor care reprezintă diferite culturi. Unitatea de analiză în ICC este, în mod tipic, diada interpersonală. (Rogers & Hart, 2002:2)

De multe ori, în terminologia de specialitate anglo-saxonă, se fac confuzii sau asocieri voite, ale unei congruențe anume, între expresiile comunicarea interculturală (*intercultural communication*) și comunicarea transculturală (*cross-cultural communication*). Acest aspect atrage după sine necesitatea marării alternanței în utilizare, ilustrativ fiind în acest sens explicația furnizată de Assante & Gudykunst (*apud* Risager, 2005:1674):

(...) atât comunicarea trans-culturală se referă la comunicarea interpersonală. Comunicarea transculturală se concentrează pe studiile comparate ale comunicării interpersonale în diferite culturi, în timp ce

comunicarea intercultural se axează pe interacțiunea dintre persoane reprezentând diferite culturi (iar comunicarea internațională privește comunicarea de masă între structurile media naționale). Oricum, există o confuzie terminologică aici, atât timp cât termenii intercultural și transcultural sunt utilizați alternativ.

24.2 Direcții de dezvoltare a comunicării interculturale. Comunicarea intercultural, un domeniu relativ, își are originile în studiile interacționiste paleoaltiste și în actele însoțitoare (cum ar fi cursul lui Edward T. Hall din cadrul Foreign Service Institute, înaintea anilor 1950 și 1955), de îndată ce disciplinele se găsesc în antropologie, în modelele etnocentrice ale evoluției culturale realizate de Louis Henry Morgan sau Edward B. Tylor, respectiv în interpretările nivelului inconștient al culturii realizate de Franz Boas, Edward Sapir, Benjamin Lee Whorf, Ruth Benedict sau Margaret Mead. Rogers și Hart (2002:3) alătură stadiului preparadigmatic al dezvoltării comunicării interculturale studiile lui David Efron (1941) și K. Oberg (1960), asociind în sine concepte sau teme provenite din câmpul sociologiei, din scrierile lui William Graham Sumner, Georg Simmel, Kurt Lewin sau Gordon Allport. Actul de naștere al comunicării interculturale este considerat a fi articolul „The anthropology of manners” publicat de Hall în 1955, dar referențial rămâne lucrarea „The Silent Language” din 1959, care se focalizează pe concepte cheie și principii operaționale și în ziua de astăzi, printre care și cel al intercondiționării cultur-comunicare: „Cultura este comunicare și comunicarea este cultur” (Hall, 1959/1984:219). Ulterior, comunicarea interculturală și-a câștigat statutul de ramură științifică distinctă, fiind când obiectul unor cursuri universitare în spațiul educațional american: University of Pittsburgh, Michigan State University etc., respectiv al unor studii de specialitate, dintre care merită amintite, în primul rând, „Intercultural Communication: A Reader” (Samovar & Porter, 1972), „The Handbook of Intercultural Communication” (Assante *et al.*, 1978) sau „Handbook of International and Intercultural Communication” (Gudykunst & Mody, 2002), fără a omite nume importante precum cele ale lui L.S. Harms (1973), John Condon și Fathi Yousef (1976), K.S. Sitaram și Roy Cogdell (1976), Carley Dodd (1977) sau Michael Prosser (1978). Ultimele două decenii au reprezentat perioada de referință în dezvoltarea acestei arii disciplinare. Au apărut teorii și modele ale comunicării interculturale, cum ar fi: teoria managementului identității a lui Cupach și Imahori (1993), teoria negocierii identității a lui Ting-Toomey (1993), teoria acomodării comunicaționale a lui Gallois *et al.* (1995), teoria AUM (Anxiety-Uncertainty Management) a lui Gudykunst (1995), teoria co-culturală a lui Orbe (1998), teoria adaptării interculturale a lui Kim (2001), teorii și modele ale dezvoltării competenței de comunicare interculturală: Bennett (1993), Kramsh (1993), Brislin și Yoshida (1994), Pennycook (1994), Byram (1997), Hajek & Giles (2003), Wen (2004), King & Baxter-Magolda (2005), au fost elaborate studii de sinteză, printre care cele ale lui Wiseman (1995), Young (1996), Novinger (2001), Hajek & Giles (2003), Gudykunst & Kim (2003), Samovar, Porter & McDaniel (2007),

Assante, Miike & Yin (2008), Spitzberg & Changnon (2009), sau studii privind arii distincte de referin . Într-un tablou generalizator al trat rii problematicii comunic rii interculturale, direc iile de dezvoltare pot fi reprezentate ca în fig.72.

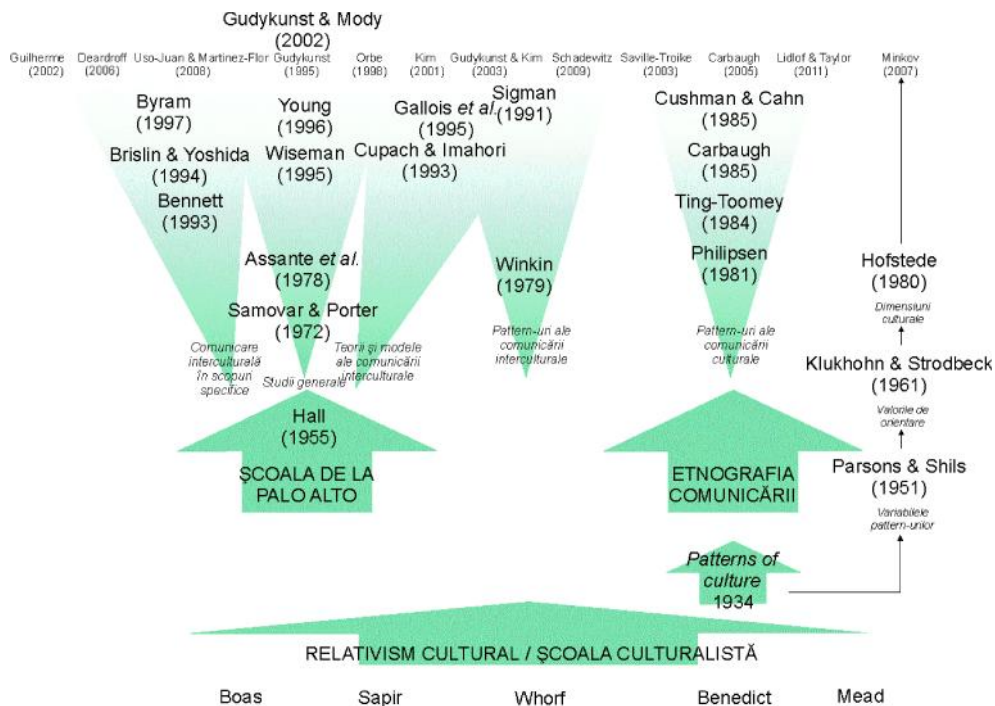


Fig.72 Direc ii de cercetare a raportului comunicare-cultur .

Teritoriul disciplinar al „comunic rii interculturale” este necesar a fi completat i particularizat cu aspectele privitoare la evadarea din „capsula” primului orizont blagian, al concretului, manifestat prin focalizarea asupra pattern-urilor comunic rii interculturale. Cercetarea pattern-urilor comunic rii interculturale se fundamenteaz pe demersurile întreprinse în studierea pattern-urilor culturii. Înainte de celebra aser iune a lui Hall privind congruen a cultur - comunicare, accep iunea culturii ca pattern aduce în discu ie lucrarea de referin a antropologului american de orientare culturalist , Ruth Benedict, „Patterns of Culture” (1934), care se focalizeaz asupra maleabilit ii umane i asupra for ei modelatoare a culturii, în direc ia deschis de Edward Sapir în 1928, care inten iona s publice o lucrare intitulat „The Psychology of Culture”, în baza cursurilor sus inute la Yale University (un manuscris al acestui curs fiind ulterior reconstruit i publicat în 1993).

Plecând de la „Patterns of Culture” au luat na tere lucr ri care trateaz , la modul general sau aplicat la numite contexte sociale, pattern-urile culturale ale percep iei, gândirii i comunic rii, cum ar fi cele ale lui Parsons & Shils (1951), care privesc variabilele pattern-urilor (ce au dat na tere valorilor de orientare în rela iile interumane în modelul Klukhohn-Strodbeck în 1961, dimensiunilor culturale în modelul Hofstede în 1980, respectiv Minkov în 2007), ale lui

Geertz (1973), care ia în calcul, în afara pattern-urilor, mecanismele de control, ale lui Philipsen (1975), care consideră că pattern-urile culturale îmbracă forma simbolurilor, în alegerilor, premizelor și regulilor, sau ale lui Stewart & Bennett (1991), care construiesc un cadru al examinării diferențelor de gândire, cunoaștere, comunicare în cazul americanilor, japonezilor și europenilor etc. Studiul în linia pattern-urilor culturale a alunecat, treptat, de pe teritoriul antropologiei, mai precis din aria relativismului cultural, în cel al comunicării interculturale, direct sau prin prisma comunicării culturale, termen introdus în 1981 de Gerry Philipsen după lectura unui eseu al lui Mihail Bahtin publicat în 1953 și dezvoltat ulterior de Ting-Toomey (1984), Carbaugh (1985), Cushman & Cahn (1985) etc. Studiul pattern-urilor comunicării interculturale a făcut obiectul atenției specialiștilor începând cu 1979, anul susținerii tezei de doctorat de către Yves Winkin la University of Pennsylvania, intitulată „Patterns of Intercultural Communication: An Exploratory Ethnographic Study of an American Interantional House” și a fost continuat de Sigman (1991), Gudykunst & Kim (2003), Schadewitz (2009) etc. O altă direcție fecundă de cercetare, izvorâtă tot din studiile lui Sapir, are drept centru de interes pattern-urile lingvistice, dar această cale a servit mai degrabă scopurilor lingvisticii decât celor ale comunicării interculturale. Cu toate acestea, merită amintite contribuțiile lui Benjamin Lee Whorf și Edward T. Hall în stadiul preparadigmatic al dezvoltării comunicării interculturale, precum și amprenta lăsată de coala sociolingvistică asupra acestei dezvoltări: Hymes (1971), Bernstein (1971), Gumperz & Hymes (1972), Labov (1975) etc. De altfel, atât pe filiera comunicării culturale a lui Philipsen, cât și pe cea a pattern-urilor lingvistice, studiul pattern-urilor comunicării interculturale alunecă pe teritoriul etnografiei comunicării. Acest teritoriu, delimitat în urma unei tradiții îndelungate de studii etnografice, începând cu antropologii americani Franz Boas și Alfred Kroeber și cu antropologii britanici (puternic influențați de americani) A.R. Radcliffe-Brown și Bronislaw Malinowski, reprezentanți ai funcționalismului cultural, ultimul interesat de „înțelegerile” sociale și culturale ale acțiunilor, evenimentelor, obiectelor și legilor funcționale în contextul cultural imediat, a obținut autonomia în raport cu antropologia datorită tradiției americane a lingvisticii descriptive, începută cu Edward Sapir și continuată cu Floyd Lounsbury, Mary Haas, Carl Voegelin, Paul Friedrich, Dell Hymes. Anii '70 ai secolului XX, în care s-au pus bazele sociolingvisticii, au îndepărtat definitiv teritoriul etnografiei comunicării de lingvistica generativă chomskyană, conferind, prin deschiderile către domeniile antropologiei, sociologiei, psiholingvisticii, lingvisticii aplicate etc. un cadru interdisciplinar de dezvoltare fecundă a comunicării interculturale și a studiului pattern-urilor acestei comunicări luând în calcul continuumul comunicational cu contextul producerii sale. Studii recente scot în evidență valabilitatea menținerii și adâncirii în profunzime a cercetării în domeniul pattern-urilor comunicării interculturale în domeniul etnografiei comunicării, cum ar fi cele ale lui Saville-Troike (2003), Carbaugh (2005), Lidlof & Taylor (2011).

25. Teorii și modele ale formării competenței de comunicare interculturală

25.1. De la competența de comunicare interpersonală la competența de comunicare interculturală. Putem discuta, în termenii competenței, de o structurare în două componente distincte: prima privitoare la dimensiunea lingvistică, cealaltă la dimensiunea performativă. Dacă în primul caz formularea „competență lingvistică” este suficientă, în cazul performanței este necesar apelul la „competența de comunicare”. Însă, „competența de comunicare” nu presupune doar utilizarea factuală a limbajului, doar performanța ocazională, ci ancorarea în egal măsură în performanța comunicativă și evaluarea ei. Prin urmare, putem distinge între competența de comunicare interpersonală și abilitățile comunicative, văzute drept „componentele specifice care întresc sau contribuie la manifestarea sau la luarea în considerare a competenței” (Spitzberg & Cupach, 1989:6). De altfel, diferența este dată de perspectiva lui Spitzberg & Cupach, care propun un model diadic de competență interpersonală bazat pe perspectiva relațională. Practic, această perspectivă relațională stă la baza definirii competenței de comunicare, în termenii în care a fost adusă la lumină de Habermas, Piepho, Hymes, Canale & Swain, Bachman sau Widdowson. Competența, la modul general, vizează eficiența (*effectiveness*) și adecvarea (*appropriateness*), iar competența interpersonală în baza modelului relațional diadic al lui Spitzberg & Cupach conferă următoarea constituție:

Eficiența este relevantă pentru atingerea unor obiective cum ar fi satisfacția, schimbările dorite sau creativitatea. Importanța adecvării privește contextualitatea sau specificitatea relației/contextului. Cunoaștințele cuiva, motivația și abilitățile vizează eficiența și adecvarea percepute, în cele din urmă, influențând luarea în considerare a competenței celuilalt (Wiemann *et al.*, 1997:31).

Plecând de la această structurare, Munby (2004:21) configurează o constelație de competențe care fac atingerea competenței de comunicare interpersonală. Distincția competență – abilități de comunicare poate fi privită din două perspective: pe de o parte în manieră incluzivă, primul termen având o sferă de cuprindere mai largă decât cel de-al doilea și incluzându-l, pe de altă parte din perspectiva raportării la eficiența și adecvarea vizate. În prima situație, „(...) competența de comunicare a fost privită ca o judecată socială despre comportament, în contrast cu noțiunea de „aptitudini” comunicative, care se referă la comportamentele comunicative verbale și nonverbale ale interlocutorului (Hammer, 1989).” (Hajek & Giles, 2003:936). Cea de-a doua perspectivă presupune eficiența și adecvarea, conducând la rezultate de natură

rela ional , doar în cazul competen ei. În fond, „competen a interpersonal este intim legat de men inerea satisfacerii reciproce, de sistemele rela ionale eficiente... De fapt, dintr-o perspectiv interac ional , nu putem vorbi despre o persoan ca fiind competent în afara unei anumite rela ii sau a unui set de rela ii” (Wiemann *et al.*, 1997:26). Diferen iind între elementele componente ale competen ei la modul general, între componentele competen ei de comunicare interpersonal în particular, dar i distingând între competen comunica ional i abilit ile de comunicare, putem însuma aceste caracteristici într-un întreg func ional, care s confere pe de o parte perspectiva func ionalit ii, pe de alta, posibilitatea de a analiza elementele componente ca procese psihice, activit i observabile sau valori încastrate în structura constitutiv a fiec rei persoane în parte, i, mai ales, de a le educa în sensul dezvolt rii competen ei de comunicare interpersonal . În acest sens, am ales s sistematizez competen a de comunicare interpersonal prin apel la modelul Wiemann & Wiemann (1992), *apud* Wiemann *et al.* (1997:38).

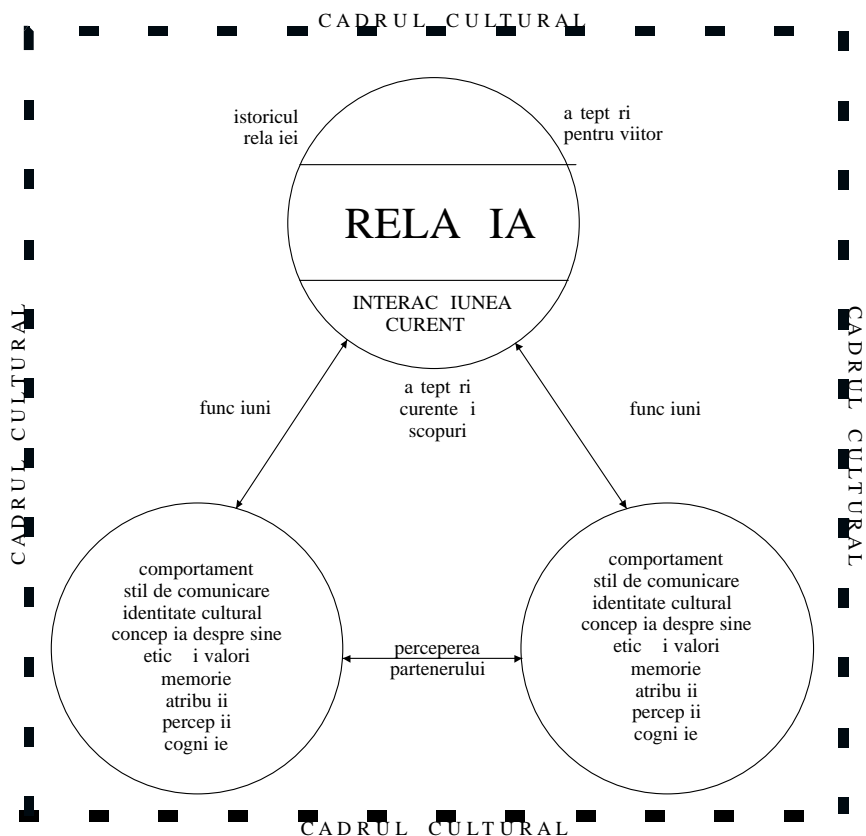


Fig.73 Modelul competen ei de comunicare Wiemann & Wiemann (1992), *apud* Wiemann *et al.* (1997:38)

Competen a de comunicare interpersonal trimite, printre altele, la un cadru cultural comun. Cadrul cultural este negociat în termenii identit ilor

culturale ale celor doi actori ai comunicării, puși față în față, în ipostaze de a se percepe pe sine în actul performativ și de a îl percepe și evalua pe cel alt, într-un joc al negocierii de poziții și de exprimare a identității. Identitatea culturală devine, astfel, importantă în sensul definirii unui nou concept, cel de *competență de comunicare interculturală*, care presupune racordarea la cadrul cultural de referință și nu restrângerea sau particularizarea competenței de comunicare interpersonală la contextul pluricultural de producere.

25.2. Competența de comunicare interculturală. Raporturile cu competența de comunicare interpersonală. Competența de comunicare interculturală presupune existența unui cadru intercultural de referință. Raportat la acest cadru,

În general considerăm comunicarea a fi „interculturală” în măsura în care interlocutorii percep apartenența lor la grup ca fiind importantă indiferent de contextul întâlnirii (vezi Tajfel & Turner, 1986), dar recunoaștem și adoptăm punctul de vedere privitor la faptul că această comunicare este „interculturală” în cazul în care apartenența la grupul respectiv presupune un număr relativ mare de persoane (de exemplu, grupuri naționale și etnice, cu istoriile, valorile, artefactele, obiceiurile și pattern-urile comunicaționale unice) (Hajek & Giles, 2003:937)..

