

AXIOMELE ȘCOLII DE COMUNICARE DE LA PALO ALTO
The Axioms of Palo Alto Communication School

Eugeniu NISTOR, Assistant Professor Ph.D.,
“Petru Maior” University of Tîrgu Mureș

Abstract: Man is seen as a thinking and communicative historical human being, constantly involved in the complex communication processes from the public sphere, processes which, in their turn, through dynamic linkage and networking, cause significant changes in the whole social life. Always in a process of improvement, these processes have been studied and analyzed in terms of paradigmatic, targeting “schools”, each with a clear specific, or as universally valid theories and models of communication. Not incidentally, the deepest reflections on these processes are specially designed in institutions for their study, such as the school from California or Palo Alto, where the automatic model in seven steps tends to impose a system of communication perfectly synchronized with all known anthropological aspects, responding to both biological life trends as well as to psychological and sociological aspects of human public sphere.

Keywords: communication, model, opinion, axiom, public sphere

Considerat precursor al modelului comunicațional reprezentat de Școala de la Palo Alto (California, SUA), antropologul, ecologistul și biologul britanic Gregory Bateson (n. 1904) expune, în lucrarea sa, *Spre o ecologie a spiritului*, o viziune „organicistă” asupra comunicării, opunând „metaforei mașinii (care ar fi adecvată ca metaforă fondatoare pentru modelul matematic), metafora organismului, mai adecvată în a exprima natura sistemului informațional-comunicativ.”¹ Acesta, în 1942, după o intensă activitate desfășurată în cadrul spitalului de psihiatrie Veterans Administration din Palo Alto (un orașel de lângă San Francisco), făcând cercetări complexe de biologie, în colaborare cu antropologii Margaret Mead și Leo Fortune, a ajuns la o viziune de tip organicist, în cadrul căreia procesul de comunicare a fost reconsiderat total: el nu se desfășoară linear, conform concepțiilor tradiționaliste-deterministe, ci ca un sistem dinamic și continuu, cuprinzând atât totalitatea proceselor mentale, cât și cadrul general al naturii; așadar comunicarea capătă noi dimensiuni, prin reprezentarea ei „circulară”, în formă de „buclă”, și prin accentuarea importanței feedback-ului, ca manifestare energetică a replicii receptorului și nu doar ca impact scontat al emițătorului. Dintr-o dată, lumea este văzută ca o vastă rețea de interacțiuni, cu mecanisme extrem de complexe de reglare a acestor inter-relaționări, dominante fiind mereu principiile cauzalității. Totodată, conform concepției holiste, Bateson declară ireductibilitatea întregului la suma componentelor sale și socotește comunicarea ca factor integrator al lumii (ca „imaterial” și „incognoscibil”), iar procesul comunicațional însuși „este operă și instrument: opera și produsul nu sunt distincte de ceea ce le dă naștere.”² Ulterior teoriei lui Bateson, în

¹ Vasile Tran, Irina Stănciugelu – *Teoria comunicării*, ediția a II-a, revăzută, București, Editura Comunicare.ro, 2003.

² Ibidem, p. 56

1981, și filosoful german Jürgen Habermas (reprezentant al ultimei generații de gânditori ai Școlii de la Frankfurt) se referise la acțiunile și interferențele comunicaționale nu doar ca la niște „purtătoare de efecte”, ci ca la un ansamblu de atitudini și opinii, de unde rezultă necesitatea studierii critice, în plan sociologic, a rețelelor de interacțiune socială, în toată amploarea lor.

Adoptând această proiecție organicistă a comunicării, Școala de la Palo Alto o va esențializa într-o cunoscută (acum) teză – *totul este comunicare!* –, înțelegând prin aceasta o filosofie generală a relației omului cu mediul unde trăiește, deoarece „știința, arta sau practicile cotidiene nu sunt decât sectoare conținute în comunicarea care le înglobează”, iar procesul comunicării „va reflecta întregul joc al rațiunii și al activităților ei.”³

Trei importanți membri ai *Colegiului invizibil al Școlii de la Palo Alto* – Paul Watzlawick, Janet Beavin, Don Jackson – s-au asociat în elaborarea unei lucrări fundamentale a domeniului, și anume: *O logică a comunicării*, în care sunt date explicațiile cuvenite și pe înțelesul tuturor, conform cărora fiecare ins uman participă activ la procesul comunicațional, se află la originea sau este ținta acestuia. Considerând comunicarea ca „fenomen social integrat”, teoreticienii amintiți apreciază că acesta are rostul de a construi „o punte de legătură între aspectele relaționale și cele organizaționale, între mecanismele care reglează raporturile interindividuale și cele care reglează raporturile sociale.”⁴ Ca spirite pragmatice, ei au elaborat șapte principii fundamentale ale comunicării, pe care le-au numit axiome.

