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

Eugeniu NISTOR, Assistant Professor Ph.D.,
"Petru Maior" University of Tîrgu Mureş

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 comunicaţional reprezentat de *Şcoala de la Palo Alto* (California, SUA), antropologul, ecologistul şi biologul britanic Gregory Bateson (n. 1904) expune, în lucrarea sa, *Spre o ecologie a spiritului*, o viziune „organicistă" asupra comunicării, opunând „metaforei maşinii (care ar fi adecvată ca metaforă fondatoare pentru modelul matematic), metafora organismului, mai adecvată în a exprima natura sistemului informaţional-comunicativ."[1] Acesta, în 1942, după o intensă activitate desfăşurată în cadrul spitalului de psihiatrie Veterans Administration din Palo Alto (un orăşel de lângă San Francisco), făcând cercetări complexe de biologie, în colaborare cu antropologii Margaret Mead şi Leo Fortune, a ajuns la o viziune de tip organicist, în cadrul căreia procesul de comunicare a fost reconsiderat total: el nu se desfăşoară linear, conform concepţiilor tradiţionaliste-deterministe, ci ca un sistem dinamic şi continuu, cuprinzând atât totalitatea proceselor mentale, cât şi cadrul general al naturii; aşadar comunicarea capătă noi dimensiuni, prin reprezentarea ei „circulară", în formă de „buclă", şi prin accentuarea importanţei feed-back-ului, ca manifestare energică a replicii receptorului şi nu doar ca impact scontat al emiţătorului. Dintr-o dată, lumea este văzută ca o vastă reţea de interacţiuni, cu mecanisme extrem de complexe de reglare a acestor inter-relaţionări, dominante fiind mereu principiile cauzalităţii. Totodată, conform concepţiei holiste, Bateson declară ireductibilitatea întregului la suma componentelor sale şi socoteşte comunicarea ca factor integrator al lumii (ca „imaterial" şi „incognoscibil"), iar procesul comunicaţional însuşi „este operă şi instrument: opera şi produsul nu sunt distincte de ceea ce le dă naştere."[2] Ulterior teoriei lui Bateson, în

[1] Vasile Tran, Irina Stănciugelu – *Teoria comunicării,* ediţia a II-a, revăzută, Bucureşti, Editura Comunicare.ro, 2003.
[2] Ibidem, p. 56

BDD-A23451 © 2013 Editura Universităţii „Petru Maior"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.143 (2026-11-18 21:58:44 UTC)

1981, şi filosoful german Jürgen Habermas (reprezentant al ultimei generaţii de gânditori ai Şcolii de la Frankfurt) se referise la acţiunile şi interferenţele comunicaţionale nu doar ca la nişte „purtătoare de efecte", ci ca la un ansamblu de atitudini şi opinii, de unde rezultă necesitatea studierii critice, în plan sociologic, a reţelelor de interacţiune socială, în toată amploarea lor.

Adoptând această proiecţie organicistă a comunicării, *Şcoala de la Palo Alto* o va esenţializa într-o cunoscută (acum) teză – *totul este comunicare!* –, înţelegând prin aceasta o filosofie generală a relaţiei omului cu mediul unde trăieşte, deoarece „ştiinţa, arta sau practicile cotidiene nu sunt decât sectoare conţinute în comunicarea care le înglobează", iar procesul comunicării „va reflecta întregul joc al raţiunii şi al activităţilor ei."[3]

Trei importanţi membrii ai *Colegiului invizibil al Şcolii de la Palo Alto* – Paul Watzlawick, Janet Beavin, Don Jackson – s-au asociat în elaborarea unei lucrări fundamentale a domeniului, şi anume: *O logică a comunicării*, în care sunt date explicaţiile cuvenite şi pe înţelesul tuturor, conform cărora fiecare ins uman participă activ la procesul comunicaţional, se află la originea sau este ţinta acestuia. Considerând comunicarea ca „fenomen social integrat", teoreticienii amintiţi apreciază că acesta are rostul de a construi „o punte de legătură între aspectele relaţionale şi cele organizaţionale, între mecanismele care reglează raporturile interindividuale şi cele care reglează raporturile sociale."[4] Ca spirite pragmatice, ei au elaborat şapte principii fundamentale ale comunicării, pe care le-au numit axiome.

Prima axiomă a şcolii californiene este cât se poate de concisă şi de clară: *comunicarea este inevitabilă*, prin care sunt integrate, practic, sferei comunicaţionale atât acţiunile intenţionate, cât şi cele neintenţionate: „Dacă vom admite că, într-o interacţiune, 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 influenţează pe altele, iar acestea, la rândul lor, nu pot să nu reacţioneze la comunicări şi prin însuşi acest fapt pot să comunice."[5] Aşadar, procesul comunicaţional capătă extensie, manifestându-se şi dincolo de intenţionalitatea individului uman, căci „din punct de vedere al noii teorii, comunicarea verbală şi intenţională reprezintă doar vârful unui aisberg uriaş, 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 desfăşoară la două niveluri: intenţional şi relaţional, cel de-al doilea oferind indicaţii de interpretare a conţinutului celui dintâi."[7] Aceasta însemnând că orice fel de comunicare am analiza, vom sesiza două aspecte: unul legat de conţinut, cel de-al doilea reprezentându-l relaţionarea propriu-zisă, acesta din urmă cuprinzându-l şi pe primul, fiind, prin aceasta, „o metacomunicare." Dacă aspectul informaţional generează unele neînţelegeri, ele pot fi uşor aplanate, în schimb, cel relaţional

[3] Ibidem
[4] Ibidem, p. 55
[5] Paul Watzlawick – *Une logique de la communication*, apud Vasile Tran, Irina Stănciugelu – *Teoria comunicării,* Bucureşti, Editura Comunicare.ro, 2003, p. 56
[6] Vasile Tran, Irina Stănciugelu – *Op. cit.*, p. 56
[7] Ibidem, p. 57