Comunicarea interculturală poate fi privită, a adă, în sens restrâns și în sens larg. În accepțiunea lui Redder și Rehbein (*apud* Risager, 2005:1677), comunicarea interculturală în sens restrâns se poate realiza în cadrul aceleiași societăți, utilizându-se aceeași limbă de comunicare, iar în sens larg privește membrii unor societăți diferite, utilizând diferite limbi native. A adă, odată definit cadrul de referință în care comunicarea interpersonală poate fi văzută ca fiind interculturală, putem aduce în discuție termenii eficiență și adecvare (caracterizând competențele la modul general) și în cazul competenței de comunicare interculturală. Competența de comunicare interculturală reprezintă, în termeni simpli, acel tip de comportament comunicațional adecvat și eficient într-un context oarecare (Samovar *et al.*, 2010:384), dar într-o abordare extinsă, această competență presupune abilitatea de a acționa eficient și adecvat indiferent de cadrul cultural, vizează un profil psihologic al celui care comunică conturat cel puțin pe componentele: motivația de a comunica; un fond adecvat de cunoaștere culturală; abilități de comunicare adecvată; sensibilitate; caracter (Samovar *et al.*, 2010:386). Raportat la dimensiunile psihosociale, competența de comunicare interculturală nu rămâne cantonată în câmpul unei disponibilități și nu privește doar latența, posibilitatea persoanei angajate în comunicare de a performa în limitele propriilor procese psihice, cognitive și regulatorii. Comunicarea interculturală presupune dinamism, interacțiune, coordonare, ceea ce îndepărtează competența de comunicare interculturală, pe de o parte, de accepțiunea de disponibilitate adaptativă, pe de altă parte, de eficiența comunicațională în cadrul pluricultural, așa cum afirmă Samovar *et al.* (2010:399):

(...) competența de comunicare intercultural este un concept multidimensional care cuprinde aspecte cognitive, afective și comportamentale ale interacțiunii umane. Eficiența intercultural se referă doar la aspectele comportamentale ale competenței de comunicare intercultural; este de neconceput tratarea eficienței interculturale și a competenței de comunicare intercultural ca termeni similari.

sau Georgiu (2010:125):

Această competență se definește prin *capacitatea indivizilor de a comunica eficient cu interlocutori din alte culturi, pe baza unor abilități dobândite de relaționare socială, de înțelegere și adaptare la medii culturale diferite. (...)*. O bună comunicare nu înseamnă doar o transmitere a informațiilor, ci și o înțelegere reciprocă a dorințelor și nevoilor celuilalt. Competența de comunicare intercultural presupune, a adăuga, dobândirea unor capacități complexe, ce pot fi repartizate pe mai multe niveluri: *lingvistice, perceptivă, cognitive, afective, atitudinale și comportamentale*.

Eficiența intercultural, ușor de dezvoltat/antrenat, presupune apelul la suma de cunoștințe și deprinderi de pus în rol în contexte interculturale, dar care se realizează greu, într-un cadru procesual ușor de defalcat, dar greu de raportat la competența strategic dezvoltată de Canale & Swain și Bachman, iar dezvoltarea acesteia depinde de sensibilitatea față de diferențele subtile:

dezvoltarea unei solide competențe de comunicare intercultural înseamnă să deschidem ochii la diferențele tacite (dimensiunile ascunse) ale întâlnirilor interculturale pentru a înțelege de ce vrem să spunem ceva, *ce* să spunem, *cum* să spunem, *când* este momentul potrivit să spunem și *cui* ar trebui să spunem (Tuleja, 2009:135)

Conceptele de eficiență și adecvare, aplicate competenței de comunicare intercultural, se focalizează pe un set de abilități personale, de ordin performativ. Eficiența se referă la abilitatea individului de a produce efectele dorite prin intermediul interacțiunii cu mediul (Chen & Starosta, 2008:217), abilitate privită fie drept activare prin învățare și socializarea a unei predispoziții umane (White, 1959:297-333), fie în afara oricărei legături cu cadrul formativ.

În plus, persoanele ideal competente din punct de vedere comunicational trebuie să fie capabile să controleze și să manipuleze mediile pentru a-și atinge obiectivele personale. În scopul de a maximiza aceste obiective, indivizii trebuie să fie capabili să le identifice, să obțin informații relevante despre ele, să prefigureze cu acuratețe răspunsurile celorlalți, să selecteze strategiile comunicationale și să accedă la rezultatul interacțiunii (Chen & Starosta, 2008:217).

În acest sens, competența de comunicare poate fi privită drept un set de abilități personale de a formula și atinge obiective, de a colabora eficient cu ceilalți și de a se adapta la situații variate, iar în sens restrâns, poate fi considerată a fi nu doar o interacțiune eficientă și adecvată între diferite persoane, ci o interacțiune eficientă și adecvată între persoane care se identifică cu un anumit mediu fizic și simbolic (Chen & Starosta, 2008:219). Astfel, putem contura cadrul de definire al competenței de comunicare intercultural, care poate fi conceput drept abilitatea de a negocia în alegerile culturale în același timp cu transferul eficient și adecvat de conținuturi informaționale, respectiv cu identificarea și evaluarea identităților multiple într-un mediu comunicational specific.

Competența de comunicare intercultural nu este singulară în condițiile în care cerințele pentru interacțiunea eficientă și adecvată privesc nu doar contactul efectiv dintre persoane, ci și o anumită formă de interacțiune personală, implicit intelectuală a actorilor comunicării. Spitzberg & Cupach (1984) au identificat un set de apte tipuri de competențe care se cer a fi activate în contactul dintre reprezentanții unor culturi diferite, după cum urmează: competența fundamentală (abilitatea generală de adaptare eficientă la noul mediu pentru atingerea scopurilor proiectate, privind, mai exact, eficiența trans-situatională); competența socială (empatie, asumarea rolurilor, complexitate cognitivă, managementul interacțiunii); abilități sociale; competența interpersonală (interacțiunea adecvată pentru atingerea scopurilor și îndeplinirea atribuțiilor prin apel la comunicare); competența lingvistică (abilitatea de a utiliza efectiv limba); competența de comunicare (cunoașterea normelor lingvistice, a regulilor de punere în act a acestora, respectiv a modalităților de adecvare a limbajului la contextul de producere); competența relațională (vizând interacțiunea propriu-zisă și presupunând corelarea celorlalte așe competențe, în sensul transgresării limitelor implicate de acestea).

În fond, perspectiva presupunând activarea mai multor competențe în actul de comunicare intercultural trimite la complexitatea interacțiunii, iar elementele cheie ale acestor competențe se regăsesc în competența de comunicare intercultural propriu-zisă. Într-o structurare a elementelor vizate de setul de competențe Spitzberg-Cupach, dar și în consens cu structura psihologică bazală a persoanei care comunică eficient, Chen & Starosta (2008: 221-229) propun o abordare multinivel de comunicare intercultural. Abordarea vizează surprinderea interdependenței în procesul intercultural adaptativ, interacțional și comunicational și poate fi explicat prin apel la trei perspective:

a) perspectiva afectivă (*intercultural sensitivity*): concepția despre sine; deschiderea (*open-mindedness*); atitudinile fără prejudecăți (*nonjudgmental attitudes*); relaxarea socială;

b) perspectiva cognitivă (*intercultural awareness*): conștientizarea de sine (*self-awareness*); conștientizarea culturală (*cultural awareness*);

c) perspectiva comportamentală (*intercultural adroitness*): abilitatea de emiteră a mesajelor (*message skills*); deșta luire de sine adecvată (*appropriate*

self-disclosure); flexibilitate comportamental ; managementul interac iunii; abilit i sociale.

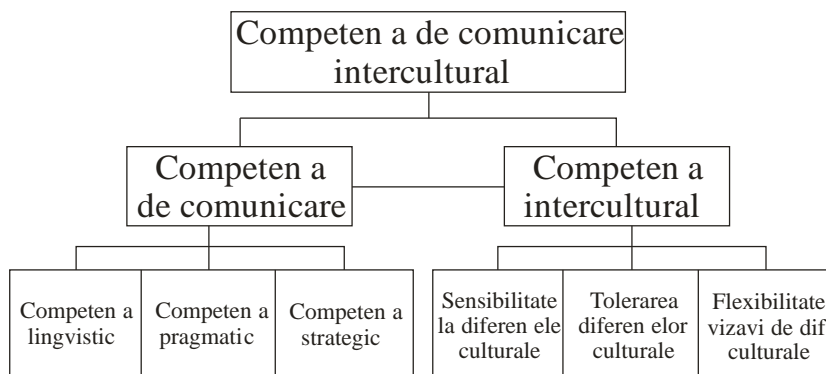


Fig.74 Modelul Wen (2004:175) al competen ei de comunicare intercultural

Perspectiva este rezonant cu cea a lui Habermas asupra competen ei de comunicare, cuprinzând rela iile simultane sociale, cu realitatea i cu propria identitate. Aceast complex reprezentare a raporturilor comunica ionale cu cel alt, apar inând unui spa iu cultural diferit, poate fi inclus în conceptul integrat de competen de comunicare intercultural , care cuprinde dou tipuri diferite de competen e: competen a comunica ional i competen a intercultural . Un asemenea model-sintez a fost propus de Wen în 2004, care ia în considerare, pe de o parte, competen a general de comunicare subsumând componentele lingvistic , pragmatic i strategic , pe de alta competen a intercultural structurat pe palierele afectiv-cognitiv-comportamental (v. fig.75). Aparent, sensibilitatea, toleran a i flexibilitatea vizeaz doar palierele afectiv i comportamental. Într-o analiz detaliat , cele trei elemente componente ale competen ei interculturale vizeaz i dimensiunea cognitiv , iar aceasta devine vizibil în rela ia logic dintre acestea (Wen, 2004:176).

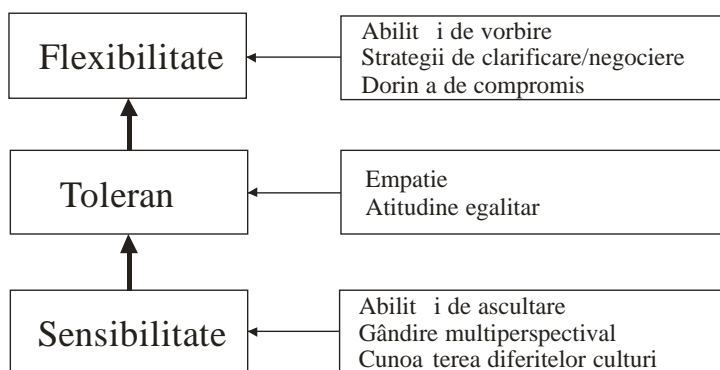


Fig.75 Rela ia logic dintre elementele componente ale competen ei interculturale

Raporturile competen ei de comunicare interpersonal – competen de comunicare intercultural pot fi privite i în manier diferit . Sintagma „competen de comunicare”, studiat în linia Hymes – Bachman – Celce-Murcia a fost dezvoltat introducându-se, în întregul sumativ al structurii de elemente componente, competen a intercultural .

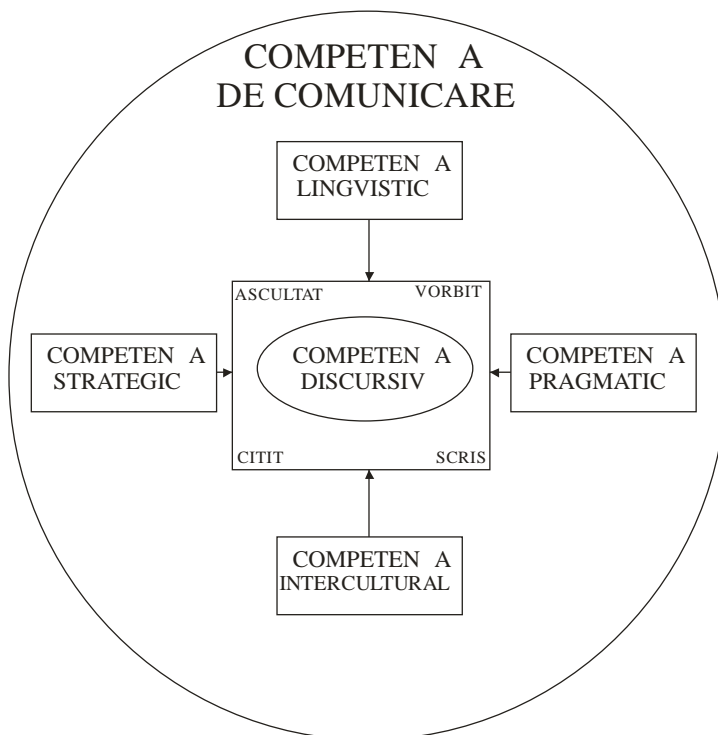


Fig. 76 Competen a de comunicare în modelul Usó-Juan – Martínez-Fluor (2008:161)

Modelul Usó-Juan – Martínez-Flor (2006/2008) situeaz pe acela i palier competen a intercultural i componentele lingvistic , strategic i pragmatic , puse în rela ie direct cu componenta discursiv , dar subsumate competen ei de comunicare interpersonal . În acest model, competen a intercultural se refer la „cum s se interpreteze i s se pun în act un fragment de discurs într-un context sociocultural particular” (Usó-Juan & Martínez-Fluor, 2008:161), adic presupune o simplificare a câmpului de cuprindere a sintagmei, comparativ cu modelul Wen.

25.3. Modele ale formării/dezvoltării competenței de comunicare interculturală. Odat delimitat câmpul competen ei de comunicare intercultural de cel al comunic rii interpersonale în dinamica raporturilor comunica ionale, diferi i cercet tori în domeniu au propus modele interpretative. O prim sintez a acestor modele a fost realizat în 2002 de Manuela Guilherme. Brian Spitzberg i Gabrielle Changnon, într-o abordare dinamic a câmpului „comunic rii interculturale” i a aparatului conceptual

adecvat, au propus analiza unui set de modele teoretice componenționale, coorientionale, de dezvoltare, de adaptare și ale proceselor cauzale, care stau la baza constituirii modelelor formării/dezvoltării competenței de comunicare interculturală. Sub titulatura de „modele de dezvoltare”, în elese drept acelea care „mențin un rol dominant pentru dimensiunea temporală a interacțiunii interculturale, specificând etapele de progresie sau maturitate prin intermediul celor cinci competențe presupuse a evolua”, Spitzberg & Changnon (2009:10) reunesc modele ale formării/dezvoltării competenței de comunicare interculturală. În afara acestora, merit menționate studiile lui Ting-Toomey (1988) și Howard Hamilton *et al.* (1998), care conțin elemente comune modelelor formării/dezvoltării competenței de comunicare interculturală: atitudini, cunoștințe, abilități, precum și modelele care descriu condițiile de realizare a competenței de comunicare: Arasaratnam (2006) – vizând dubla modalitate de a atinge competența plecând de la empatia culturală (în manieră directă și indirectă, odată cu dezvoltarea interacțiunii și schimbarea atitudinii globale, care influențează motivația de a interacționa competent) și Deardorff (2006) – conținând o proiecție piramidală a interacțiunii plecând de la atitudini, cunoștințe, în alegerea și abilități și continuând cu fixarea obiectivelor interne și externe. În urma colaborării, cele două cercetătoare au coordonat în 2017 lucrarea-sinteză *Intercultural competence in international higher education: Approaches, assessment, and application* (Deardorff & Arasaratnam-Smith, 2017). În România, o primă sinteză a modelelor formării/dezvoltării competenței de comunicare interculturală a fost adusă în discuție în 2009 de Aura Codreanu (2009:26-46).

Autorul a numeroase studii dedicate strategiilor didactice de formare/dezvoltare a competenței de comunicare interculturală, H. Ned Seelye îi structurează, începând cu 1984, un model bazat pe *Goal-Oriented End-of-Course Performance Objectives* și structurat inițial pe apte (*apud* Guilherme, 2002:137), ulterior pe zece obiective care privesc condițiile de generare a interesului studentului, probarea relevanței variabilelor sociale, explorarea conotațiilor/reacțiilor la cultura țintă, în alegerea variabilelor situaționale și a convențiilor care modelează comportamentul, în alegerea utilizării opțiunilor comportamentale permise de societate, dezvoltarea abilității de organizare a informațiilor despre cultura țintă și evaluarea generalizării culturii în termenii evidenței care susține această generalizare. Modelul lui Seelye, prezentat în lucrarea *Teaching Culture. Strategies for Intercultural Communication* (Seelye, 1984:164-189), este aplicabil printr-un set de teste (inițiale și finale), care reflectă gradul în care s-a realizat modificarea atitudinilor. Modelul propune o cale de mijloc în formarea competenței de comunicare interculturală:

Modelul lui Seelye se află la jumătatea distanței între educarea în domeniul unei limbi/culturi străine care se bazează frecvent pe achiziționarea unui conținut cultural sau pe activitățile funcționale de limbaj și instruirea profesională în domeniul comunicării interculturale care de multe ori este

fundamentat pe generalizări și stereotipuri interculturale (Guilherme, 2002:137).

Louise L. Damen a adus o importantă contribuție în ceea ce privește recunoașterea rolului culturii în învățarea limbilor străine, prin publicarea în 1987 a lucrării *Culture Learning: The Fifth Dimension in the Language Classroom*. Damen a pus accent pe necesitatea proiectării manifestărilor de autoconștientizare culturală, empatie, conștientizare și acceptare a diversității, toleranței și etnorelativismului drept cerințe ale unei pedagogii critice. Autoconștientizarea culturală (sau în alegerea comportamentelor și gândirii culturale proprii) stă la baza formării conștiinței culturale și a percepției pattern-urilor celorlalte culturi. Conștientizarea trans-culturală este pasul următor și presupune „un continuu proces de aculturație în bi- sau multiculturalism, care este problematic dacă luăm în considerare teorii care pun accentul pe diferențierea de grup sau pe alte posibilități de coabitare interculturală” (Guilherme, 2002:137-138). Modelul aduce în discuție reorganizarea structurii de deprinderi lingvistice în: ascultat, vorbit, citit, scris și comunicare interculturală. Damen (1987:23) consideră că trebuie acordat o importanță deosebită comunicării interculturale în învățarea unei limbi străine, atâta vreme cât „instanțele ale comunicării interculturale pot conduce mai degrabă la probleme de comunicare decât la comunicarea cu înțeleș”. Damen își situează modelul la nivel sintetic, în aria de intersecție a nivelurilor intra- și interpersonal ale comunicării.

Modelul Robinson, adus pentru prima dată în discuție în 1988, stă la baza definirii procesului de învățare despre o cultură străină drept o extindere în propria cultură. Procesul nu presupune un mecanism funcțional de tip aditiv, ci se bazează pe o sinteză omogenă între elementele culturii proprii și ale celeilalte culturi, în elese prin prisma sistemelor de valori ale culturii native. În alegerea transculturală, necesar în promovarea interacțiunilor interculturale pozitive, se poate realiza prin atingerea stadiului de „versatilitate culturală”: „Va fi necesar înlocuirea punctului de vedere tradițional al culturii ca sumă de cunoștințe cu perspectiva asupra achiiziilor culturale ca dezvoltare a versatilității culturale” (Robinson, 1991:118), care include și versatilitatea perceptuală. Pentru aceasta este necesară realizarea consistenței perceptive, lucru îngreunat de interferența culturală dintre cultura nativă și cealaltă cultură. Pentru depășirea acestui obstacol, Robinson propune trei strategii, astfel:

- cultivarea activă de similarități ca punct inițial de plecare;
- empatie/similaritate prin analogie: cultivarea similarității prin diferență;
- apelul la informațiile etnografice (Robinson, 1991:118).

Rezultatul este înlăturarea erorilor cognitive privitoare la exagerarea diferențelor și exploatarea acestor diferențe în sensul identificării similarităților culturale, adică o imersiune în noua cultură prin intermediul propriei culturi

În 1993, Milton Bennett a propus un model de dezvoltare a competenței de comunicare intercultural, necesar în dezvoltarea sensibilității culturale: *Developmental Model of Intercultural Sensitivity* (DMIS). Modelul DMIS implică parcurgerea unor faze în experimentarea diferențelor și dezvoltarea sensibilității interculturale, în cadrul a două mari etape, ale etnocentrismului și etnorelativismului (Bennett, 1998:26).