Prima axiomă a școlii californiene este cât se poate de concisă și de clară: *comunicarea este inevitabilă*, prin care sunt integrate, practic, sferei comunicaționale atât acțiunile intenționate, cât și cele neintenționate: „Dacă vom admite că, într-o interacțiune, orice comportament are valoarea unui mesaj, cu alte cuvinte, că este o comunicare, urmează de aici că nu se poate să nu se comunice, indiferent dacă se vrea sau nu. Activitate sau inactivitate, vorbire sau tăcere, orice are valoare de mesaj. Asemenea, comportamentele influențează pe altele, iar acestea, la rândul lor, nu pot să nu reacționeze la comunicări și prin însuși acest fapt pot să comunice.”⁵ Așadar, procesul comunicațional capătă extensie, manifestându-se și dincolo de intenționalitatea individului uman, căci „din punct de vedere al noii teorii, comunicarea verbală și intențională reprezintă doar vârful unui aisberg uriaș, care închide într-o unitate întregul comportament al unui individ integrat organic într-o totalitate cuprinzând alte moduri de comportament: tonul, postura, contextul.”⁶

Cea de-a doua axiomă apreciază: „Comunicarea se desfășoară la două niveluri: intențional și relațional, cel de-al doilea oferind indicații de interpretare a conținutului celui dintâi.”⁷ Aceasta însemnând că orice fel de comunicare am analiza, vom sesiza două aspecte: unul legat de conținut, cel de-al doilea reprezentându-l relaționarea propriu-zisă, acesta din urmă cuprinzându-l și pe primul, fiind, prin aceasta, „o metacomunicare.” Dacă aspectul informațional generează unele neînțelegeri, ele pot fi ușor aplanate, în schimb, cel relațional

³ Ibidem

⁴ Ibidem, p. 55

⁵ Paul Watzlawick – *Une logique de la communication*, apud Vasile Tran, Irina Stănciugelu – *Teoria comunicării*, București, Editura Comunicare.ro, 2003, p. 56

⁶ Vasile Tran, Irina Stănciugelu – *Op. cit.*, p. 56

⁷ Ibidem, p. 57

determină certuri și conflicte ireconciliabile; o altă descoperire a specialiștilor de la Palo Alto fiind aceea că „atenția acordată comunicării, distruge comunicarea.”⁸

Axioma a treia stipulează: „Comunicarea este un proces continuu, ce nu poate fi tratat în termeni de cauză-efect sau stimul-răspuns”, în cadrul căruia se reliefează interacțiunile și schimburile de mesaje între „comunicatori”, ca un șir continuu de informații, fără însă ca acestea să creeze neapărat „un statut de dependență.”⁹

În *axioma a patra* se arată că: „Comunicarea îmbracă fie o formă digitală, fie una analogică.” De această dată termenii utilizați sunt preluați din domeniul ciberneticii, „unde un sistem este considerat digital atunci când operează cu o logică binară de tipul 0 și 1, și analogic, în cazul utilizării unei logici cu o infinitate continuă de valori.” *Diferența dintre cele două categorii comunicaționale* este aceea dintre logicile formale bivalente și logicile polivalente, comunicarea analogică fiind mult mai complexă, cuprinzând și comunicarea nonverbală, ce își are originile (conform lui Paul Watzlawick) „în stadiile arhaice ale evoluției umane și are o extensiune mult mai generală decât comunicarea digitală, verbală, relativ recentă și mult mai abstractă, capabilă să reprezinte nu numai sensuri, ci și logica limbajului.”¹⁰ Cercetătorii au constatat că doar în procesul de comunicare umană se realizează cele două tipologii, ființa omenească fiind „singurul gen de organism capabil să utilizeze cele două moduri de comunicare”, care „nu există paralel sau complementar: ele pot să coexiste și să se completeze în orice mesaj. După toate probabilitățile, *conținutul (informația) se transmite digital și relația analogic.* (s.n.)”¹¹

