

Aspecte ale teoriei comunicării

LILIANA MOLDOVAN
Biblioteca Județeană Mureș

Gânditorii de marcă ai sfârșitului de secol XX au avut într-un fel sau altul tangențe cu problemele ridicate de teoriile comunicării. Ei își afirmă convingerea că, în esență, cultura este alcătuită dintr-o mulțime enormă de comunicări. Odată cu reformele gnoseologice practicate în această perioadă la nivelul științelor psiho-sociale, care și-au accentuat caracterul interdisciplinar, raportul informație-comunicare devine tot mai frecvent prezent în marile dezbateri teoretice și constituie tema principală a numeroase cărți editate în ultima vreme. Fiecare din ele prezintă diferite aspecte psihologice, sociologice sau lingvistice care fac posibilă circumscrierea domeniului științelor informației și comunicării. Puse față în față, între disciplinele sus-amintite s-a stabilit pentru prima dată un dialog pertinent determinat de încercările de soluționare a tuturor fenomenelor de comunicare. Cercetările întreprinse pe parcursul ultimelor decenii ale secolului de care tocmai ne-am despărțit asupra situațiilor și tehnicilor de comunicare au avut un dublu scop. Mai întâi, au urmărit să ofere o definiție autentică a proceselor de comunicare umană; în al doilea rând, au căutat să expună o perspectivă cât mai largă asupra celor mai bune condiții necesare constituirii unor relații comunicaționale eficiente. Ca rezultat al acestor analize s-a constituit teoria comunicării, singura în măsură să explice în ce constă specificul relațiilor de comunicare dintre oameni și care este sursa farmecului exercitat asupra teoreticienilor de multiplele abordări care vizează problematica circulației informațiilor de la expeditor la destinatar. Întrucât nu putem parcurge în întregime traseul evoluției teoriilor comunicării, rămâne să studiem câteva din problemele ridicate de noua disciplină. Oricare din produsele culturale aduce un element nou, prezintă ceva despre care nu s-a vorbit încă. Este rândul teoriei informației să se prezinte, să debuteze pe marea scenă a cunoașterii umane.

Relația informație comunicare

Raportul informație comunicare, ce formează nucleul științelor comunicării, a stat la baza formulării unor numeroase puncte de vedere privind circuitul parcurs de informație pentru a ajunge de la sursă la destinatar. În esență, informația este un produs al comunicării iar comunicarea este un act

social. Dezvoltându-se în mod spectaculos, științele comunicării și informației abordează pe larg toate formele de transmitere a informațiilor începând cu formele orale, continuând cu informațiile scrise, transmise prin intermediul editurilor și bibliotecilor, ajungând la cunoștințele prezentate prin intermediul mass-mediei.

Constituirea teoriilor comunicării într-o știință de sine stătătoare este rezultatul eforturilor conjugate ale unor specialiști din domeniul lingvisticii, filosofiei, psihologiei, sociologiei și chiar din sfera criticii literare. Printre semnatarii actului de naștere al noii discipline se numără: Shannon, Ricoeur, Sartre, Gadamer și deja celebrul Umberto Eco.

O teorie filosofică a informației, de exemplu, va încerca să surprindă bogăția de aspecte specifice fenomenelor comunicării plecând de la afirmarea faptului că informația este în primul rând reflectare, este informație cu sens. Eficiența comunicării este mereu legată de problema surprinderii sensului, de înțelegerea faptului că, prin comunicare, ni se transmite o informație despre un obiect oarecare al reflectării.

De asemenea, relația informație-cunoaștere a reprezentat un punct de mare atracție pentru filosofi. Oamenii, cred gnoseologii, vorbesc pentru a se explica și ascultă pentru a cunoaște. În procesul comunicării ei jonglează cu enorme cantități de informații și devin, în funcție de felul în care se raportează la informație, când receptori, când emițători de idei. Cunoașterea are rolul de a permite informației să se actualizeze, să se „așeze” într-un anumit context cultural. Cunoașterea presupune organizarea informațiilor, sistematizarea lor în vederea transmiterii coerente a acestora.