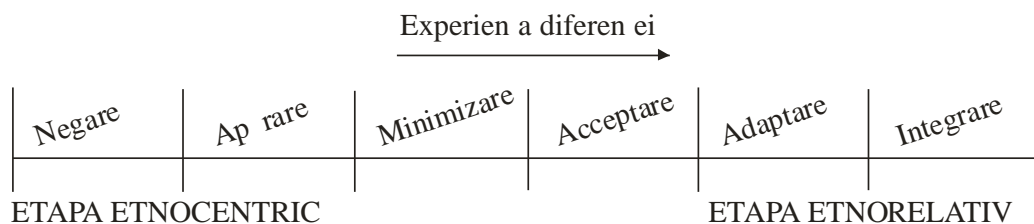


Fig. 77 Modelul DMIS al lui Milton J. Bennett (1998:26)

Schimbarea setului de standarde, de la cele personale (ale culturii de proveniență), la cele ale contextului de producere a comunicării interculturale, presupune parcurgerea fazelor negării, apărării și minimizării (în etapa etnocentrică), respectiv ale acceptării, adaptării și integrării (în etapa etnorelativă). Negarea reprezintă o fază conștientă de respingere și presupune ostilitate față de diversitate. Apărarea vizează o supraevaluare a culturii proprii în raport cu celelalte culturi. Faza de minimizare (sau de depășire a etapei etnocentrice) se caracterizează prin reducerea diferențelor dintre culturi și prin identificarea de similitudini (apartenența la specie, la religie etc.). Acceptarea presupune tratarea cu respect a diferențelor de ordin cultural. Adaptarea privește abilitatea de a transcende într-un alt spațiu cultural de referință și de utilizare a interpretărilor culturale alternative. Integrarea vizează includerea unor valori ale altor culturi în sistemul axiologic propriu și, implicit, dobândirea unei identități interculturale sau multiculturale, în adăugarea la background-ul național/etnic. Faza integrării îmbracă varianta „marginalității constructive” (*constructive marginality*), realizându-se, cel mai adesea, prin contacte cu alții marginali culturali și refuzul asimilării de către centru. Această fază permite angajarea în „evaluarea contextuală” (*contextual evaluation*).

Modelul Kramsch, propus pentru prima dată în 1993, aduce în discuție problematica interculturală din perspectiva a trei tradiții intelectuale: critică, pragmatică și hermeneutică. O asemenea angajare implică orientarea spre înțelegerea celorlalți și spre practicile comunicative orientate spre înțelegerea de sine. În acest sens, o direcție de abordare în învățarea limbilor străine decurge din nevoia de înțelegere a nativilor și de comunicare adecvată cu nativii, în paralel cu înțelegerea de sine în cadrul procesului (Kramsch, 2004:183). Tripla înțelegere este realizabilă prin apelul la punerea în act a limbii prin discurs, dar nu în maniera *single-voiced discourse*, care presupune

orientarea emi torului spre sine însu i, ci în maniera *double-voiced discouse*, care vizeaz atât orientarea spre sine, cât i spre ceilal i. Punerea în act a limbii, v zut drept motor al culturii, asigur construirea în comunicarea intercultural a unui nou cadru, diferit de cel al culturilor aflate în dialog. Noua perspectiv , realizabil în cadrul unei „pedagogii critice”, este mai ampl decât cea a culturii native (C1) sau decât cea a culturii int (C2), aspect ce conduce la stabilirea a patru direc ii importante în proiectarea înv rii unei noi limbi/culturi:

- stabilirea unei „sfere a interculturalit ii”;
- predarea culturii ca proces interpersonal;
- predarea culturii ca diferen ;
- excederea grani elor disciplinare (Kramsch, 2004:205-206).

În ceea ce prive te dezvoltarea competen ei de comunicare intercultural în modelul Kramsch, faptele i evenimentele sunt percepute într-un caleidoscop de reflec ii care conduc la configurarea unei scale hermeneutice pentru interac iunile interpersonale, dup cum urmeaz :

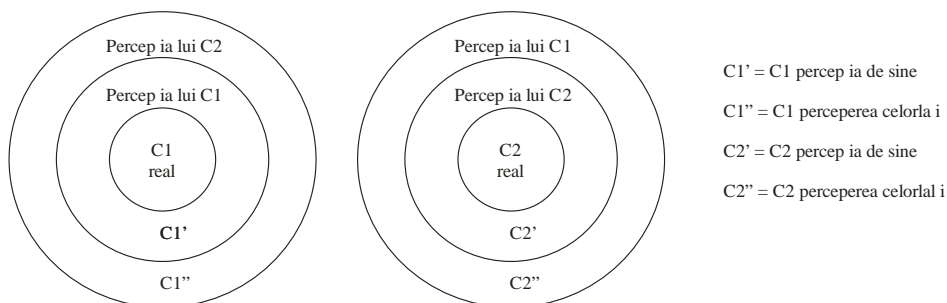


Fig. 78 Realitatea cultural și percepțiile culturale în modelul Kramsch (2004:208)

În această abordare, pentru realizarea în elegerii transculturale, este necesar parcurgerea urm torilor pa i:

1. reconstituirea contextului de producere i receptare a textului în cadrul culturii str ine (C2, C2');
2. construirea cu studen ii str ini a contextului propriu de receptare, de exemplu g sirea unui fenomen echivalent în C1 i construirea fenomenului C1 cu propria re ea de în elesuri (C1, C1');
3. examinarea modului în care contextele C1' i C2' determin , fiecare în parte, C1'' and C2'', adic a modului în care fiecare cultur prive te cealalt ;
4. stabilirea bazei pentru dialogul care poate conduce la schimbare (Kramsch, 2004:210).

Plecând de la continuumul cunoa tere-atitudine-abilit i, Richard Brislin i Tomoko Yoshida propun în 1994 propun un model în patru pa i: (1) con tinentizare; (2) cunoa tere; (3) emo ii (inclusiv atitudini); (4) abilit i (privitoare la comportamentul vizibil) (Brislin & Yoshida, 1994:26). Stadiul de con tinentizare prive te identificarea valorilor culturii proprii i ale

celeilalte/celorlalte culturi. Cunoașterea se referă la acumularea necesarului de informații privitoare la cultura celuilalt în scopul eliminării posibilităților neînțelegerii și a gestionării comunicării în condițiile în care există neînțelegeri. Emoțiile se referă la posibilitatea stăpânirii acestora. Abilitățile interculturale vizează adecvarea comportamentului contextului interacțional. Modelul Brislin-Yoshida este fundamentat pe aspectele psihologice ale formării competenței de comunicare interculturală (neglijându-se complet aspectele lingvistice) și sugerează luarea în considerare a importanței conștientizării propriilor valori culturale și ale valorilor culturale ale celorlalte culturi, a necesității confortului psihic în cadrul pluri-, trans- sau intercultural, a importanței stăpânirii sentimentelor și a controlului personal în cazul experienței interculturale.

Alastair Pennycook a propus în 1994 un model al formării dezvoltării competenței de comunicare interculturală plecând de implicațiile culturale și politice ale răspândirii limbii engleze pe glob, aducând o contribuție importantă în ceea ce privește competența interculturală într-o lume postcolonială. Odată ce limba constituie *locus* pentru „lupta politică” pentru impunerea sistemelor de valori, iar politicile culturale sunt văzute drept „lupte pentru diferite înțelegeri” (Pennycook, 1994:66), învățarea unei limbi străine (în cazul de față, a limbii engleze) capătă valențe noi. Într-un asemenea context, școala trebuie privită drept o arenă culturală și politică și nu un spațiu în cadrul căruia un corpus de informații este transferat de la profesor la elev/student. Pentru a contribui la formarea competenței de comunicare interculturală profesorul trebuie să se înscrie, de fapt, într-un proces de angajare politică, curriculum-urile fiind necesare a fi constituite pe teme de interes și cu relevanță socială pentru studenți. Profesorii, văzuți drept „transformative intellectuals”, reprezintă elementul motor în modelul Pennycook de promovare a unui set de abordări sub umbrela expresiei „pedagogie critică”. Chiar dacă nu oferă o listă prescriptivă de pași în dobândirea competenței de comunicare interculturală,

Pennycook dezvoltă pe deplin potențialul unei pedagogii critice din momentul în care face legătura între conceptele de „voce” și „intermediar” prin abilitarea studenților/vorbitorilor de limbă engleză ca utilizatori ai unei limbi globale, între subiecți care pun în act propriile lor reprezentări și prin înțelegerea pedagogiei critice a limbii engleze drept politică culturală (Guilherme, 2002:145).

Plecând de la ideea că procesul de comunicare interculturală necesită dezvoltarea de abilități de interpretare, de stabilire a relațiilor dintre culturi, respectiv de descoperire și interacțiune, Michaël Byram propune în 1997 un model de dobândire a acestora, împreună cu atitudinile și cunoașterea necesare în afara cadrului educativ instituționalizat. Implicarea cadrului formativ și a personalului didactic aferent necesită includerea procesului didactic într-o nouă filosofie curriculară/educatională. În contextul în care tendința cadrului didactic este de a promova autonomia și de a crea modalități de predare-învățare în acest

spirit, Byram impune o nouă direcție în formarea/dezvoltarea competenței de comunicare intercultural :

voi pleda pentru integrarea predării comunicării interculturale în cadrul unei filosofii a educației politice (Doyé, 1993; Melde, 1987) și pentru dezvoltarea conștiinței culturale critice a elevilor, cu respectul pentru propria lor cultură și pentru celelalte (Byram, 1997) (Byram, 1997:33).

În acest sens, Byram dezvoltă un model al formării/dezvoltării competenței de comunicare intercultural bazat inițial pe patru factori (în afara cadrului formativ instituționalizat), ulterior construit în baza a cinci factori:

	<p>ABILITĂȚI de interpretare și de realizare de conexiuni <i>savoir comprendre</i></p>	
<p>CUNOAȘTERE de sine și de ceilalți; a interacțiunii; individual și social <i>savoirs</i></p>	<p>EDUCAȚIE educație politică conștiință culturală critică <i>savoir s'engager</i></p>	<p>ATITUDINI relativizarea sinelui valorificarea celuilalt <i>savoir etre</i></p>
	<p>ABILITĂȚI de descoperire și/sau de interacțiune <i>savoir apprendre/faire</i></p>	

Fig.79 Factori care determină formarea/dezvoltarea competenței de comunicare intercultural (Byram, 1997:34)

Cunoașterea (*savoirs*) reprezintă, în baza modelului Byram, rezultatul socializării cu efect asupra identității și se referă la cunoașterea grupurilor sociale și a culturii acestora (atât ale grupurilor sociale din cultura proprie, cât și ale celeilalte culturi – o cunoaștere, de regulă, „relațională”), precum și a proceselor de interacțiune la nivel individual și societal. Problema pe care o întâmpină acest tip de cunoaștere este legată de dominanța unui anumit tip de cultură și identitate națională formate în cadrul procesului educativ; identitatea națională este dobândită, înțeleasă și asumată în cadrul procesului de socializare în grade diferite de indivizi diferiți. Abilitățile interpretative (*savoir comprendre*), precum și cele de descoperire și/sau interacțiune (*savoir apprendre/faire*) sunt necesare pentru aplicarea conștientă a cunoștințelor care pot fi dobândite prin sistemul educațional formal, respectiv pentru depășirea unor disfuncționalități în activitatea interpretativă privitoare la celălalt (Byram, 1997:37). Atitudinile (*savoir être*), condiționate de (intercon condiționate cu) gradul

de cunoaștere(a), abilități(le) și educația, nu pot fi privite drept simple relații de tip cauză-efect, ci parte a unui întreg dinamic, necesar performanței în comunicarea interculturală. Mai mult, atitudinile condiționează succesul raporturilor interculturale și, pentru a nu fi caracterizate drept simple prejudecăți sau stereotipuri, ele nu trebuie să fie doar pozitive, să presupună bun voință, ci și „să fie atitudini de curiozitate și deschidere, de disponibilitate în ceea ce privește suspendarea necredinței și de raționare cu respect față de înțeleșurile, credințele și comportamentele celuilalt” (Byram, 1997:34). Educația (*savoir s'engager*), realizată în spiritul educației politice (*politische Bildung*), cu scopul de a forma conștiința culturală critică a subiecților, presupune existența unor direcții/ orientări cognitive, evaluative și acționale, necesare în dobândirea competenței de comunicare interculturală.

Christopher Hajek și Howard Giles au propus, în 2003 *The Process Model of Intercultural Communication Competence* (PMICC), aplicabil în contexte variate. Comunicarea interculturală depinde, din perspectiva celor doi cercetători, de tipul de interacțanți, de (starea de) pregătire cognitivă (*cognitive preparedness*) și de orientarea culturală. Dacă interacțiunea interculturală poate fi de lungă sau de scurtă durată, de aici rezultând și tipurile de interacțanți, starea de pregătire cognitivă influențează abilitatea/ înclinarea spre acordarea la caracteristicile grupului și presupune auto-monitorizare în termenii deschiderii la schimbare, activării simțului prezenței, prizei de conștiință și conștiinței situaționale. Orientarea culturală se referă la ideologia comunității în termenii dimensiunilor culturale supuse studiului de Hofstede (2001). Cele trei caracteristici influențează învătarea și dezvoltarea conștientă și inconștientă a noii culturi.

Cu alte cuvinte, modelul prefigurează faptul că o persoană care participă la o întâlnire interculturală cu deschidere spre schimbare, cu un sentiment de prezență sau cu o sporită priză de conștiință va fi mai bine pregătită să învețe și să înțeleagă influența istoriei, politicii, legilor, obiceiurilor și limbii *ingroup*-urilor și *outgroup*-urilor, deoarece aceste procese ulterioare de comunicare influențează și rezultatele. În mod similar, indivizii vor fi mai pregătiți să tolereze și să aprecieze caracteristicile *outgroup*-urilor (Hajek & Giles, 2003:949).

Aparent un model al procesului de aculturație, modelul PMICC al lui Hajek și Giles ia în discuție formarea/dezvoltarea competenței de comunicare interculturală într-un cadru intercultural, nu prin apel la sistemul educațional instituționalizat, ci prin activarea potențialilor latente ale individului pus în situația de a-și gestiona propriile resurse comunicaționale. Practic, combinația variabilelor luate în calcul conduce și la focalizarea asupra managementului comunicării, văzută ca

menințerea unor niveluri optime de individualizare față de așteptările stereotipice în percepțiile cuiva, membru în cadrul unui anumit *outgroup*, iar

meninerea acestui echilibru poate regla riscul privitor la comunicarea defectuoasă și la aducerea de atingere intergroup-ului (Hajek & Giles, 2003:951).

Modelul PMICC nu cuprinde, a adă, încorporarea în construct a unor abilități specifice de format. Chiar dacă nu există o evaluare a validității modelului, acesta deschide orizontul unor noi cercetări în domeniu, și mai ales, orizontul implementării în cadrul formativ instituționalizat (Hajek & Giles, 2003:951).

În 2005, Patricia King și Marcia B. Baxter Magolda au propus un model vizând dezvoltarea maturității interculturale, văzută ca finalitate a procesului de formare/ dezvoltare a competenței de comunicare interculturală. Plecând de la modelul lui Robert Kegan (1994) de dezvoltare umană, presupunând angajarea în construcția de înțelegeri pentru a da sens propriului parcurs al vieții, King și Baxter-Magolda introduc un cadru multidimensional care permite descrierea dezvoltării maturității interculturale prin explicarea dimensiunilor cadrului, a legăturii cu teoriile/modelele existente și care ilustrează nivelurile de dezvoltare. Maturitatea interculturală este multidimensională și constă în „o serie de atribute, inclusiv în alegerea (dimensiunea cognitivă), sensibilitatea față de ceilalți (dimensiunea interpersonală), și un înțeles al sinelui care permite ascultarea și învățarea de la alții (dimensiunea intrapersonală)” (King & Baxter Magolda, 2005:574). Structurării pe cele trei dimensiuni și se suprapune o structurare pe niveluri de dezvoltare, după cum urmează :

Tabelul nr.2 Modelul maturității culturale, adaptat de Spitzberg & Changnon (2009:22)

Nivelul inițial de dezvoltare	Nivelul intermediar de dezvoltare	Nivelul de dezvoltare matur
Dimensiunea cognitivă : - Cunoaștere categorică ; - Naivitate în privința practicilor culturale; - Rezistență la provocările cognitive.	Dimensiunea cognitivă : - Dezvoltarea capacității de conștientizare și acceptarea perspectivelor; - Trecerea de la cunoașterea autoritară la cunoașterea autonomă .	Dimensiunea cognitivă : - Abilitatea de a schimba perspectivele; - Utilizarea cadrelor culturale multiple.
Dimensiunea intrapersonală : - Neconștientizarea intersecțiilor rolurilor sociale (rasă, clasă etc.); - Lipsa conștientizării culturale; - Credințe definite din exterior;	Dimensiunea intrapersonală : - Dezvoltarea identităților distincte de percepțiile externe; - Tensiune între imboldurile interne și externe; - Recunoașterea	Dimensiunea intrapersonală : - Abilitatea de creare a sinelui intern; - Provocarea propriilor perspective asupra identităților sociale (clasă, rasă); - Integrarea identității de

- Diferențele văzute ca ameninări.	legitimități ale altor culturi.	sine.
Dimensiunea interpersonal :	Dimensiunea interpersonal :	Dimensiunea interpersonal :
- Identitatea dependent de similari;	- Consimirea interacțiunii cu divergenți;	- Abilitatea de a angaja diverse relații interdependente;
- Perspectivele diferite considerate ca fiind greșite;	- Explorarea modului în care sistemele sociale afectează normele și relațiile de grup.	- Relații solide în aprecierea diferențelor;
- Neconștientizarea sistemelor și normelor culturale;		- În alegerea zonei comune a sistemelor și practicilor sociale;
- Perspectiva egocentrică asupra problemelor sociale.		- Consimirea de a munci pentru drepturile celorlalți.

Modelele de formare/dezvoltare a competenței de comunicare intercultural reprezintă sisteme teoretice aplicabile în diferite medii culturale, care permit studierea transformărilor sistemului formativ în sensul luării în considerare a dimensiunilor care contribuie la proiectarea adecvată a interacțiunii la contextul de producere. Ele devin, a adă, instrumente necesare în studierea direcțiilor de dezvoltare a competenței de comunicare interpersonal /intercultural .

26. Teorii și modele ale competenței de comunicare interculturală

26.1. Teorii ale comunicării interculturale. Din perspectiv antropologic și comunicațional , utilizarea limbajului în dialogul intercultural nu presupune i luarea în calcul a posibilit ților de traducere a *contextului* comunicațional; raporturile interculturale nu se pot rezuma la simpla adaptare lingvistic . Evident, această perspectiv , pus pentru prima dată în discuție de Edward T. Hall (1976/1979), î i are r d cinile în relativismul lingvistic i cultural propus de Franz Boas (1911/1966) i în coala relativist în ansamblu, dar problema efectiv a raporturilor interculturale, a punerii în context a pattern-urilor limbii i gândirii, de regul diferite pentru limbi diferite, ridic serioase probleme în ceea ce prive te cadrul teoretic al comunic rii interculturale.

Prima clasificare a teoriilor interculturale a fost realizat în 2001 de William B. Gudykunst (2001/2002:184), care a identificat cinci familii de asemenea teorii: (1) privitoare la finalit ți/ la eficiență comunicațional ; (2) privitoare la acomodare i adaptare; (3) privitoare la managementul sau negocierea identit ții; (4) privitoare la rețelele de comunicare și (5) privitoare la aculturație și ajustare cultural . În prima categorie au fost incluse câteva dintre cele mai cunoscute teorii, printre care cea a convergenței culturale (Barnett & Kincaid, 1983) sau managementul anxiet ții și incertitudinii (Gudykunst, 1995). Cea de-a doua cuprinde, de asemenea, teorii cunoscute, cum ar fi cea a adapt rii comunicaționale (Gallois *et al.*, 1995) sau teoria co-cultural a lui Orbe (1998). A treia familie include teoria managementului identit ții a lui Cupach & Imahori (1993) i teoria negocierii identit ții a lui Ting-Toomey (1993). Cea de-a patra include teoria competenței comunicaționale a *outgroup*-urilor (Kim, 1986) și teoria rețelelor intraculturale i interculturale (Yum, 1988), în timp ce în ultima categorie sunt incluse managementul anxiet ții și incertitudinii pentru ajustare cultural (Gudykunst, 1998), respectiv teoria adapt rii transculturale (Kim, 2001). Pentru o radiografie echilibrat a acestor tipuri de teorii ale competenței comunicaționale, câte o teorie din fiecare familie teoretic va fi analizat distinct, cu focalizare asupra diferențelor de natur interpretativ .