Cea de-a cincea axiomă a comunicării a rămas „încremenită” în formularea: „Orice proces de comunicare este simetric sau complementar, dacă el se întemeiază, respectiv, pe egalitate sau diferență.”¹² La acest rezultat s-a ajuns în baza studiilor și cercetărilor de antropologie și psihologie ale lui Batenson, apreciindu-se că în procesul comunicațional, uneori, partenerii își manifestă preferința pentru un „comportament în oglindă (întemeiat pe egalitate) și sisteme complementare, centrate pe diferență (de exemplu doctor-pacient, profesor-student).”¹³

A șasea axiomă conține un enunț extrem de concis: „Comunicarea este ireversibilă.”¹⁴ Aceasta însemnând că odată ce s-a emis și s-a receptat un mesaj, nu se mai poate reveni la punctul inițial, efectul producându-se deja, fără puțință de negare sau anulare, fără a sfida rațiunea și logica realității lucrurilor.

În sfârșit, în *cea de-a șaptea axiomă* se afirmă: „Comunicarea presupune procese de ajustare și acomodare.” Acestea, întrucât în multe situații „semnificantul sonor” al emițătorului nu este înțeles potrivit semnificației de intenționalitate a acestuia, deoarece receptorul percepe cu oarecare „diferență” înțelesul mesajului „numai în măsura în care îl posedă deja.”¹⁵

⁸ Ibidem

⁹ Ibidem, p. 57

¹⁰ Ibidem

¹¹ Ibidem, pp. 57-58

¹² Ibidem, p. 58

¹³ Ibidem

¹⁴ Ibidem

¹⁵ Ibidem

La sfârșitul investigațiilor lor științifice, cercetătorii modelului comunicațional californian au făcut câteva observații, mai mult sau mai puțin pertinente, din care spicuim: „axiomele propuse sunt prima încercare de a da o formă logică sistematică unui proces extrem de complex și de aceea nu trebuie înțelese decât ca studii preliminare...”; „aceste axiome sunt foarte eterogene, deoarece ele sunt extrase din observarea unor fenomene sau generi de comunicare diferite, sau din observarea fenomenelor de comunicare în registre diferite...”¹⁶

Oricum, importanța teoriei, în ansamblul ei, nici nu mai poate fi pusă astăzi la îndoială: ea rezidă, în primul rând, din aprecierea procesului comunicațional ca fiind „o activitate colectivă, condusă de reguli învățate inconștient” și, apoi, din sublinierea repetată a adoptării unei „gramatici a comunicării”, ca structură paradigmatică a noului model, zis și „orchestral”, unde – să ne reamintim! –, între alte aspecte interesante, conținutul comunicării este asociat nivelului informațional, iar acesta este înglobat, în integralitatea lui, nivelului relațional. Avem un model de comunicare alcătuit extrem de ingenios, construit pe o *gândire axiomatică*, „cu miez”, care, în ciuda criticilor ce i-au fost aduse, și-a întemeiat conceptele pe logică și pe diverse experimentări, sesizând cu finețe nevoia permanentă de comunicare a ființei umane și presupunând desfășurarea acesteia în acord cu raționalitatea sistemului în care se produc atât interacțiunile comunicaționale, cât și cele relaționale.

Bibliografie

Aristotel – *Parva naturalia*, trad. de Șerban Mironescu și Constantin Noica, notă introductivă de Alexandru Boboc, București, Editura Științifică, 1972.

Jürgen Habermas – *Sfera publică și transformarea ei structurală. Studiu asupra unei categorii a societății burgheze*, traducere și note bibliografice de Janina Ianoși, ediția a II-a, București, Editura Comunicare.ro, 2005.

Anton Hügli, Poul Lübcke – coordonatori, *Filosofia în secolul XX, vol. I, Fenomenologia, Hermeneutica, Filosofia existenței, Teoria critică*, traducere de Gheorghe Pascu, Andrei Apostol, Cristian Lupu, București, Editura All Educational, 2003.

Eugen Năstășel, Ioana Ursu – *Argumentul sau despre cuvântul bine gândit*, București, Editura Științifică și Enciclopedică, 1980.

Vasile Tran, Irina Stănciugelu – *Teoria comunicării*, ediția a II-a, revăzută, București, Editura Comunicare.ro, 2003.

¹⁶ Ibidem, p. 59