BDD-A23451 © 2013 Editura Universităţii „Petru Maior"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.143 (2026-11-18 21:58:44 UTC)

determină certuri şi conflicte ireconciliabile; o altă descoperire a specialiştilor de la Palo Alto fiind aceea că „atenţia 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 interacţiunile şi schimburile de mesaje între „comunicatori”, ca un şir continuu de informaţii, fără însă ca acestea să creeze neapărat „un statut de dependenţă.”[9]

În axioma a patra se arată că: „Comunicarea îmbracă fie o formă digitală, fie una analogică.” De această dată termenii utilizaţi sunt preluaţi din domeniul ciberneticii, „unde un sistem este considerat digital atunci când operează cu o logică binară de tipul 0 şi 1, şi analogic, în cazul utilizării unei logici cu o infinitate continuă de valori.” *Diferenţa dintre cele două categorii comunicaţionale* este aceea dintre logicile formale bivalente şi logicile polivalente, comunicarea analogică fiind mult mai complexă, cuprinzând şi comunicarea nonverbală, ce îşi are originile (conform lui Paul Watzlawick) „în stadiile arhaice ale evoluţiei umane şi are o extensiune mult mai generală decât comunicarea digitală, verbală, relativ recentă şi mult mai abstractă, capabilă să reprezinte nu numai sensuri, ci şi logica limbajului.”[10] Cercetătorii au constatat că doar în procesul de comunicare umană se realizează cele două tipologii, fiinţa omenească fiind „singurul gen de organism capabil să utilizeze cele două moduri de comunicare”, care „nu există paralel sau complementar: ele pot să coexiste şi să se completeze în orice mesaj. După toate probabilităţile, *conţinutul (informaţia) se transmite digital şi relaţia 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 diferenţă.”[12] La acest rezultat s-a ajuns în baza studiilor şi cercetărilor de antropologie şi psihologie ale lui Batenson, apreciindu-se că în procesul comunicaţional, uneori, partenerii îşi manifestă preferinţa pentru un „comportament în oglindă (întemeiat pe egalitate) şi sisteme complementare, centrate pe diferenţă (de exemplu doctor-pacient, profesor-student).”[13]

A şasea axiomă conţine un enunţ extrem de concis: „Comunicarea este ireversibilă.”[14] Aceasta însemnând că odată ce s-a emis şi s-a receptat un mesaj, nu se mai poate reveni la punctul iniţial, efectul producându-se deja, fără putinţă de negare sau anulare, fără a sfida raţiunea şi logica realităţii lucrurilor.

În sfârşit, în *cea de-a şaptea axiomă* se afirmă: „Comunicarea presupune procese de ajustare şi acomodare.” Acestea, întrucât în multe situaţii „semnificantul sonor” al emiţătorului nu este înţeles potrivit semnificaţiei de intenţionalitate a acestuia, deoarece receptorul percepe cu oarecare „diferenţă” înţelesul 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

BDD-A23451 © 2013 Editura Universităţii „Petru Maior”
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.143 (2026-11-18 21:58:44 UTC)

La sfârşitul investigaţiilor lor ştiinţifice, cercetătorii modelului comunicaţional californian au făcut câteva observaţii, mai mult sau mai puţin pertinente, din care spicuim: „axiomele propuse sunt prima încercare de a da o formă logică sistematică unui proces extrem de complex şi de aceea nu trebuie înţelese 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, importanţa teoriei, în ansamblul ei, nici nu mai poate fi pusă astăzi la îndoială: ea rezidă, în primul rând, din aprecierea procesului comunicaţional ca fiind „o activitate colectivă, condusă de reguli învăţate inconştient" şi, apoi, din sublinierea repetată a adoptării unei „gramatici a comunicării", ca structură paradigmatică a noului model, zis şi „orchestral", unde – să ne reamintim! –, între alte aspecte interesante, conţinutul comunicării este asociat nivelului informaţional, iar acesta este înglobat, în integralitatea lui, nivelului relaţional. 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, şi-a întemeiat conceptele pe logică şi pe diverse experimentări, sesizând cu fineţe nevoia permanentă de comunicare a fiinţei umane şi presupunând desfăşurarea acesteia în acord cu raţionalitatea sistemului în care se produc atât interacţiunile comunicaţionale, cât şi cele relaţionale.

Bibliografie

Aristotel – *Parva naturalia*, trad. de Şerban Mironescu şi Constantin Noica, notă introductivă de Alexandru Boboc, Bucureşti, Editura Ştiinţifică, 1972.
Jürgen Habermas – *Sfera publică şi transformarea ei structurală. Studiu asupra unei categorii a societăţii burgheze,* traducere şi note bibliografice de Janina Ianoşi, ediţia a II-a, Bucureşti, Editura Comunicare.ro, 2005.
Anton Hügli, Poul Lübcke – coordonatori, *Filosofia în secolul XX, vol. I, Fenomenologia, Hermeneutica, Filosofia existenţei, Teoria critică*, traducere de Gheorghe Pascu, Andrei Apostol, Cristian Lupu, Bucureşti, Editura All Educational, 2003.
Eugen Năstăşel, Ioana Ursu – *Argumentul sau despre cuvântul bine gândit,* Bucureşti, Editura Ştiinţifică şi Enciclopedică, 1980.
Vasile Tran, Irina Stănciugelu – *Teoria comunicării,* ediţia a II-a, revăzută, Bucureşti, Editura Comunicare.ro, 2003.

[16] Ibidem, p. 59

BDD-A23451 © 2013 Editura Universităţii „Petru Maior"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.143 (2026-11-18 21:58:44 UTC)