Teoria convergenței culturale (Barnett & Kincaid, 1993) are la baz teoria convergenței comunicaționale a lui Rogers i Kincaid (1981), care statueaz c înțelegerea mutual poate fi obținut în comunicarea interpersonal , dar nu complet. În acest sens, plecând de la propunerea dezvolt rii unei teorii matematice a efectelor comunic rii asupra diferențelor culturale (privitoare la studiul entropiei pentru m surarea st rii de dezordine într-un sistem comunicațional), Barnett & Kincaid constat c într-un sistem închis divergența comunicațional exist doar într-un stadiu incipient; ulterior,

comunicarea devine convergent, iar această convergență este proporțională cu negentropia sistemului. Variația entropie-negentropie, sau, în termeni culturali, divergență-convergență comunicatională este dată de cât de restrictiv este sistemul în integritatea lui. Cu alte cuvinte, cu cât sistemul este mai restrictiv, cu atât divergența se menține la cote mai ridicate. Depinde fundamentul convergenței comunicatională generale,

Principalul scop al teoriei convergenței culturale ar trebui să fie acela de a descrie, explica și prezice în aceste diferențe culturale – gradul și direcția convergenței și divergenței culturale – care are loc în timp ca rezultat al comunicării între diferite grupuri (Barnett & Kincaid, 1993:173).

Teoria a fost testată în calculul duratei fazei de divergență comunicatională în cazul diferitelor grupuri de imigranți.

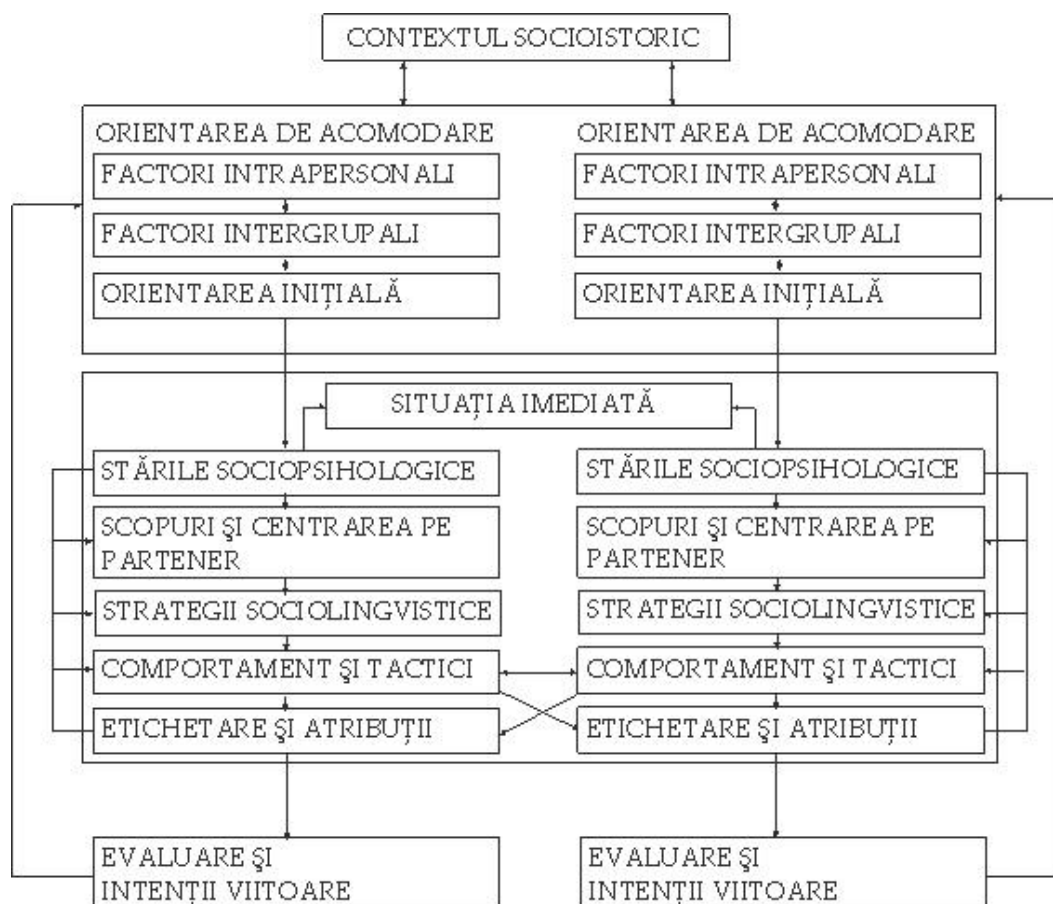


Fig. 80 Reprezentarea grafică a teoriei adaptării comunicatională (apud Gallois et al., 1995:34)

Teoria adaptării comunicatională (*Communication accommodation theory*, CAT) a lui Gallois et al. (1995:115-147), inițiată și dezvoltată ulterior

de Howard Giles (1973, ca teorie a adaptării vorbirii, *Speech accommodation theory*, SAT; 2016) și de colaboratorii săi, îmi are originea în dezbaterile pe marginea teoriei identității sociale a lui Tajfel (1974). CAT proiectează, în raport cu un context socio-istoric al raporturilor culturale și cu realitățile situației imediate, evaluări și intenții viitoare în scopul adaptării în acord cu două tipuri majore de motivație: utilizarea atractivității sociale și utilizarea eficienței comunicaționale. Cele două forme majore de motivație pot conduce la convergență sau divergență comunicațională (sau de vorbire, în stadiile inițiale ale teoriei). În formula proiectată de Gallois *et al.* (1995), teoria nu poate fi rezumată la o formulă concentrată, ci la un set de 17 propoziții. Varianta grafică este mult mai accesibilă rezumării ei (fig. 80).

Contextul socio-istoric include relațiile dintre grupurile în contact și setul de norme aplicabil acestora. Orientarea adaptării se realizează în raport cu factori intrapersonali și intergrup, rezultând o orientare inițială, potențial benefic sau conflictuală. Situația imediată privește aspecte referitoare la starea psihosocială, focalizarea pe scopuri sau pe receptori, strategiile lingvistice la care se face apel, comportamente și tactici lingvistice respectiv etichetare și atribuții. Evaluările și intențiile viitoare se realizează în raport cu percepțiile celor care comunică asupra interlocutorilor în interacțiune. Punerea accentului pe convergența sau divergența comunicațională, ca în cazul precedentei teorii, elaborate de Barnett & Kincaid, presupune, în cadrul CAT, utilizarea elementelor de context comunicațional prin „mişcări lingvistice” (*linguistic moves*) pentru scăderea sau creșterea distanțelor în comunicare.

Teoria managementului identității a lui Cupach și Imahori (1993) este fundamentată pe competența de comunicare interpersonală, pe care autorii o ridică, prin generalizare, la nivelul competenței de comunicare interculturală. Teoria privește managementul „sinelui” în raport cu circumstanțele comunicării (printre care competența comunicațională și identitatea), plecând de la studiul sociologului american Erving Goffman (1959/2007). Identitatea este de interes din perspectiva comunicării interculturale deoarece proiectează așteptări pentru comportament și motivează comportamentul indivizilor. Teoria sugerează că oamenii se comportă în raport cu scopurile lor, cu importanța identității în relațiile lor interculturale și cu intensitatea amprentei identitare. Cupach & Imahori (1993:118) consideră că succesul în comunicare interpersonală (și de aici, prin extindere, și în comunicarea interculturală) depinde de capacitatea de negociere adecvată a identității: „competența de comunicare interpersonală include abilitatea individului de a negocia cu succes identități mutual acceptabile în interacțiune”. Așadar, în centrul preocupării teoriei se găsește identitatea relațională sau culturală, pe palierele interpersonală, respectiv interculturală; această identitate se negociază. Din lipsa de cunoștințe privitoare la cultura celuilalt, de regulă participanții la comunicarea interculturală transferă managementul „sinelui”/ identității la nivelul managementului feței (*face management*), care presupune implicit negocierea privitoare la prestigiul, onoarea sau reputația persoanei în cauză. În managementul identității sunt

parcuse trei faze: prima a studiului i erorilor (*trial-and-error*) în evaluarea identit ții celuilalt, a doua a ghicirii identit ților relaționale („a prinderii lor în plas ”, *enmeshment*) care s conduc la convergență relațional (în ciuda menținerii divergenței în plan cultural) și a treia la renegocierea (*renegotiation*) identit ții (Cupach & Imahori, 1993:125; Gudykunst, 2001:192). Interpretarea identit ții culturale a celuilalt se realizează în continuu raportare la cadrul cultural de referință . În continuarea acestei teorii, Ting-Toomey (1993) a proiectat o teorie a negocierii identit ții, bazat pe un set de dou zeci de propoziții care prezint trecerea de la faza con tinentiz rii sinelui (simțul sinelui), prin echilibrarea raportului dintre sine și ceilalți pân la finalizarea procesului de negociere eficient a identit ții, constând în „dezvoltarea înțelesurilor mutuale ale identit ții”.

Teoria competenței comunicaționale a outgroup-urilor, elaborat de Kim (1986), pune la baza comportamentului comunicațional relațiile dintre indivizi, care prevalează în raport cu caracteristicile personale. Interpretarea competenței comunicaționale se poate face în raport cu eterogenitatea și centralitatea rețelei și în funcție de încrederea conștient sau incon tinent în membrii grupului. Teoriile comunic rii interpersonale privitoare la rețelele comunicaționale alunec , prin prisma analizei lui Smith (1999) privitoare la aculturația imigranților interpretat în raport cu rețelele sociale, înspre teoriile privitoare la aculturație și ajustare cultural . Teoria lui Kim (2001) privitoare la adaptarea transcultural (*Cross-Cultural Adaptation*) este cea mai important dintre acestea; Kim nu intenționează s r spund la întrebarea dac această adaptare are loc, ci la întrebările cum i de ce are loc (Kim, 2001:10). Adaptarea intercultural este definit drept

procesul dinamic prin care indivizii, după relocarea în medii culturale noi, nefamiliare sau schimbate, stabilesc (sau restabilesc) și mențin relații stabile, reciproce și funcționale cu acele medii (Kim, 2001:31).

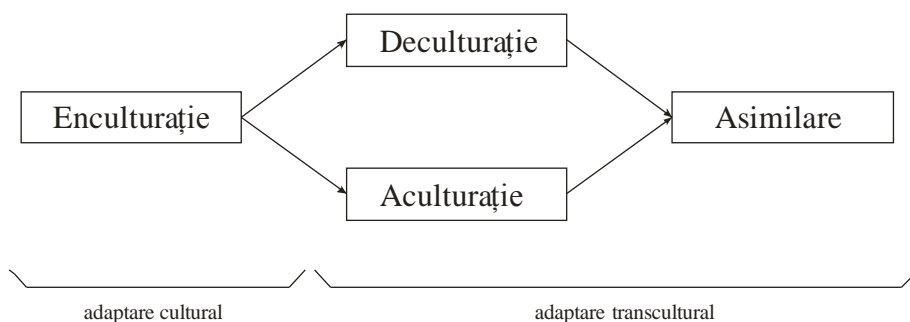


Fig. 81 Relațiile dintre termenii asociați cu adaptarea transcultural (apud Kim, 2001:53)

Adaptarea este plasat la interferența individului cu mediul iar comunicarea, în acest context, devine condiție esențial pentru adaptarea

individului la noul mediu (i este definit în raport cu mediul). Adaptarea transcultural se refer la deculturație, aculturație și asimilare, în cadrul unui proces amplu care presupune i un stadiu de adaptare cultural prin enculturație, adic prin achiziția în cadrul culturii native în timpul vieții, f r a exista înv țare deliberat .

Teoria adapt rii transculturale const în stabilirea unui set de relații, pozitive sau negative, între dimensiunile: competența comunicațional a culturii gazd , comunicarea social în cultura gazd , comunicarea social etnic , noul mediu, predispoziții și transform ri interculturale (Kim, 85-86). Spre exemplu, în ceea ce privește interrelațiile dintre componentele competenței de comunicare în cultura gazd (*host communication competence*), str inii reu esc în timp, în mod gradual, s î i dezvolte această competenț (parcurgând pa ii teoriei managementului identit ții a lui Cupach și Imahori) și s instituie raporturi pozitive între componentele cognitiv , afectiv și relațional ale acestei competențe (Kim, 2001:118).

26.2. Teoria-sinteză a managementului anxietății și incertitudinii.

La fel ca în cazul amintitelor teorii ale comunic rii interculturale care asigur trecerea între familiile diferite de teorii: Smith (1999) sau Cupach & Imahori (1993), i teoria privitoare la managementul anxiet ții/incertitudinii (*Anxiety/Uncertainty Management Theory*, AUM) elaborat de William B. Gudykunst (1995) i dezvoltat ulterior (Gudykunst, 2002) constituie o teorie complex , sintetizând problematica raporturilor comunicaționale interculturale în sine i cea a barierelor de comunicare intercultural , respectiv familiile de teorii privitoare la finalit ții/ la eficienț comunicațional și privitoare la aculturație și ajustare cultural . Gudykunst propune modelul de interpretare cultural AUM explicând calibrarea cultural în raport cu abilitatea de reducere a anxiet ții și incertitudinii în raport cu str inii. Inițial, el construiește teoria în baza a 13 axiome, 11 referitoare la comunicarea eficient i 2 la variabilitatea transcultural . Cercet torul american aduce în dezbatere ase clase de factori, fiecare dintre ele con înând câte patru factori, dup cum urmeaz :

Cele șase clase de factori: sinele și concepția despre sine; motivația de a interacționa cu str inii; relațiile cu str inii; categoriile sociale ale str inilor; procesele situaționale și conexiunile cu str inii, împreun cu factorii aferenți, constituie cauze de suprafaț ale inajust rii culturale. Într-o descriere adecvat , aceste cauze sunt:

- *sinele i concep ia despre sine*, o construc ie multidimensional care prive te percep ia sinelui în raport cu un set de caracteristici identitare. Concep ia despre sine, privit ca set de reprezent ri cognitive despre capacitatea propriei persoane (Turner, *apud* Butnaru, 2001:89), vizeaz dou aspecte: identitatea personal i identitatea de grup. Acest proces de autoreglare prin raportare la sine cuprinde:

identit ile, desemnând caracteristici în plan real sau proiectat ale persoanelor, obiectelor, fenomenelor, evenimentelor, enun urilor, substituibile unele altora (*Larousse*, 2006:554). Privitor la persoane, identitatea se poate

referi la stadii intermediare ale definirii persoanei, de la raporturile cu sinele la raporturile cu întreaga specie umană, mai importante fiind dimensiunea biologică (prin apartenența individului la specia umană), dimensiunea psihologică (ce evidențiază zestrea ereditară) și dimensiunea socio-culturală (care aduce în prim plan moțtenirea culturală). Identitatea este proiectată și mediată cu ajutorul comunicării, văzut ca proces contextual. Mai mult, ea este chiar creată în procesul de comunicare ca urmare a raportării la rețele de relații, context interpersonal etc., conducând la apariția unei teorii comunicabile a identității (Hecht, *apud Abrams et al.*, 2002:234) conform căreia comunitatea lingvistică ajută la crearea, răspândirea, conservarea, validarea și perpetuarea limbajului și identității, respectiv a unei familii de teorii privitoare la managementul și negocierea identității (Gudykunst, 2002:184);

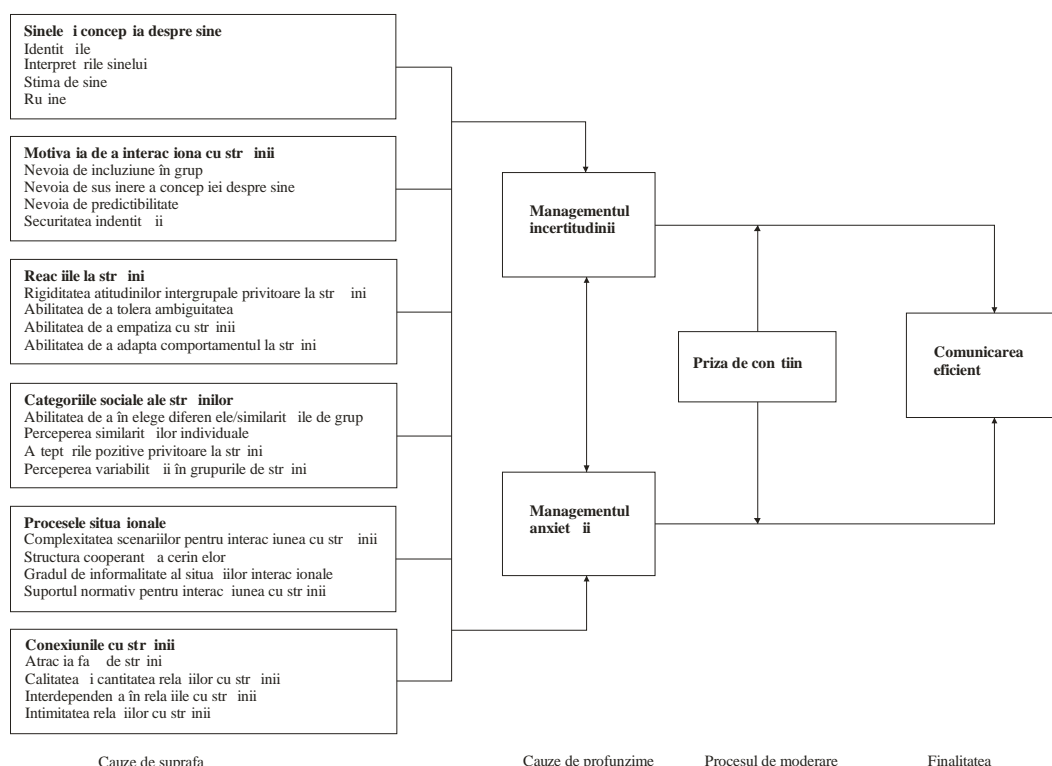


Fig.82 Teoria managementului anxietății și incertitudinii în varianta ajustării interculturale (*apud* Gudykunst, 2002:1999)

- interpretările sinelui, care se referă la percepțiile individului vizavi de propriile gânduri, sentimente și acțiuni în relație cu alții. Se constată diferențe între interpretările sinelui în spații culturale diferite. Dacă în cazul spațiului cultural occidental interpretarea se produce separat de contextul social, subliniind autonomia și interdependența, culturile orientale vizează o interpretare a sinelui prin raportare la contextul social (Markus & Kitayama,

1991:224-253). Această dimensiune variază în funcție de contexte și de indivizi, influențând performanțele cognitive, preferințele estetice, interacțiunile sociale etc.;

- stima de sine, care reflectă autoevaluarea completă a persoanei sau aprecierea propriului sistem de valori. Stima de sine se conturează prin apel la patru dimensiuni importante: sentimentul de siguranță, cunoașterea de sine, sentimentul de apartenență și sentimentul de competență, afectând tratamentul informației despre sine și producând anxietate sau reducând anxietatea în raporturile cu celălalt;

- ruinea, direct corelată cu stima de sine, constituind în egal măsură un afect, o emoție, o cogniție, o stare sau o condiție psihică. Ruinea este generată de sentimentul de jenă generat de o greșală sau de un insucces. Ruinea poate constitui un aspect al socializării în toate societățile, fiind un indicator cultural al reglementărilor activităților sociale⁴⁴. Din perspectiva raporturilor cu stima de sine, cu cât sentimentul de ruine este mai pregnant, cu atât inabilitatea de precizie a comportamentului celuilalt este mai pregnantă, respectiv anxietatea devine mai manifest (Butnaru, 2001:89). Pe de altă parte, ruinea are un rol reglator în raport cu fiecare, avertizând asupra aspectelor critice din comportament;

- *motivația de interacțiune cu străinii*, înscrisă în funcția de relație a comportamentului (Doron & Parot, 2006:513), presupunând transformarea trebuințelor de interacțiune cu străinii în scopuri, planuri sau proiecte, prin căutarea formelor de interacțiune necesare funcționalității în cadrul relațiilor cu aceștia. Dezvoltarea acestui tip de motivație urmează schema lui C. Prévost (*apud* Doron & Parot, 2006:513), mai exact: canalizarea trebuințelor – elaborarea cognitivă – motivația instrumentală – personalizarea. Acest set de elemente cuprinse sub umbrela conceptului de motivație în ceea ce privește interacțiunea cu străinii vizează :

- nevoile de incluziune în grup, de susținere a concepției despre sine și de predictibilitate, toate aflate pe trepte intermediare ale piramidei lui Maslow (II-IV), vizând siguranța/securitatea, apartenența și autorespectul/respectul de sine. Aceste nevoi se manifestă prin deficit și determină individul să caute gratificarea/satisfacerea lor, care este de scurtă durată (Muntean, 2006:80)⁴⁵;

- securitatea identității derivă din nevoile de rang II în piramida lui Maslow, respectiv de securitatea de bază, care cuprinde „sentimentul existenței și identității sale, credința sa în existența lumii exterioare, încrederea în funcționalitatea sa psihică și în relațiile cu lumea exterioară” (Doron & Parot,

⁴⁴ Ruth Benedict (1946/2005:223-224), analizând societatea japoneză, punctează diferențele culturale față de spațiul american, respectiv deprecierea în timp a sentimentului de jenă.

⁴⁵ În raport cu cadrul multicultural de raportare și cu modelul avut în vizor, „creșterea nevoilor de includere într-un grup, de susținere a imaginii de sine conduc la creșterea anxietății, pe când creșterea gradului în care străinii confirmă concepția noastră despre sine, a predictibilității comportamentului celorlalți, a sentimentului de siguranță, a motivației de interacțiune cu ceilalți conduce la scăderea anxietății” (Butnaru, 2001:88)

2006:700). Securitatea identității trebuie privită ca fiind generată de o trebuință psihică într-un context social, altfel spus problematica atinsă de acest aspect comportamental dimensiunea individuală și cea colectivă a identității, atât timp cât organizarea socială dă forma organizării „sinelui”. Securitatea identității vizează, astfel, protecția față de procesul natural de obiectivare a identității (Ferréol *et al.*, 1995:87)⁴⁶, într-un context cultural nou, asemănător contextului în care sunt marcate etapele socializării în primii ani ai copilăriei, în urma tensiunii dintre identitatea pentru sine și pentru celălalt;

- *reacțiile la străini*, subsumând setul de activități ale persoanei ca și spus la factorii externi identificabili, presupunând apartenența la un alt mediu cultural, cuprinzând îndeobște o componentă emoțional condiționată, generată de neobișnuitul interacțiunii (determinând, prin urmare, un anumit nivel al anxietății). Reacțiile la străini cuprind:

- rigiditatea atitudinilor intergrupale privitoare la străini, care reprezintă o marcă a inadapării la cerințele de excedere a normelor culturale (care în de profilul etnic) sau de grup (care în de profilul profesional), pentru a putea fi facilitată relația cu străinii;

- abilitatea de a tolera ambiguitatea sau incertitudinea, presupunând capacitatea de eficientizare a interacțiunii, în lipsa anumitor informații privitoare la străini, având rol în dezvoltarea abilității de a stăpâni anxietatea (Butnaru, 2001:89);

- abilitatea de a empatiza cu străinii, desemnând capacitatea de plasare imagină în locul altei persoane, intuirea „a ceea ce se petrece în celălalt, fără a uita totuși că ești tu însuși”, „sesizarea cu cât mai multă exactitate cu puțință a referințelor interne și componentelor emoționale ale unei alte persoane și (...) în elegerea că și cum ai fi această persoană” (Doron & Parot, 2006:284). Abilitatea de a empatiza conduce, treptat, la dispariția incertitudinii explicative și predictive, nu prin apel la scheme cognitive fundamentate științific, pliate pe sistemul nostru de explicații privitoare de consistență cognitivă necesară, ci prin apel la cunoașterea fără a fi necesară aducerea de dovezi logice;

- abilitatea de a adapta comportamentul la străini, definit ca fiind capacitatea membrilor unui *in-group* de a reacționa favorabil la comportamentul membrilor unui *out-group* (Butnaru, 2001:90), ceea ce determină o scădere a anxietății, implicit, posibilitatea reducerii incertitudinii mai întâi din partea membrilor *out-group*-ului, iar apoi, ca și spus, al membrilor *in-group*-ului. Această abilitate face obiectul analizei prin prisma teoriilor comunicării interculturale orientate spre acomodare și adaptare (Gudykunst, 2002:187), cum ar fi: teoria acomodării culturale (*communication accommodation theory*) a lui Gallois *et al.* (1995), teoria adaptării interculturale (*intercultural adaptation*

⁴⁶ „Identitatea subiectivă (identitatea pentru sine) a individului conștient de sine ca actor chiar în timpul desfășurării acțiunii, are un conținut simbolic socialmente produs. Experiența individuală este astfel transformată în participare la o lume simbolică împărtășită. Prin procesul de obiectivare noi experimentăm lumea exterioară ca o realitate care impune sau atribuie o realitate obiectivă (identitate pentru celălalt)”, în Gilles Ferréol *et al.*, (1995:87);

theory) a lui Ellingsworth (1983) și teoria co-cultural (*co-cultural theory*) a lui Orbe (1998);

- *categoriile sociale ale strinelor*, un concept-umbrel provenit din sociologie care vizează stratificarea socială: statusuri, straturi, clase (Rotariu & Iluț, 1996:151), punându-se astfel în evidență următoarele dimensiuni:

- abilitatea de a înțelege diferențele/similaritățile de grup, vizând capacitatea de a percepe diferențele sau similaritățile provenite în special din cumulul de statusuri și roluri, și care contribuie la reducerea incertitudinii privitoare la comportamentele asociate;

- perceperea similarităților individuale, provenind din psihologia gestaltistă; una dintre legile organizării perceptive ale lui W. Köhler, M. Kooka și M. Wertheimer este legea similitudinii, care statuează că elementele asemănătoare apar în aceeași configurație (*apud* Doron & Parot, 2006:333). Perceperea apartenenței la aceeași configurație conduce la descoperirea nivelului de anxietate în raporturile cu strinii. Cunoașterea asemănărilor este importantă pentru atribuirea corectă a comportamentelor expectate, conducând ulterior, în urma descoperirii acestora la facilitarea înțelgerii;

- așteptările pozitive privitoare la strini vizează anticipări revelatoare ale personalității celuilalt (strinului), fără a face apel în mod obligatoriu la conștientizarea expectației, referitoare la „noiunea de reprezentare internă, mentală a regularităților din lumea exterioară sau a relațiilor dintre acțiunile subiectului și lumea exterioară” la Tolman (*apud* Doron & Parot, 2006:307). Așteptările implică predicții, și, în mod obligatoriu, reducerea incertitudinii;

- perceperea variabilității în grupurile de lucru, aspect privitor la capacitatea de identificare descriptivă, interpretativă și evaluativă a celorlalți, în scopul reducerii riscului de generalizare sau schematizare prin stereotipuri și prejudecăți culturale;

- *procesele situaționale*, care se referă la o categorie de factori ce privesc finalitățile explicite ale contactului cu strinii, mai exact:

- complexitatea scripturilor pentru interacțiunea cu strinii, ceea ce presupune luarea în considerare a diferitelor modalități și strategii de interacțiune în funcție de nivelul vizat de eficiență. Scriptul reprezintă un tip particular de schemă, un cadru de organizare a structurilor cognitive vizavi de un obiect sau eveniment, iar nivelul de complexitate a acestor modalități de encodare a informației conduce la o raportare mai mult sau mai puțin schematizată și simplificată a informațiilor privitoare, în cazul nostru, la strini.;

- structura cooperantă a cerințelor, care derivă din modalitatea de canalizare a energiei disponibile a grupului de lucru pentru îndeplinirea scopurilor următoare. Cerințele care presupun cooperarea conduc la încheierea grupului de lucru și la focalizarea pe utilizarea eficientă a energiei disponibile, respectiv la obținerea de energie reziduală în cote minime;

- gradul de informalitate al situațiilor interacționale, care depinde de modul de configurare a grupului de lucru și impune, în cazul unor valori ridicate, posibilitatea realizării interrelațiilor dinamice în baza unor sentimente de

ata ament fa de grup i fa de fiecare dintre membrii grupului, interac iune, intercomunicare etc. (McQuail, 1999:105). Într-un asemenea context, comunicarea în cadrul grupului constituie în egal m sur cauz i efect al solidarit ii/coeziunii acestuia, reducându-se astfel anxietatea i incertitudinea aferente;

- suportul normativ pentru interac iunea cu str inii, care are de regul rol inhibitor, referindu-se la constrângeri de diferite naturi în abordarea acestora, prin apel la tipuri diferite de normare: cultural , social , politic etc.;

- *conexiunile cu str inii*, care privesc contactul efectiv cu ace tia, un concept-umbrel care subsumeaz :

- atrac ia fa de str ini (*xenofilie*), sau orientarea pozitiv c tre reprezentan ii altor spa ii culturale, presupunând o component afectiv (sentimente, emo ii), una cognitiv (cuno tin e, convingeri) i una conativ (inten ii, proiecte), cu rolul de a diminua, pe palier afectiv i cognitiv necunoa terea celuilalt (prin urmare, cu efecte directe în ceea ce prive te diminuarea gradului de anxietate i incertitudine în rela iile cu str inii);

- calitatea i cantitatea rela iilor cu str inii i interdependen a în rela iile cu ace tia, indicatori exprima i în primele creion ri ale modelului prin extinderea re elelor de rela ii, care concur la reducerea anxiet ii i incertitudinii prin experimentarea unor rela ii înalt calitative (presupunând i intercondi ionare) sau a unor rela ii repetitive;

- intimitatea rela iilor cu str inii, stadiu presupunând dep irea unor bariere ale comunic rii nonverbale, p trunderea în spa iul intim al acestora i contactul fizic, presupunând un grad sc zut de anxietate.

În limitele acestei teorii, anxietatea este înțeleas drept temerea de consecințele negative ale comunic rii, iar incertitudinea presupune un stadiu de cunoa tere limitat în raport cu posibilitatea predicției comportamentului comunicațional al partenerului. Incertitudinea comport dou tipuri de distincții operate de Gudykunst (2002) în interiorul termenului, între incertitudine predictiv vs. explicativ , respectiv cognitiv vs. comportamental . Anxietatea este considerat a fi echivalentul afectiv al incertitudinii. Ace ti factori inhibitori sunt bariere de comunicare intercultural de profunzime, care pivoteaz în relațiile cu str inii în jurul conceptului central de *atenție, conștiinț reflexiv* sau *priz de conștiinț (mindfulness)*, care comport patru stadii: incompetenț incon tient ; incompetenț con tient ; competenț con tient i competenț incon tient . Gudykunst sugereaz c anxietatea, incertitudinea i atenția sunt educabile și dependente de mediul cultural, respectiv c diminuarea rolului cauzelor de suprafaț ale unei comunic ri interculturale deficitare poate conduce la reducerea anxiet ții și incertitudinii în comunicare, cauzele de profunzime ale e ecului.

Concluzii. Dezvoltări ulterioare

Teorii ale comunicării este o lucrare proiectată pentru a servi în actul didactic – un curs universitar util atât în facultățile care dezvoltă programe de studii în domeniul *Științele ale comunicării*, cât și în cazul predării științelor comunicării ca discipline fundamentale în variate alte domenii. Lucrarea are la bază un construct proiectat în 2008 și dezvoltat în timp, până în prezent, cât a ajuns la a treia ediție, revizuit și adăugit. Treptat, dezvoltând-o în pași succesivi: *Introducere în teoria comunicării* (Lesenciuc, 2008) și *Teoria comunicării* (Lesenciuc, 2010), lucrarea a depășit cadrul unui simplu curs universitar, constituindu-se într-o carte de interes atât în actul didactic, cât și în cercetare. În cuprinsul lucrării sunt descrise/explicate 140 de modele și teorii ale comunicării și radiografiate cel puțin încă atâtătea. Lucrarea include rezultatele unei cercetări teoretice de durată, dintre care unele s-au bucurat de abordarea singulară în mediul științific românesc: cartografierea teoriilor și modelelor comunicării în raport cu fundamentele epistemologice ale paradigmei pozitivistă, ale determinismului tehnologic și ale interacționismului. Ediția din 2017 conține un capitol distinct dedicat teoriilor și modelelor comunicării interculturale, de asemenea proiectat în raport cu fundamentele epistemologice ale acestora.

În condițiile în care stadiul preparadigmatic al științelor comunicării (presupunând emergența teoriilor provenind din arii disciplinare diferite) s-a încheiat, putem considera că actualul nucleu de convingeri, valori și metode constituie punctul de plecare în construirea unor arii disciplinare de interferență. Chiar dacă lucrările de specialitate din România au preluat târziu și necritic, cu o anumită predominanță a anumitor serii de modele și teorii procesuale, se poate considera, în acest moment, în care științele comunicării reprezintă un domeniu de sine stătător, că stadiul preparadigmatic s-a încheiat și în România. În continuarea intenției de configurare a unui cadru paradigmatic în științele comunicării, prin intermediul prezentei lucrări am adus în discuție nu doar premisele angajării paradigmatică, ci am și propus un design al teoriilor și modelelor comunicaționale în raport cu o anumită deschidere epistemologică. În primul rând analizat preliminarile epistemologice ale setului de teorii și modele de factură procesuală, originare în demersul proiectului logicist al lui Gottlob Frege, continuate prin ideile atomismului logic și ale colii analitice de la Cambridge, respectiv de idealul axiomatic al Cercului de la Viena, căroră le-am opus fundamentele epistemologice ale determinismului tehnologic și critica acestuia, respectiv cele privitoare la schimbarea de paradigmă, derivând din jocurile wittgensteinine de limbaj, din teoria actelor de limbaj a lui John L. Austin și John R. Searle, din principiul gricean al cooperării, respectiv din perspectiva behavioristă a semnificației. Pe aceste fundamente, noua paradigmă comunicațională, interacționistă, făcând în mic măsură obiectul dezbaterilor în spațiul academic românesc, propune modele și teorii care revoluționează

fundamentarea nucleului dens de convingeri ale noii paradigme comunicaționale. În plus, grație fundamentării teoriilor comunicării interculturale, al căror pat germinativ este asigurat de relativismul cultural/coala culturalist american, prin intermediul colii de la Palo Alto și al etnografiei comunicării, lucrarea se conturează ca un întreg, ce cuprinde cele trei direcții supuse criticii comunicării a lui Sfez, plus direcția comunicării interculturale, absolut necesară într-o lume a dialogului extins la nivel global.

În ceea ce privește structura lucrării, includerea anumitor teorii și modele în diferite familii de teorii (sau direcții, așa cum au fost denumite anterior) s-a realizat în scop pur didactic. O astfel de sinteză devine utilă în primul rând celui care, aruncat în oceanul comunicării, are nevoie de repere precise. În fapt, între diferitele teorii și modele ale comunicării se realizează punți vizibile sau invizibile. Structura lucrării trebuie înțeleasă ca fiind una rizomatică, în care indiferent de locul în care răsare în text teoriile în explicarea sumară și cu scop didactic, ele se leagă de teorii din arii aparent disjuncte. Spre exemplu, teoria convergenței comunicaționale, inclusă în categoria teoriilor comunicării de masă, își are rădăcinile în modelele circular (Schramm-Osgood) și elicoidal (Dance) ale comunicării „reprezentative”, modele rigide, așadar, și alimentează teoria convergenței culturale, din aria teoriilor comunicării interculturale. Schema S-P-E-A-K-I-N-G a comunicării, inclusă în categoria teoriilor și modelelor interacționiste, își are originea în schema canonică a comunicării (Shannon-Weaver) și alimentează, la rândul ei, teoriile comunicării interculturale, la fel cum o face și teoria dramaturgiei sociale (Goffman). Mai mult, fiecare dintre teoriile incluse în această lucrare, având rădăcini în diferite domenii ale cunoașterii, reclamă, ținând cont de legăturile rizomatice implicite, apelul la alianța interdisciplinară propusă de Cicourel.

Teorii ale comunicării este o lucrare deschisă și incompletă. Ea urmează să se dezvolte în timp și, odată parcurși alți pași ai revizuirii și adăugării (prin ediții ulterioare), poate deveni scheletul necesar pentru încheierea unui tratat de comunicare. Din aceste rațiuni, pentru o dezvoltare armonioasă a teoriei și pentru deschiderea dialogului cu cercetătorii și cadre didactice universitare din România, atât din domeniul *Științe ale comunicării* cât și din domeniile conexe (incluse în alianța disciplinară a lui Cicourel), lucrarea beneficiază atât de un format tipărit, cât și de un format electronic, fiind disponibil pe pagina editurii.

Bibliografie:

- ABRAMS, Jessica, O'CONNOR, Joan & GILES, Howard. (2002). Identity and intergroup communication. În W.B. Gudykunst, B. Mody (eds.), *Handbook of International and Intercultural Communication*, Second Edition. Thousand Oaks, CA: Sage Publications. pp.225-257.
- ADORNO, Theodor W. (2001). Reconsiderarea industriei culturii. În Jeffrey C. Alexander, Steven Seidman (coord.). *Cultur i societate. Dezbateri contemporane*. Traducere de Simona Leb d , Mihaela Sadonschi i Liliana Sc rl tescu. Ia i: Institutul European.
- ARGYLE, Michael. [1975] (2004). *Bodily Communication*. Second Edition. Londra & New York: Routledge.
- ARISTOTEL. (1998). *Despre interpretare*. Traducere, cuvânt înainte, note i comentariu de Constantin Noica. Bucure ti: Humanitas.
- ARASARATNAM. Lily A. (2006). Further testing of a new model of intercultural communication competence. *Communication Research Reports*. 23(2). pp.93-99.
- AUSTIN, John Langshaw. (1975). *How to Do Things with Words*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- ASSANTE, M.K., NEWMARK, E. & BLAKE, C.A. (eds). (1979). *The Handbook of Intercultural Communication*. Beverly Hills, CA: SAGE Publications.
- ASSANTE, Molefi Kete, MIIKE, Yoshitaka, YIN, Jing. (2008). *The Global Intercultural Communication Reader*. New York, NY, Abingdon, UK: Routledge.
- BACHMAN, Lyle F. (1990). *Fundamental Considerations in Language Testing*. Oxford: Oxford University Press, colec ia Oxford Applied Linguistics.
- BARNETT, George A. & SUNG, Eunjung. (2004). Culture and the structure of international communication. *International Communication Journal*, vol.II, nr.2. pp.217-232.
- BARNLUND, Dean. (1970). A transactional model of communication. În K.K. Sereno & C.D. Mortensen (eds.), *Foundation of communication theory*. New York: Harper & Row. pp.83-102.
- BARTHES, Roland. [1953] (1972). *Le degré zéro de l'écriture*, suivi de *Nouveaux essais*. Paris: Éditions du Seuil.
- BARTHES, Roland. (1973). *Le plaisir du texte*. Paris: Éditions du Seuil.
- BARTHES, Roland. (1967). *Elements of Semiology*. New York: Hill and Wang.
- BARTHES, Roland. (2006). Roland Barthes despre Roland Barthes. În Roland Barthes, *Pl cerea textului. Roland Barthes despre Roland Barthes. Lec ia*. Traducere de Marian Papahagi i Sorina D n il . Bucure ti: Editura Cartier.
- BATESON, Gregory. [1936] (1958). *Naven. A Survey of the Problems suggested by a Composite Picture of the Culture of a New Guinea Tribe drawn from Three Points of View*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- BATESON, Gregory. (1979). *Mind and Nature: A Necessary Unity*. London: Wildwood.
- BAUDRILLARD, Jean. (1996). *Sistemul obiectelor*. Traducere de Horia Laz r. Cluj-Napoca: Editura Echinox.

- BAUDRILLARD, Jean. (1997). *Cel lalt prin sine însu i*. Traducere de Ciprian Mihali. Cluj-Napoca: Casa C r ii de tiin .
- BAUMAN, Zygmunt. (2000). *Modernitatea lichid* . Traducere de Diana Grad. Bucure ti: Editura Antet.
- BAUMAN, R. & SHERZER, J. (1975). The ethnography of speaking. *Annual Review of Anthropology*. 4. pp. 95-119.
- BENEDICT, Ruth. [1934] (2005). *Patterns of Culture*. New York: Mariners Books.
- BENNETT, Milton J. (1993). Intercultural communication: A current perspective. În Milton J. Bennett (ed.). *Basic Concepts of Intercultural Communication: Selected Readings*. Yarmouth, Maine: Intercultural Press.
- B L CEANU-STOLNICI, C., GLAVCE, C., RAICU, FI. & AP V LOAE, L. (2006). *Incursiune în antropogenez* . Bucure ti: Editura medical .
- BENVENISTE, Émile. (1966). *Problèmes de linguistique générale*, I. Paris: Gallimard.
- BENVENISTE, Émile. (1974). *Problèmes de linguistique générale*, II. Paris: Gallimard.
- BERLO, David K.. (1960). *The Process of Communication: An Introduction to the Theory and Practice*. New York: Holt, Rinehart& Winston.
- BERNE, Eric. (1964). *Games People Play*. Harmondsworth: Penguin.
- BERNS, Margie S. (1990). *Contexts of competence: social and cultural considerations in communicative language teaching*, New York: Plenum Press.
- BERNSTEIN, Basil. (1971). *Class, Codes and Control: Theoretical Studies Towards a Sociology of Language*. Londra: Routledge & Kegan Paul.
- BIBERI, Ion. (1968). *Poezia, mod de existen* . Bucure ti: Editura pentru literatur .
- BIRDWHISTELL, Ray L. (1952). *Introduction to Kinesics: An Annotation for Analysis of Body Motion and Gesture*. Washington, DC: Department of State, Foreign Service Institute.
- BIRDWHISTELL, Ray L. (1970). *Kinesics and Context: Essays on Body Motion*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- BLAGA, Lucian. [1937] (1985). Geneza metaforei i sensul culturii. În Lucian Blaga, *Opere 9. Trilogia culturii*. Edi ie îngrijit de Dorli Blaga. Studiu introductiv de Al. T nase. Bucure ti: Minerva.
- BLANCHET, Philippe. (2008). *Un modèle et une typologie ethno-sociolinguistiques de la compétence de communication*. Cours de Master. [online]. Rennes: Université Rennes 2. URL: http://eprints.aidenligne-francais-universite.auf.org/10/1/pdf_Blanchet_typo.pdf [consultat în martie 2017].
- BLUMER, Herbert. (1969). *Symbolic Interactionism. Perspective and Method*, Berkeley: University of California Press.
- BLUMLER, J.G. & KATZ, E. (1974). *The usses of mass communication: Current perspectives and gratifications research*. Beverly Hills, CA: Sage.
- BOAS, Franz. [1911] (1966). Introduction to *Handbook of American Indian Languages*. În P.Holder (ed.), *F.Boas / Introduction to Handbook of American languages + J.W. Powell / Indian linguistic families of America North of Mexico*. Lincoln, NE: University of Nebraska Press.
- BOGARDUS, Emory S. (1933). A social distance scale. *Sociology and Social Research*. 17. 265-271.
- BOR UN, Dumitru. (2002). *Bazele epistemologice ale comunic rii*. Bucure ti: Universitatea din Bucure ti, Editura Ars docendi.

- BOURDIEU, Pierre. (1982). *Ce que parler veut dire. L'économie des échanges linguistiques*. Paris: Fayard.
- BRADDOCK, R. (1958). An extension of the „Lasswell formula”. *Journal of Communication*. 8. pp.88-93.
- BRISLIN, Richard & YOSHIDA, Tomoko. (1994). *Intercultural Communication Training: An Introduction*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.
- BROWER, Marten. (1967). Prolegomena to a Theory of Mass Communication. În Lee O. Thayer (ed.), *Communication Concepts and Perspectives*. Washington: Spartan Books. pp. 227-239.
- BROWN, R. & GILMAN, A. [1960] (1976). The pronouns of power and solidarity. În Pier Paolo Giglioli (ed.), *Language and Social Context*. Harmondsworth, Middlesex: Penguin. 252-282.
- BÜHLER, Karl. [1934] (1982). *Sprachtheorie. Die Darstellungsfunktion der Language*. Stuttgart: Gustav Fischer.
- BUTNARU, Simona. (2001). Competențele interculturale – demers explicativ. În Teodor Cozma (coord.), *O nou provocare pentru educație: interculturalitatea*. Iași: Polirom. pp.83-99.
- BYRAM, Michaël. (1997). *Teaching and Assessing Intercultural Communicative Competence*. Clevedon-Bristol-Artamon-Johannesburg: Multilingual Matters, Ltd.
- CARBAUGH, Donal A. (1985). Cultural communication and organizing. *International and Intercultural Communication Annual*. 9:30-47.
- CARBAUGH, Donal A. (2005). *Cultures in Conversation*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- CARDON, A., LENHARDT, V. & NICHOLAS, P. (2002). *Analiza tranzacțională. Instrumente de comunicare și evoluție*. București: Codecs.
- CARNAP, Rudolf. (1972). *Semnificație și necesitate. Un studiu de semantică și logică modală*. Traducere de Gheorghe Enescu. Cluj-Napoca: Editura Dacia.
- CAUNE, Jean. [1998] (2000). *Cultură și comunicare. Convergențe teoretice și moduri de mediere*. Traducere de Mădălina Bălescu. București: Cartea Românească.
- CELCE-MURCIA, Marianne. (2008). „Rethinking the role of communicative competence in language teaching”. În Eva Alcón Soler, Maria Pilar Safont Jordà (eds.), *Intercultural Language Use and Language Learning*, New York: Springer Science + Business Media B.V.
- CELCE-MURCIA, Marianne, DÖRNYEI, Zoltan & THURRELL, Sarah. (1995). „Communicative competence: A pedagogically motivated model with content specification”. *Issues of Applied Linguistics*, 6(2).
- CELCE-MURCIA, Marianne, OLSHTAIN, Elite. (2000). *Discourse and Context in Language Teaching. A Guide for language teachers*. Cambridge, New York, Oakleigh, Madrid, Cape Town: Cambridge University Press.
- CHARAUDEAU, Patrick. (2001). Langue, discours et identité culturelle. *Revue de didactologie des langues-cultures*, 3-4, n°123.
- CHARAUDEAU, Patrick. (2002). L'identité culturelle entre langue et discours [electronic resource]. *Revue de l'AQUEFLS*. Vol.24, n°1. URL: http://www.patrick-charaudeau.com/spip.php?page=imprimer_articulo&id_article=213. [consultat în februarie 2011].
- CHARAUDEAU, Patrick. (2009). Identité linguistique, identité culturelle: une relation paradoxale [electronic resource]. Référence à compléter. *Patrick Charaudeau -*

- Livres, articles, publications* (website). URL: <http://www.patrick-charaudeau.com/Identite-linguistique-identite.html>. [consultat în februarie 2011].
- CHELCEA, S., IVAN, L. & CHELCEA, A. (2005). *Comunicarea nonverbal : gesturile i postura: cuvintele nu sunt de-ajuns*. Bucure ti: comunicare.ro.
- CHELCEA, S., IVAN, L. & CHELCEA, A. (2008). *Comunicarea nonverbal : gesturile i postura: cuvintele nu sunt de-ajuns*. Ediția a II-a, revizuit i ad ugit . Bucure ti: comunicare.ro.
- CHEN, Guo-Ming & STAROSTA, William J. (2008). „Intercultural communication competence”. În Molefi Kete Asanta, Yoshitaka Miike, Jing Yin, *The Global Intercultural Communication Reader*, New York, NY, Abingdon, UK : Routledge.
- CHOMSKY, Avram Noam. [1965] (2014). *Aspects of the Theory of Syntax*. Cambridge, MA & Londra: The MIT Press.
- CHOMSKY, Avram Noam. (2006). *Language and Mind*, edi ia a III-a. Cambridge: Cambridge University Press.
- COLMAN, Andrew M. (2002). *A Dictionary of Psychology*. Oxford: Oxford University Press.
- CICOUREL, Aaron V. (1980). Language and Social Interaction: Philosophical and Empirical Issues. *Sociological Inquiry*. 50 (3-4). pp.1-30.
- CIOR NESCU, Alexandru. (2002). *Dic ionarul etimologic al limbii române*. Bucure ti: Editura Saeculum I.O.
- CISMARU, Diana-Maria. (2008). *Comunicarea intern în organizații*. Bucure ti: Tritonic.
- CIUPERC , Ella. (2010). Dimensiuni macrosociale ale comunic rii: distan a social . În Diana Ili oi & Adrian Lesenciuc (eds.). *Consiliere i comunicare interpersonal* . Bucure ti: Antet XX Press. 75-94.
- CODREANU, Aura. (2009). Abord ri de actualitate ale conceptului interculturalitate. În Ecaterina Livia T tar, Aura Codreanu (coord.), *Impactul managementului integrat al resurselor de ap rare asupra îndeplinirii misiunilor interna ionale ale trupelor i cuantificarea acestora utilizând indicatori sintetici*. Bucure ti: Editura Universit ii Na ionale de Ap rare „Carol I”. pp.26-46.
- COLMAN, Andrew M. (2002). *A Dictionary of Psychology*. Oxford: Oxford University Press.
- COMTE, Auguste. [1926] (1970). Considérations sur les sciences et les savants. În Auguste Comte, *Écrits de jeunesse 1818-1928*. Paris & Haga: Mouton. pp.323-360.
- CONDON, John C. & YOUSEF, Fathi. (1975). *An Introduction to Intercultural Communication*. New York: Macmillan.
- COOK, Guy & SEIDLHOFER, Barbara. [1995] (2001). An applied linguist in principle and practice. În Guy Cook, Barbara Seidlhofer, *Principle and Practice in Applied Linguistics. Studies in Honour of H.G. Widdowson*, Oxford: Oxford University Press.
- COOLEY, Charles Horton. (1909). *Social Organization: A Study of the Larger Mind*. New York: Charles Scribner’s Sons.
- COOLEY, Charles Horton. (1922). *Human Nature and the Social Order* (Revised Edition). New York: Charles Scribner’s Sons.

- COPERIAS AGUILLAR, Maria José. (2008). Dealing with intercultural communicative competence in foreign language classroom. În Eva Alcón Soler, Maria Pilar Safont Jordà (eds.), *Intercultural Language and Language Learning*, New York: Springer Science + Business Media B.V.
- CO ERIU, Eugen. (2004). *Teoria limbajului i lingvistic general . Cinci studii*. Bucure ti: Editura enciclopedic
- CULDA, Lucian. (1989). *Geneza i devenirea cunoa terii. Abordare organiza ional .* Bucure ti: Editura tiin ific i Enciclopedic .
- CUPACH, William B. & IMAHORI, Tadasu Todd. (1993). Identity management theory: Communication competence in intercultural episodes and relationships. În R.L. Wiseman, J. Koester (eds.). *Intercultural Communication Competence*. Newbury Park, CA: SAGE Publications.
- CUSHMAN, Donald P. & CAHN Jr., Dudley D. (1985). *Communication in Interpersonal Relationships*. Albany: State University of New York Press.
- DAMEN, Louise L. (1987). *Culture Learning: The Fifth Dimension in the Language Classroom*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- DANCE, Frank E.X. (1970). The „Concept” of Communication. *Journal of Communication*. Vol.20, nr.2. 201-210.
- DANCE, Frank E.X. (1994). Hearing voices. În Donna R. Vocate, *Different Voices, Different Minds*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, LEA's communication series. pp.195-212.
- DARWIN, Charles. [1859] (1957). *Originea speciilor*. Traducere de Ion E. Fuhn. Bucure ti: Editura R.P.R.
- DEARDORFF, Darla K. (2006). Identification and assessment of intercultural competence as a student outcome of internationalization. *Journal of Studies in Intercultural Education*, no.10. pp.241-266.
- DEARDORFF, D. K. & ARASARATNAM-SMITH, L. A.(Eds.) (2017). *Intercultural competence in international higher education: Approaches, assessment, and application*. Londra: Routledge.
- DeFLEUR, M. & BALL-ROKEACH, S. (1999). *Teorii ale comunic rii de mas .* Traducere de Doru Harabagiu. Ia i: Polirom.
- DEVITT, Michael & STERELNY, Kim. (2000). *Limbaj i realitate. O introducere în filosofia limbajului*. Traducere de Radu Dud u. Ia i: Polirom.
- DEWEY, John. (1916). *Democracy and education: An introduction to the philosophy of education*. New York: Macmillan.
- DINU, Mihai. (2000). *Comunicarea. Repere fundamentale*, Edi ia a II-a. Bucure ti: Editura Algos.
- DOBRESCU, Paul & BÂRG OANU, Alina. (2002). *Mass media. Puterea f r contraputere*. Bucure ti: BIC ALL.
- DOBRESCU, P., BÂRG OANU, A. & CORBU, N. (2007). *Istoria comunic rii*. Bucure ti: comunicare.ro
- DODD, Carley. (1977). *Perspectives on Cross-Cultural Communication*. Dubuque, IA: Kendall/Hunt.
- DOOB, Leonard W. (1949). *Public Opinion and Propaganda*. New York: Holt.
- DORON, Roland, PAROT, Françoise. [1991] (2006). *Dic ionar de psihologie*. Traducere de Natalia Cern uțeanu et al. Bucure ti: Humanitas.
- DUCK, Steve. (2000). *Rela iile interpersonale. A gândi, a sim i, a interac ionala*. Traducere de Margrit Talpalaru. Ia i: Polirom.

- DUMMETT, Michael A.E. [1973] (1981). *Frege: Philosophy of language*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- DURKHEIM, Émile. [1899] (2002). *Regulile metodei sociologice*. Traducere de Dan Lungu. Ia i: Polirom.
- ECKERT, P. & McCONNEL-GINET, S. (1999). New generalizations and explanations in language and gender research. *Language and society*. 28 (2). pp.185-202.
- ECO, Umberto. [1976] (2008). *O teorie a semioticilor*. Traducere de Cezar Radu și Costin Popescu. București: Editura Trei.
- ECO, Umberto. (1979). *A Theory of Semiotics*. Bloomington: Indiana University Press.
- ECO, Umberto. [1990] (1996). *Limitele interpretării*. Traducere de tefania Mincu și Radu Buc. Constanța: Editura Pontica.
- ECO, Umberto. [1962] (2002). *Opera deschisă. Forme și indeterminare în poeziile contemporane*, ediția a II-a. Traducere de Cornel Mihai Ionescu. Pitești: Editura Paralela 45.
- EGGINS, Suzanne & SLADE, Diana. [1997] (2004). *Analysing Casual Conversation*. Londra, Oakville, CT: Equinox Publishing.
- EFRON, Daniel. [1941] (1972). *Gesture, Race, and Culture*. The Hague: Mouton.
- ELLINGSWORTH, H.W. (1983). Adaptive intercultural communication. În William B. Gudykunst (ed.). *Intercultural Communication Theory – Current Perspectives*, Beverly Hills, CA: Sage Publications. pp.195-204.
- ELLUL, Jacques. (1964). *The Technological Society*. New York: Random House.
- ERICKSTADT, Jessica. (1998). *Richards' Meaning of Meaning Theory*, [online]. În *Comm3210: Human Communication Theory*, University of Colorado at Boulder, toamna. URL: http://www.colorado.edu/communication/meaning/discourse/Papers/App_Papers/Eriskstadt.htm [consultat în octombrie 2008].
- FARAH, Iffat. (1997). Ethnography of communication. În Nancy H. Hornberger, David Corson (eds.), *Encyclopedia of Language and Education. Vol.8. Research Methods in Language and Education*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers. 125-129.
- FÆRCH, Claus & KASPER, Gabriele. (1983). *Strategies in interlanguage communication*. Londra & New York: Longman.
- FERREOL, Gilles, CAUCHE, Philippe & DUPREZ, Jean-Marie. (1995) *Dictionar de sociologie*. Prefață de Septimiu Chelcea & Adrian Neculau. Traducere de Lia Decei. Ia i: Editura Polirom.
- FESTINGER, Leon. [1957] (1962). *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- FESTINGER, Leon A. & CARLSMITH, James M. (1959). Cognitive consequences of forced compliance. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 58.
- FIRTH, Raymond W. (1973). *Symbols, Public and Private*. Crows Nest, NSW: Allen & Unwin.
- FISKE, John. (2001). Zgomot. În Tim O'Sullivan, John Hartley, Danny Saunders, Martin Montgomery & John Fiske, *Concepte fundamentale din științele comunicării și studiile culturale*. Introducere de Mihai Coman, traducere de Monica Mitarc. Ia i: Polirom. p.358.
- FISKE, John. (2003). *Introducere în teoria comunicării*. Traducere de Monica Mitarc. Ia i: Polirom.

- FLOR, Jan Riis Flor. (2003). Ernst Mach. P rintele Cercului de la Viena. În Anton Hügli, Poul Lübke (coord.). *Filosofia în secolul XX*, vol.2. Traducere de Gheorghe Pascu, Andrei Apostol & Cristian Lupu. Bucure ti: All Educa ional.
- FODOR, Jerry A. (1975). *The Language of Thought*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- FREGE, Gottlob. (1892). *On Sense and Reference*, [online], traducere a lucr rii *Über Sinn und Bedeutung*. URL: http://en.wikisource.org/wiki/On_Sense_and_Reference [consultat în octombrie 2008].
- GALLOIS, C., GILES, H., JONES, E., CARGILE, A.H. & OTA. H. (1995). Accommodating intercultural encounters: Elaborations and extensions. *International and Intercultural Communication Annual*. 19.
- GARDINKEL, Harold. (1967). *Studies in Ethnomethodology*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- GARFINKEL, Harold & SACKS, Harry. (1986). On formal structures of practical actions. În Harold Garfinkel (ed.). *Ethnomethodological Studies of Work*. London, New York: Routledge & Kegan Paul.
- GEERTZ, Clifford. (1973). *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Books.
- GENETTE, Gérard. (1979). *Introduction à l'architexte*. Paris: Éditions du Seuil.
- GEORGIU, Grigore. (2010). *Comunicarea intercultural* . Bucure ti: comunicare.ro
- GERBNER, George. (1956). Towards a general model of communication. *Audio Visual Communication Review*. 4. pp.171-191.
- GERBNER, George, GROSS, Lary, MORGAN, Michael, SIGNORELLI, Nancy & SHANAHAN, James. [1994] (2002). Growing up with television: Cultivation process. În Jennings Bryant & Dolf Zillman, *Media effects. Advances in theory and research*. Mahwah, NJ & Londra: Lawrence Erlbaum. pp.43-68.
- GILES, Howard. (1973). Accent mobility: A model and some data. *Anthropological Linguistics*. 15. pp.87-105.
- GILES, Howard (ed.). (2016). *Communication accomodation theory: Negotiating personal relationships and social identities across contexts*. Cambridge: Cambridge University Press.
- GIMBUTAS, Maria. (1989). *Civiliza ie i cultur* . *Vestigii preistorice în sud-estul european*. Traducere de Sorin Paliga. Bucure ti: Editura Meridiane
- GIOVANNINI, Barbara. (1989). A a a inventat omul comunicarea. În Giovanni Giovannini (coord.). *De la silex la siliciu. Istora mijloacelor de comunicare în mas* . Traducere de Emilia Cosma. Bucure ti: Editura Tehnic .
- GOFFMAN, Erving. [1959] (2007). *Via a cotidian ca spectacol*, edi ia a II-a, revizuit . Bucure ti: comunicare.ro
- GRICE, Herbert Paul. (1975). Logic and conversation. In P. Cole, J. Morgan (eds.). *Syntax and Semantics*, vol.3. New York: Academic Press.
- GUDYKUNST, William B. (1995). Anxiety/uncertainty management (AUM) theory: Current status. În R.L. Wiseman (ed.). *Intercultural Communication Theory*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.
- GUDYKUNST, William B. (2002). Intercultural Communication Theories. În William B. Gudykunst, Bella Mody (editori). *Handbook of International and Intercultural Communication*, edi ia a doua. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

- GUDYKUNST, William B. & MODY, Bela. [2001] (2002). *International and Intercultural Communication*. Second Edition. Thousands Oaks, CA: Sage Publications, Inc.
- GUDYKUNST, William B. & KIM, Young Yun. (2003). *Communicating with Strangers: An Approach to Intercultural Communication*. New York: McGraw-Hill.
- GUILHERME, Manuela. (2002). *Critical Citizens for an Intercultural World. Foreign Language Education as Cultural Politics*. Clevedon, Tonawanda, NY, North York, ON, Church Point, NSW: Multilingual Matters, Ltd.
- GUMPERZ, John J. & COOK-GUMPERZ, Jenny. (1982). Introduction: language and the communication of social identity. În John J. Gumperz (ed.), *Language and Social Identity. Studies in Interactional Sociolinguistics*, Cambridge: Cambridge University Press.
- HABERMAS, Jürgen. [1971-1973] (1983). *Cunoa tere i comunicare*. Traducere de Andrei Marga, Walter Roth & Iosif Wolf. Bucure ti: Editura Politic .
- HABERMAS, Jürgen (1979). *Communication and the Evolution of Society*. Londra: Heinemann.
- HABERMAS, Jürgen. (1983a). Preliminarii la o teorie a competen ei comunicative. În Jürgen Habermas. *Cunoa tere i comunicare*. Bucure ti: Editura Politic .
- HABERMAS, Jürgen. (1983b). Teorii ale adev rului. În Jürgen Habermas. *Cunoa tere i comunicare*. Bucure ti: Editura Politic .
- HABERMAS, Jürgen. (1998). *Sfera public i transformarea ei structural* . *Studiul unei categorii a societ ii burgheze*. Traducere de Janina Iano i. Bucure ti: Editura Univers.
- HABERMAS, Jürgen. (2000). O alt cale de ie ire din filosofia subiectului: ra iunea comunicativ versus ra iunea centrat pe subiect. În Jürgen Habermas. *Discursul filosofic al modernit ii. 12 prelegeri*. Traducere de Gilbert Lep datu, Ionel Zamfir i marius Stan. Bucure ti: All Educa ional.
- HAJEK, Christopher & GILES, Howard. (2003). New directions in intercultural communication competence. The process model. În John O. Green, Brant R. Burleson (eds.). *Handbook of Communication and Social Interaction*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. 935-958.
- HALL, Edward T. (1955). The anthropology of manners. *Scientific American*. 192:85-89.
- HALL, Edward T. [1959] (1984). *Le langage silencieux*. Traducere de Jean Mesrie i Barbara Niceal. Paris: Éditions du Seuil.
- HALL, Edward T. (1963a). Proxemics: The study of man's spatial relations and boundaries. In Iago Galdston (ed.). *Man's Image in Medicine and Anthropology*. New York: International Universities Press.
- HALL, Edward T. (1963b). A system for the notation of proxemic behavior. *American Anthropologist*. 65. 1003-1026.
- HALL, Edward T. [1966] (1971). *La dimension cachée*. Traducere de Amélie Petita. Paris: Éditions du Seuil.
- HALL, Edward T. (1968). Proxemics. *Current Anthropology*. 9 (April-June). 83-95.
- HALL, Edward T. (1984). *The Dance of Life: The Other Dimension of Time*. Garden City, NY: Anchor Press/Doubleday.
- HARASZTI, Tegze P. (2002). *CMOS memory circuits*. New York: Kluwer Academic Publisher.

- HARMAN, Gilbert. (1973). *Thought*. Princeton, NJ: Princeton Legacy Library.
- HARMS, L.S. (1973). *Intercultural Communication*. New York: Harper & Row.
- HARTLEY, R.V.L. (1928). Transmission of Information. *Bell System Technical Journal*. 7. pp.535-563.
- HEDIGER, Heini. (1950). *Wild Animals in Captivity*. London: Butterworth.
- HEIDER, Fritz. (1946). Attitudes and Cognitive Organization. *Journal of Psychology*. 21. pp.107-112.
- HINTIKKA, Jaakko & SANDU, Gabriel. (1997). Game-theoretical semantics. În J. van Benthem & A. ter Meulen (eds.), *Handbook of Logic and Language*. Amsterdam: Elsevier. pp.361-410.
- HJELMSLEV, Louis. [1961] (1967). *Preliminarii la o teorie a limbii*. Traducere din engleză de D. Copceag. București: Centrul de Cercetări Fonetice și Dialectale.
- HOFSTEDE, Geert. [1980] (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations across Nations*. Thousands Oaks, CA: Sage Publications.
- HOLMES, Janet & MEYERHOFF, Miriam. (1999). The Community of Practice: theories and methodologies in language and gender research. *Language in Society*. 28 (2). pp. 173-183.
- HOVLAND, C.I., JANIS, I.L. & KELLEY, H.H. (1953). *Communication and persuasion: Psychological studies of opinion change*. New Haven, CT: Yale University Press.
- HOWARD HAMILTON, M.F., RICHARDSON & B.J., SHUFORD, B. (1998). Promoting multicultural education: A holistic approach. *College Student Affairs Journal*, no.18. pp.5-17.
- HUDSON, R.A. (1980). *Sociolinguistics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- HUMBOLDT, Wilhelm von. [1836] (2011). *Über die Verschiedenheit des menschlichen Sprachbaues*. Berlin: Contumax GmbH & Company KG.
- HUSTED, Jørgen. (2003). Gottlob Frege. Logicianul discret. În Anton Hügli, Poul Lübke (coord.). *Filosofia în secolul XX*, vol.2. Traducere de Gheorghe Pascu, Andrei Apostol & Cristian Lupu. București: All Educațional.
- HUSTED, Jørgen Husted. (2003). Michael Anthony Eardley Dummett. Realism și antirealism. În Anton Hügli, Poul Lübke (coord.). *Filosofia în secolul XX*, vol.2. Traducere de Gheorghe Pascu, Andrei Apostol & Cristian Lupu. București: All Educațional.
- HYMES, Dell. (1972). On communicative competence. În J.B. Brice & J. Holmes (eds). *Sociolinguistics*. Harmondsworth: Penguin.
- HYMES, Dell. (1974). *Foundations in Sociolinguistics: An Ethnographic Approach*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- ILIESCU, Adrian-Paul. (1989). *Filosofia limbajului și limbajul filosofiei*. București: Editura tiințifică și Enciclopedică.
- INNIS, Harold. (1950). *Empire and Communications*. Oxford: Oxford University Press.
- INNIS, Harold. (1951). *The Bias of Communication*. Toronto: University of Toronto Press.
- JAKOBSON, Roman. (1963). *Essais de linguistique générale: les fondations du langage*. Vol. I. Paris: Éditions de Minuit.
- JANIS, I. & KING, B. (1954). The influence of role-playing on opinion-change. *Journal of Abnormal and Social Psychology*. 49. pp.211-218.

- JESPERSEN, Otto. [1922] (2013). *Language: Its Nature, Development, and Origin*. Abingdon, Oxon: Routledge.
- JOHNSON, Keith, JOHNSON, Helen. (2002). *Encyclopedic Dictionary of Applied Linguistics: A Handbook for Language Teaching, Foreign Language Teaching*, Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
- JOHNSON, Wendell. (1975). The Communication Process and General Semantic Principles. În Wilbur Schramm, *Mass Communication*, 2nd edition. Urbana: University of Illinois Press.
- JOHNSTONE, Barbara & MARCELLINO, William J. (2011). Dell Hymes and the Ethnography of Communication. In Ruth Wodak, Barbara Johnstone, & Paul Kerswill (eds.), *The SAGE Handbook of Sociolinguistics*. Londra, Thousand Oaks, CA, New Delhi, Singapore: SAGE Publications. 57-66.
- JOOS, Martin. (1967). *The Five Clocks: A Linguistic Excursion into the Five Styles of English Usage*. New York: Harcourt, Brace, & World.
- JUNG, Carl Gustav. [1954] (1994). *Puterea sufletului*. Antologie. A patra parte. *Reflecții teoretice privind natura psihicului*. Traducere de Suzana Holan. București: Anima.
- JUNGHEIM, Nicholas O. (2006). Learner and native speaker perspective on a culturally specific Japanese refusal gesture, în *International Review of Applied Linguistic in Language Teaching*, no.44 (2).
- KATZ, E.M., GUREVITCH, M. & HASS, H. (1973). On the uses of mass media for important things. *American Sociology Review*. 38 (2). pp.164-181.
- KEGAN, Robert. (1994). *In over our heads: The mental demands of modern life*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- KELLNER, Douglas. (2001). *Cultura media*. Traducere de Teodora Ghivirizc, Liliana Scrl tescu i Adrian-Dinu Rachieru. Iași: Institutul European.
- KIM, Young Yun. (1986). Understanding the social context of inter-group communication. În W.B. Gudykunst (ed.), *Intergroup communication*. Londra: Edward Arnold. Pp.86-95.
- KIM, Young Yun. (2001). *Becoming Intercultural. An Integrative Theory of Communication and Cross Cultural Adaptation*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications Inc.
- KING, Patricia & BAXTER-MAGOLDA, Marcia B. (2005). A developmental model of intercultural maturity. *Journal of College Student Development*. Vol.46, no.6.
- KLUKHORN, Florence & STRODBECK, Fred. (1961). *Variations in Value Orientation*. New York: Row, Peterson.
- KONERU, Aruna. (2008). *Professional Communication*. New Delhi: Tata McGraw-Hill.
- KRAMSCH, Claire. [1993] (2004). *Context and Culture in Language Teaching*. Oxford: Oxford University Press.
- KRIPKE, Saul. [1972] (2001). *Numire i necesitate*. Traducere de Mircea Dumitru. București: All Educa ional.
- KRISTEVA, Julia. (1974). *La révolution du langage poétique. L'avant-garde à la fin du XIX^e siècle: Lautréamont et Mallarmé*. Paris: Éditions du Seuil.
- KUHN, Thomas S. (1976). *Structura revolu iilor tiin ifice*. Traducere de Radu J. Bogdan. București: Editura tiin ific i enciclopedic .

- LABOV, William. (1972). On the mechanisms of language change. În J.J. Gumperz & D. Hymes (eds.). *Directions in Sociolinguistics: Ethnography of Communication*. New York: Holt, Rinehart and Winston. pp.512-538.
- LAGO, Colin. [1996] (2006). *Race, Culture and Counselling. The Ongoing Challenge*. Second Edition. Midenhead, Berkshire: Open University Press.
- LALLEMENT, Michel. (1998). *Istoria ideilor sociologice. Vol. II. De la Parsons la contemporani*. Traducere de Marius Conceatu. Bucure ti: Editua Antet.
- LANDAU, Martin. (1969). Redundancy, Rationality, and the Problem of Dupplication and Overlap. *Public Administration Review*. 29 (4): 346-358.
- LANDECKER, Werner S. (1952). Integration and Group Society: An Area for Research. *Social Forces*. 30 (4). pp.394-400.
- LASSWELL, Harold D. (1948). The Structure and Functions of Communication in Society. În L. Bryson (ed.), *The Communication of Ideas*. New York: Harper an Row. pp.37-51.
- LASSWELL, Harold D. (1950). *The Strategy of Revolutionary and War Propaganda*. Washington, DC: Department of State Foreign Service Institute.
- LAZARFELD, P.F., BERELSON, B. & GAUDET, H. (2004). *Mecanismul votului. Cum se decid aleg torii într-o campanie preziden ial* . Traducere de Simona Dr gan. Bucure ti: comunicare.ro
- LESENCIUC, Adrian. (2005). *Postmodernitatea. Un posibil model de structurare a mozaicului a-valoric*. Bucure ti: Antet.
- LESENCIUC, Adrian. (2008). *Introducere în teoria comunic rii*. Bra ov: Editura Academiei Forțelor Aeriene „Henri Coand ”.
- LESENCIUC, Adrian. (2010). *Teoria comunic rii*. Brașov: Editura Academiei Forțelor Aeriene „Henri Coand ”.
- LESENCIUC, Adrian. (2012). Linguistic Fundamentals Of The Theory Of Concept-Holes. În Stanca M da & Elena Buja, *Structure, Use, And Meaning. Linguistic Studies*. Cluj-Napoca: Casa C rții De Științ . pp.169-186.
- LÉVINAS, Emmanuel. (1999). *Totalitate i infinit*. Traducere de Marius Lazurca. Ia i: Polirom.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. (1978). *Antropologia structural* . Traducere de Jean Pecher. Bucure ti: Editura Politic .
- LEWIN, Kurt. [1947] (2001). Frontiere în dinamica grupurilor. Canalele vie ii de grup, planificarea social i cercetarea-ac iune. În Pierre de Visscher, Adrian Neculau (coord.). *Dinamica grupurilor. Texte de baz* . Ia i: Polirom.
- LINDLOF, Thomas R. & TAYLOR, Bryan C. (2011). *Qualitative Communication Research methods*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.
- LIPPMANN, Walter. [1922] (2011). *Public Opinion*. Mineola, NY: Dover Publications, Inc.
- LOCKE, Terry. (2004). *Critical Discourse Analysis*. London: Continuum International Publishing Group.
- LOHISSE, Jean. (2002). *Comunicarea. De la transmiterea mecanic la interac iune*. Traducere de Gabriela Scurtu-Ilovan. Ia i: Polirom.
- LYONS, John. (1970). *New horizons in linguistics*. Harmondsworth:Penguin.
- MACOVICIUC, Vasile. (2000). *Ini iere în filosofia contemporan* , edi ia a II-a. Bucure ti: Editura Economic .
- MAINGUENEAU, Dominique. (2006). Is discouse analysis critical? *Critical Discourse Studies*. vol.3, no.2, October: 229-230.

- MAINGUENEAU, Dominique. (2008). *Analiza textelor de comunicare*. Traducere de Marian Sovea. Ia i: Institutul European.
- MALETZKE, Gerhard. (1963). *Psychologie der Massenkommunikation. Theorie und Systematik*. Hamburg: Verlag Hans Bredow-Institut.
- MANN; Michael. (1986). *The Sources of Social Power. Vol.I. A history of power from the beginning to A.D. 1760*. Cambridge: Cambridge University Press.
- MARGA, Andrei. (2002). *Introducere în filosofia contemporană*. Ia i: Polirom.
- MARIAN, Liliana. (2008). *Etica profesională și bazele comunicării. Ciclu de prelegeri*. Chi in u: Universitatea Tehnică a Moldovei.
- MARKUS, H.R., KITAYAMA, S. (1991). Culture and the self: implications for cognition, emotion, and motivation. *Psychology Review*, nr.98. pp.224-253.
- MATURANA, Humberto R & VARELA, Francisco J. (1980). *Autopoiesis and Cognition. The Realization of the Living*. Prefață de Sir Stafford Beer. Dordrecht: Springer Science + Business Media.
- McCOMBS, Maxwell E. & SHAW, Donald L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*. 36. pp.176-187.
- McLEOD, J.M. & CHAFFEE, S.H. (1972). The construction of social reality. În J. Tedeschi (ed.), *The Social Influence Process*. Chicago, IL: Aldine-Atherton. pp.50-59.
- McLUHAN, Marshall. (1975). *Galaxia Gutenberg. Omul și era tiparului*. Traducere de L. N. Vodaru și P. N. Vodaru. București: Editura Politică.
- McLUHAN, Marshall. (1994). *Understanding Media: The Extensions of Man*. Cambridge, MA: MIT Press.
- McQUAIL, Denis. (1999). *Comunicarea*. Traducere de Daniela Rusu. Ia i: Institutul European.
- McQUAIL, Denis & WINDAHL, Sven. (2001). *Modele ale comunicării pentru studiul comunicării de masă*. Traducere de Alina Bărgăoanu și Paul Dobrescu. București: comunicare.ro
- MEAD, George Herbert. (1934). *Mind, Self, and Society from the Standpoint of a Social Behaviorist*. Chicago: University of Chicago.
- MICHEL, Jean-Luc. (2005). *Théories de la communication*. Paris: Université Jean Monnet, Département de Communication.
- MIÈGE, Bernard. (1998). *Gândirea comunicabilă*. Traducere de Maria Ivănescu. București: Cartea Românească.
- MIHU, Achim. (2002). *Antropologie culturală*. Cluj-Napoca: Dacia.
- Ministerul Apărării Naționale. (2009). Ordinul M.28 din 11 martie 2009 pentru aprobarea Regulamentului instrucției de front (R.G.-5). *Monitorul Oficial al României*. Partea I. Nr.208/1 aprilie.
- MINKOV, Michael. (2007). *What Makes Us Different and Similar: A New Interpretation of the World Values Survey and Other Cross Cultural Data*. Sofia: Klasika y Stil Publishing House.
- MORALES, Manuel Angel. (2010). The Management of Redundancy, Duplication and Overlap. [online]. *Intelligence Forecasting, Corp.* URL: <http://intelligenceforecasting.com/english/articles/2010/The%20Management%20of%20Redundancy.pdf>. [accesat în martie 2017].
- MORRIS, Charles W. (1938). *Foundations of the Theory of Signs*. Chicago: Chicago University Press.

- MORRIS, Desmond. [1967] (1991). *Maimuța goal* . Traducere de V. Rednic. Bucure ti: Editura Enciclopedic .
- MUCCHIELLI, Alex. (2005). *Arta de a comunica. Metode, forme i psihologia situa iilor de comunicare*. Traducere de Mihaela Calcan. Ia i: Polirom.
- MUCCHIELLI, Alex. [2000] (2015). *Arta de a influența. Analiza tehnicilor de manipulare*. Traducere de Giuliano Sfichi, Gina Puic & Marius Roman. Ia i: Polirom.
- MUKA OVSKÝ Jan. (1972). Despre limbajul poetic. În *Poetic i stilistic . Orient ri moderne*. Prolegomene i antologie de Mihai Nasta i Sorin Alexandrescu. Bucure ti: Editura Univers.
- MUNBY, John. (2004). *Communicative Syllabus Design*. Cambridge: Cambridge University Press.
- MUNTEAN, Ana. (2006). *Psihologia dezvolt rii umane*. Ia i: Editura Polirom.
- NEWCOMB, Theodore M. (1953). An Approach to the Study of Communication Act. *Psychological Review*. 60. pp.397-404.
- NIRENBURG, Sergeï, RASKIN, Victor. (2004). *Ontological Semantics*. Cambridge MA: MIT Press.
- NOELLE-NEUMANN, Elisabeth. [1974] (2004). *Spirala t cerii. Înveli ul nostru social*. Traducere de Vlad Cucu Oancea. Bucure ti: comunicare.ro.
- NOICA, Constantin. (1987). Comunicare i cumencare. În Constantin Noica, *Cuvânt împreun despre rostirea româneasc* . Bucure ti: Editura Eminescu. pp.188-191.
- NOVINGER, Tracy. (2001). *Intercultural Communication. A Practical Guide*. Austin, TX: University of Texas Press.
- NÖTH, Winfried. [1985] (1995). *Handbook of Semiotics*. Bloomington, IN: Indiana University Press.
- BERG, K. (1960). Cultural shock: Adjustment to new cultural environments. *Practical Anthropology*.7:177-182.
- OGDEN, Charles K. & RICHARDS, Ivor A. [1923] (1989). *The Meaning of Meaning: A Study of the Influence of Language upon Thought and of the Science of Symbolism*. Prefaț de Umberto Eco. Boston, MA: Houghton Mifflin Harcourt Publishing Company.
- ORBE, Mark P. (1998). *Constructing Co-Cultural Theory: An Explication of Culture, Power and Communication*. Beverly Hills, CA: SAGE Publications.
- OSGOOD, C.E. & TANNENBAUM, P.H. (1955). The principle of congruity in the prediction of attitude change. *Psychological Review*. 62 (1). pp.42-55.
- O'SULLIVAN, Tim. (2001a). Lideri de opinie. În Tim O'Sullivan, John Hartley, Danny Saunders, Martin Montgomery & John Fiske, *Concepte fundamentale din științele comunic rii i studiile culturale*. Introducere de Mihai Coman, traducere de Monica Mitarc . Ia i: Polirom. p.192.
- O'SULLIVAN, Tim. (2001b). Modelul fluxului în doi pa i. În Tim O'Sullivan, John Hartley, Danny Saunders, Martin Montgomery & John Fiske, *Concepte fundamentale din științele comunic rii i studiile culturale*. Introducere de Mihai Coman, traducere de Monica Mitarc . Ia i: Polirom. p.212-213.
- O'SULLIVAN, Tim. (2001c). Gatekeeper. În Tim O'Sullivan, John Hartley, Danny Saunders, Martin Montgomery & John Fiske, *Concepte fundamentale din științele comunic rii i studiile culturale*. Introducere de Mihai Coman, traducere de Monica Mitarc . Ia i: Polirom. pp.152-153.

- PAGLIARO, Antonio. (1967). *Ulisse. Ricerche semantiche sulla Divina Commedia*. Firenze: Casa editrice G. D'Anna.
- PALMER, Harold E. [1921] (1964). *The Principles of Language-Study*. Londra: Oxford University Press.
- PARK, Robert E. (1926) The Urban Community as a Spatial Pattern and a Moral Order. În Earnest W. Burgess (ed.), *The Urban Community*. Chicago: University of Chicago Press. pp. 3-18.
- PARSONS, Talcott & SHILS, E. (1951). *Toward a General Theory of Action*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- PÂRVU, Ilie. (2000). *Filosofia comunicării*. București: Facultatea de Comunicare și Relații Publice „David Ogilvy” – SNSPA.
- PEIRCE, Charles Sanders. (1990). *Semnificațiile acțiunii*. București: Humanitas.
- PENNYCOOK, Alastair. (1994). *The Cultural Politics of English as an International Language*. Harlow, Essex: Longman Group Limited.
- PETERWAGNER, Reinhold. (2005). *What is the Matter with Communicative Competence? An analysis to Encourage Teachers of English to Assess the very basis of their Teaching*. Münster-Hamburg-Berlin-Wien-London-Zürich: LIT Verlag, col. Linguistik und Sprachvermittlung.
- PFEIFER, Rolf, BONGARD, Josh, BERRY, Don. (2011). *Designing Intelligence. Why Brains Aren't Enough*. Anthology. München: GRIN Verlag.
- PHILIPPOPOULOS-MIHALOPOULOS, Andreas. (2004) Boundaries of Exclusion Past: The Memory of Waste. În Ronnie Lippens (ed.). *Imaginary Boundaries of Justice. Social and Legal Justice across Disciplines*. Oxford, Portland, Orlando: Hart Publishing. 69-96.
- PHILIPSEN, Gerry. (1975). Speaking „like a man” in Teamsterville: Culture patterns of role enactment in an urban neighborhood. *Quarterly Journal of Speech*. 61:13-22.
- PHILIPSEN, Gerry. (1989). An ethnographic approach to communication studies. În B. DeVries, L. Grossberg, B.J. O'Keefe & E. Wartella (eds.), *Rethinking communication*. Vol.2 *Paradigm exemplars*. Newbury Park, CA: Sage. pp.258-268.
- POLANYI, Michael. [1966] (2009). *The Tacit Dimension*. Cuvânt înainte de Amartya Sen. Chicago & Londra: The University of Chicago Press.
- POPESCU-NEVEANU, P., FISCHBEIN, E. (1971). *Psihologie generală*. București: Editura Didactică și Pedagogică.
- PRIGOGINE, Ilya & STENGERS, Isabelle. [1979] (1984). *Noua alianță*. Traducere de C. Boico, Z. Manolescu. București: Editura Politică.
- PROSSER, Michael. (1978). *The Cultural Dialogue: An Introduction to Intercultural Communication*. Boston: Houghton Mifflin.
- RISAGER, Karen. (2005). Cross- and Intercultural Communication / Trans- und interkulturelle Kommunikation. În Ulrich Ammon (ed.), *Sociolinguistics: An International Handbook of the Science of Language and Society / Soziolinguistik: ein Internationales Handbuch zur Wissenschaft von Sprache und Gesellschaft*, 2nd completely rev. & extended ed. Berlin: Walter de Gruyter GmbH & Co. pp. 1674-1682.
- QUINE, Willard Van Orman. (1951). Two Dogmas of Empiricism. *The Philosophical Review*. 60.

- QUINE, Willard Van Orman. (1986). *Philosophy of logic*, second edition. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- RAMONET, Ignacio. (2000). *Tirania comunicării*. Traducere de Matilda Banu. București: Editura Doina.
- RICŢEUR; Paul. (1995). *Eseuri de hermeneutic*. Traducere de Vasile Tonoiu. București: Humanitas.
- ROBINSON, Gail L. (1991). Second culture acquisition. În James E. Alatis (ed.), *Linguistics and Language Pedagogy: The State of the Art*. Georgetown: Georgetown University Press. pp.114-122.
- ROBINSON, J.P. (1976). Interpersonal influence in elections campaigns: Two step-flow hypothesis. *Public Opinion Quarterly*. 40 (3). pp. 304-319.
- ROGERS, Everett M. (1976). Communication and Development. The Passing of the Dominant Paradigm. *Communication Research*. 3.
- ROGERS, Everett M. & KINCAID, D. Lawrence. (1981). *Communication networks: Toward a new paradigm for research*. New York: The Free Press.
- ROGERS, Everett M. & HART, William B. (2002). The Histories of Intercultural, International, and Development Communication. În William B. Gudykunst, Bella Mody, *Handbook of International and Intercultural Communication*. Second Edition. Thousand Oaks, CA: Sage Publications. pp.1-18.
- ROLLIN, Charles. (1953). *The Ancient History of the Egyptians, Carthaginians, Assyrians, Babylonians, Medes and Persians, Macedonians and Grecians* Volume III. New-York: Leavitt & Allen.
- ROTARIU, Traian, ILU, Petre (coord.). (1996). *Sociologie*. Cluj-Napoca: Editura Mesagerul.
- ROVEN A-FRUMU ANI, Daniela. (2004). *Analiza discursului. Ipoteze și ipostaze*. București: Editura Tritonic.
- RUESCH, Jürgen & KEES, Weeldon. (1956). *Nonverbal Communication: Notes on the Visual Perception of Human Relations*. Berkeley: University of California Press.
- RUSSELL, Bertrand. (1995). *Problemele filosofiei*. Traducere de Mihai Ganea. București: Editura All.
- RUWET, Nicolas. (1963). Préface. În Roman Jakobson, *Essais de linguistique générale: les fondations du langage*. Vol.I. Paris: Éditions de Minuit. 7-21.
- RUŢI, Doina. (2005). *Mesajul subliminal în comunicarea actuală*. București: Tritonic.
- SAMOVAR, L.A. & PORTER, R.E. (eds.). (1972). *Intercultural Communication: A Reader*. Belmont, CA: Wadsworth.
- SAMOVAR, Larry A, PORTER, Richard E. & McDANIEL, Edwin R. [2007] (2010). *Communicating Between Cultures*. Seventh Edition. Boston, MA: Wadsworth, Cengage Learning.
- SAMSON, A.P. (1983). *Eseuri despre gândire*. București: Editura Cartea Românească.
- SAPIR, Edward. (2002). *Language: An introduction to the Study of Speech*. New York: Bartelby.com
- SARTORI, Giovanni. (2007). *Ce facem cu străinii? Pluralism vs. multiculturalism: Eseu despre o societate multiethnică*. București: Humanitas.
- SAUSSURE, Ferdinand de. (1972). *Cours de linguistique générale*. Paris: Bibliothèque scientifique Payot.

- SAUSSURE, Ferdinand de. (2004). *Scieri de lingvistic general* . Traducere de Luminița Botoșineanu. Ia i: Polirom
- SAUTER, Vicky L. (2010). *Decision Support Systems for Business Intelligence*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc.
- SAVILLE-TROIKE, Muriel. [1982] (2003). *The Ethnography of Communication: An Introduction*. Malden, MA: Blackwell Publishing Ltd.
- S VULESCU, Silvia. (2001). *Retoric i teoria argument rii*. Bucure ti: Facultatea de Comunicare și Relații Publice ”David Ogilvy”.
- SCHADEWITZ, Nicole. (2009). Design patterns for cross-cultural collaboration. *International Journal of Design*, 3(3), 37-53.
- SCHAEFFER, Pierre. (1970). *Machines à communiquer*. Vol. I. *Genèse des simulacres*. Paris: Éditions du Seuil.
- SCHIFIRNE , Constantin. (2005). *Sociologia profesiilor. Curs*. Bucure ti: SNSPA – Facultatea de Comunicare i Rela ii Publice „David Ogilvy”.
- SCHMIDHUBER, Jürgen. (2000). Neural Predictors for Detecting and Removing Redundant Information. În Helge Ritter, Holk Cruse, Jeffrey Dean (eds.) *Preoperational intelligence: Adaptive Behavior and Intelligent Systems without Symbols and Logic*. Volume 2. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.
- SCHMIDT, Emerson Peter. (1937). *Man and society: a substantive introduction to the social sciences*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- SCHOLZ, Oliver R. (2003). Willard Van Orman Quine. Empirismul naturalizat. În Anton Hügli, Poul Lübke (coord.). *Filosofia în secolul XX*, vol.2. Traducere de Gheorghe Pascu, Andrei Apostol & Cristian Lupu. Bucure ti: All Educa ional.
- SCHRAMM, Wilbur, LYLE, Jack & PARKER, Edwin B. (1961). *Television in the lives of our children*. Cu un comentariu psihiatric asupra efectelor televiziunii de Lawrence Z. Freeman. Stanford, CA: Stanford University Press.
- SCHRAMM, Wilbur. (1975). The Nature of Communication Between Humans. În Wilbur Schramm, Donald F. Roberts (editori). *The Process and Effects of Mass Communication*, ed. revizuit . Urbana, IL: University of Illinois Press.
- SEARLE, John R. (1999). *Speech acts. An essay in the philosophy of language*. Cambridge, New York, Melbourne, Madrid: Cambridge University Press.
- SEBEOK, Thomas S. (2002). *Jocul cu fantasmele. Semiotic i antropologie*. Traducere de Mariana Neș. Bucure ti: All Educa ional.
- SEBEOK, Thomas A. [1994] (2002). *Semnele: O introducere în semiotic* . Traducere de Sorin M rculescu. Bucure ti: Humanitas.
- SEELYE, H. Ned. (1984). *Teaching Culture. Strategies for Intercultural Communication*. Lincolnwood: National Textbook Company.
- SEVERIN, Werner J. & TANKARD, Jr., James W. [1997] (2004). *Perspective asupra teoriilor comunic rii de mas* . Traducere de M d lina Paxamnan i Maria Paxaman. Ia i: Polirom.
- SFEZ, Lucien. (2001). Dou viziuni asupra comunic rii. În Pierre De Visscher, Adrian Neculau (coord.). *Dinamica grupurilor. Texte de baz* . Ia i: Polirom.
- SFEZ, Lucien. (2002a). *Comunicarea*. Traducere de Margareta Samoil . Ia i: Institutul European.
- SFEZ, Lucien. (2002b). *O critic a comunic rii*. Traducere de Radu Gârmacea, Raluca Popescu și Sorin Gherguț. Bucure ti: comunicare.ro
- SHANNON, C.I.E. & WEAVER, W. (1963). *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana: University of Illinois Press.

- SHELDON, William H. (1949). *Varieties of Delinquent Youth*. New York: Harper and Brothers.
- SHERIF, M. & HOVLAND, C.I. (1961). *Social judgment: Assimilation and contrast effects in communication and attitude change*. New Haven, CT: Yale University Press.
- SIGMAN, Stuart J. (1991). Handling the Discontinuous Aspects of Continuous Social Relationships: Toward Research on the Persistence of Social Forms. *Communication Theory*. Vol.1, issue 1, pp.106-127.
- SITARAM, K.S. & COGDELL, R. (1976). *Foundations of Intercultural Communication*. Columbus, OH: Merrill.
- SKOVIRA, Robert. (2010). Toward a theory of informing objects. In Eli B. Cohen (ed.), *Information in Motion. Issues in Informing Science and Information Technology*. Vol.7. Santa Rosa, CA: Informing Science Press. 377-402.
- SMITH, L.R. (1999). Intercultural network theory. *International Journal of Intercultural Relations*. 23. pp.629-658.
- SPITZBERG, Brian H. & CHANGNON, Gabrielle. (2009). Conceptualizing Intercultural Communication. În Darla K. Deardorff (ed.). *The SAGE Handbook of Intercultural Competence*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.
- SPITZBERG, Brian H. & CUPACH, William R. (1989). *Handbook of interpersonal competence*. Springer-Verlag, New York.
- ST NCIUGELU, Irina. (2002). *Prefixul „post” al modernit ii noastre. Studii de filozofia culturii*. Bucure ti: Editura Trei.
- ST NCIUGELU, Irina. (2009). *M tile comunic rii. De la etic la manipulare i înapoi*. Bucure ti: Tritonic.
- STEWART, Edward C. & BENNETT, Milton J. [1972] (1991). *American Cultural Patterns. A Cross-Cultural Perspective*. Revised Edition. Yarmouth, Maine: Intercultural Press, Maine.
- STRAWSON, Peter Frederick. (1974). *Subject and Predicate in Logic and Grammar*. Oxford: Oxford University Press.
- OITU, Lauren iu. (2006). *Pedagogia comunic rii*. Ia i: Institutul European.
- TAJFEL, H. (1974). Social identity and intergroup behavior. *Social Science Information*. 13. pp.65-93.
- THAYER, Lee O. (1968). *Communication and Communication Systems in Organization, Management, and Interpersonal Relations*. Homewood, IL: Irwin.
- THOMAS, William I. (1951). *Social Behavior and Personality*. Prefaț de Edmund H. Volkart. New York: Social Science Research Council.
- THOMPSON, John B. Thompson. [1995] (-). *Mass-media i modernitatea. O teorie social a mass-media*. Bucure ti: Editura Antet.
- TING-TOOMEY, Stella. (1984). Qualitative research: An overview. *International and Intercultural Communication Annual*. 8:169-184.
- TING-TOOMEY, Stella. (1993). Communication resourcefulness: An identity-negotiation perspective. În R.L. Wiseman, J. Koester (eds.). *Intercultural communication competence*. Newbury Park, CA: SAGE Publications.
- TOURAINÉ, Alain. (1992). *Critique de la modernité*. Paris: Librairie Arthème Fayard.
- TÖNNIES, Ferdinand. [1887] (2002). *Community and Society*. Mineola, NY: Dover Publications.

- TRAN, V. & ST NCIUGELU, I. (2001). *Teoria comunicării*. București: Facultatea de Comunicare și Relații Publice „David Ogilvy” – SNSPA.
- TRAN, V. & ST NCIUGELU, I. (2007). *Patologii și terapii comunicative*. Curs universitar, 2007-2008. București: Facultatea de Comunicare și Relații Publice.
- TULEJA, Elisabeth A. (2009). *Intercultural Communication for Business*. Mason, OH: South-Western Cengage Learning.
- USÓ-JUAN, Esther, MARTINEZ-FLOR, Alicia. (2008). Teaching intercultural communicative competence through the four skills. *Revista Alicantina de Estudios Ingleses*, 2. pp.3-25.
- van CUILENBURG, J.J., SCHOLTEN, O., NOOMEN, G.W. (2000). *Teoria comunicării*. Traducere și studiu introductiv de Tudor Olteanu. București: Humanitas.
- van DIJK, Teun A. [1997] (1998). „The Study of Discourse”. În Teun A. van Dijk (ed.) *Discourse as structure and process*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- van DIJK, Teun A. [2001] (2009). Critical Discourse Studies: a sociocognitive approach. In Ruth Wodak & Michael Meyer, *Methods of Critical Discourse Analysis*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications Inc. 62-88.
- VATTIMO, Gianni & ROVATTI, Pier Aldo. [1983] (1998). Premis . În Gianni Vattimo & Pier Aldo Rovatti, *Gândirea slabă* . Traducere de tefania Mincu. Constanța: Pontica. pp. 5-9.
- von BERTALANFFY, Ludwig. (1956). General Systems Theory. *General Systems Yearbook*. 1. pp.1-10.
- von FOERSTER, H. [1960] (2003). On Self-Organizing Systems and Their Environments. În Heinz von Foerster, *Understanding Understanding. Essays on Cybernetics and Cognition*. New York, Berlin, Heidelberg: Springer Verlag.
- VULC NESCU, Romulus. (1987). *Mitologie română* . București: Editura Academiei Republicii Socialiste România, București.
- WATZLAWICK, P., BEAVIN BAVELAS J. & JACKSON, D.D. (1967). *Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes*. New York: W.W. Norton & Company, Inc.
- WATZLAWICK, P., BEAVIN BAVELAS J. & JACKSON, D.D. [1967]. (2014) *Comunicarea umană . Pragmatică , paradox și patologie*. Prefață de Bill O’Hanlon. Traducere de Bogdan Boghițoi. București: Editura Trei.
- WEN Qiufang. (2004). Globalization and intercultural competence. În Kwok-Kan Tam, Timothy Weiss (eds.). *English and Globalization. Perspectives from Hong Kong and Mainland China*. Sha Tin, N.T., Hong Kong: The Chinese University of Hong Kong. 169-180.
- WESTLEY, B.H. & MacLEAN, M.S. [1955] (1957). A conceptual model for communications research. *Journalism Quarterly*. Vol.34 nr.1. pp.31-38.
- WETE, Francis N. (1998). Mass Communication and Development: Impact Depends on Strategies. *Africa Media Review*, vol.3, nr.1.
- WHITTAKER, James O. (1967). Resolution of the communication discrepancy issue in attitude change. În C.W. Sherif & M. Sherif (eds.), *Attitude, ego-involvement, and change*. New York: Wiley. pp. 159-177.
- WHITE, David Manning. (1950). The “gate keeper”: A case study in the selection of news. *Journalism Quarterly*. 24. pp.383-390.

- WHITE, Robert W. (1959). Motivation reconsidered: The concept of competence. *Psychological Review*. nr.66. pp.297-333.
- WHORF, Benjamin Lee. (1941). The relation of habitual thought and behavior to language. În Leslie Spier (ed.). *Language, Culture, and Personality: Essays in Memory of Edward Sapir*. Cambridge, MA: MIT Press.
- WIDDOWSON, H.G. (2007). *Discourse Analysis*. Oxford: Oxford University Press, Oxford Introductions to Language Study.
- WIEMANN, John M., TAKAI, Jiro, OTA, Hiroshi & Wiemann, Mary O. (1997). A relational model of communication competence. În Branislav Kova i (ed.), *Emerging Theories of Human Communication*. Albany: State University of New York Press.
- WIENER, Norbert. [1948] (1961). *Cybernetics: or Control and Communication in the Animal and the Machine*. Cambridge, MA: MIT Press.
- WIENER, Norbert. (1963). *God and Golem, Inc. A Comment on Certain Points where Cybernetics Impinges on Religion*. Cambridge, MA: Massachusetts Institute of Technology
- WIENER, Norbert. (1972). *Sunt matematician*. Bucure ti: Editura Politic .
- WILKIN, Yves. (2001). Comunicarea interpersonal : o abordare antropologic . În Pierre de Visscher, Adrian Neculau (coordonatori). *Dinamica grupurilor. Texte de baz* . Ia i: Polirom.
- WISEMAN, Richard L. (ed.). (1990). *Cultural Communication Theory*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.
- WITTGENSTEIN, Ludwig. [1966] (2005). *Lec ii i convorbiri despre estetic , psihologie i credin a religioas* . Traducere de Mircea Flonta i Adrian-Paul Iliescu. Bucure ti: Humanitas.
- WITTGENSTEIN, Ludwig. (1993). *Caietul albastru*. Traducere Mircea Flonta i Mircea Dumitru. Bucure ti: Humanitas.
- WITTGENSTEIN, Ludwig. [1994] (2005). *Însemn ri postume 1914-1951*. Traducere de Mircea Flonta i Adrian-Paul Iliescu Bucure ti: Humanitas.
- WITTGENSTEIN, Ludwig. (1981). *Tractatus Logico-Philosophicus. German and English*, Translated by C.K. Ogden. Londra: Routledge.
- WITTGENSTEIN, Ludwig. (1991). *Tractatus Logico-Philosophicus*. Traducere, studiu introductiv i note de Alexandru Surdu. Bucure ti: Humanitas.
- WODAK, Ruth & MEYER, Michael. [2001] (2009). Critical Discourse Analysis: history, agenda, theory and methodology. In Ruth Wodak & Michael Meyer, *Methods of Critical Discourse Analysis*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications Inc. 1-33.
- YOUNG, Robert. (1996). *Intercultural Communication. Pragmatics, Genealogy, Deconstruction*. Clevedon, Bristol, PA, Adelaide: Multilingual Matters, Ltd.
- YUM, J.O. (1988). Network theory in intercultural communication. În Y.Y. Kim & W.B. Gudykunst (eds.), *Theories of intercultural communication*. Newbury Park, CA: Sage. pp.239-258.
- ZAMFIR, C t lin & VL SCEANU, Laz r (coord.). (1993). *Dicționar de sociologie*. Bucure ti: Babel.
- ***. (2006). *Larousse. Marele dic ționar al psihologiei*. Traducere de Aliza Ardeleanu et al. Bucure ti: Editura Trei.