Transmiterea cunoștințelor, respectiv a informațiilor, este însoțită întotdeauna de riscul receptării eronate a sensului. Pentru a surprinde esența mesajului se recurge la explicație. Ea operează cu determinisme, cauzalități și finalități și face posibilă înțelegerea. Aceasta din urmă introduce dimensiunea subiectivă în lanțul informațional creat între emițător și receptor. Există o anumită tendință a receptorului de a respinge conținutul mesajului. Tot ceea ce nu corespunde structurii mentale și cognitive a destinatarului este interpretat ca ceva străin înțelegerii subiective atâta timp cât nu intervine explicarea. Psihologia cognitivă a demonstrat că există trei niveluri de înțelegere, și anume înțelegere rațională, cognitivă și afectivă. Când vorbim de receptarea cognitivă a mesajului înțelegerea devine posibilă doar în spațiul aceleiași paradigme.

Plecând de la aceste precizări problema comunicării poate fi circumscrisă în toată complexitatea ei, iar o privire atentă asupra evoluției teoriilor comunicării dezvăluie faptul că fenomenul comunicării a ajuns obiect de analiză și clasificare din foarte multe perspective.

Dacă privim informația ca pe un caz particular al cugetării înseamnă că ea se naște în și prin procesul gândirii subiective. Subiectivitatea, ca premisă a

comunicării, intervine atunci când emițătorul alege un anumit sistem de semne, o numită rețea de coduri pentru a-și face cunoscute rezultatele reflectării. Dar informația trebuie să fie obiectivă în măsura în care este adecvată obiectului reflectat. Toate analizele referitoare la caracterul complex al opoziției obiectiv-subiectiv ajung la concluzia că informația este fenomen de relație și prezintă comunicarea ca un sistem de conexiuni de semne și semnificații.

Cu studierea semnelor și semnalelor se ocupă filosofia limbajului care definește comunicarea drept un schimb de informații accesibile prin intermediul limbajului, acesta din urmă fiind definit ca un sistem comunicațional alcătuit din semne și semnale. Există tot atâtea tipuri de limbaje câte tipuri de comunicare există. Indiferent de specificul său fiecare limbaj este în cele din urmă mijlocul sau mai exact suportul transmiterii unui mesaj. În urma procesului comunicării rezultă întotdeauna un mesaj considerat de Emilian M. Dobrescu, unul din reprezentanții români ai sociologiei comunicării, „*un ansamblu de informații prezentate într-o formă simbolică.*” Autorul român se referă la faptul că mesajul este compus dintr-un număr de coduri, el folosește termenii de codificator și decodificator pentru a desemna persoanele care împărtășesc aceeași experiență comunicațională.

Punctele cheie ale procesului comunicării, așa cum sunt stabilite de filosofia limbajului sunt emițătorul și receptorul, mai exact cel care codifică și transmite un mesaj și cel care primește și decodifică mesajul. Ne putem imagina mesajul ca un fel „existență abstractă” căreia cel care codifică îi dă forma concretă sub care poate fi transmis, iar emițătorul îi surprinde conținutul în urma unui efort de decodare. Dacă limbajul poate fi abstract, sensul nu este, el îi aduce pe transmitătorii și receptorii unui mesaj la un numitor comun din momentul în care folosesc coduri similare, rezultate din experiențe culturale asemănătoare. Sub influența scrierilor lui Michel Foucault structuraliștii utilizează termenul de „discurs” pentru a explica mecanismele receptării mesajelor. Noua teorie presupune că discursurile „*sunt produse ale formațiunilor sociale, istorice și instituționale*” iar indivizii sunt „scene” pe care sunt reproduse și interpretate discursurile produse social și istoric consacrate. La nivel subiectiv observăm cum textele particulare preiau elemente din discursurile sociale, apoi le articulează și le îmbogățesc cu elemente originale. Teoria discursului menționează că noi, ca entități culturale, „locuim” în variate spații discursive ca cele de clasă, gen, națiune, familie, vârstă, individualitate și suntem supuși conflictelor ideologice dintre discursuri. Atenția filosofilor se concentrează mai ales asupra discursurilor specifice cum sunt discursurile literare, mediatice sau științifice.

Cuplurile de termeni: destinatar-expeditor, receptor-emițător, cititor-autor sunt folosiți de lingvistul Roman Jakobson pentru a demonstra că relația dintre cele două părți are un caracter dialectic. Aceasta înseamnă că atât autorii comunicării verbale (emițătorul și receptorul) cât și cei care formează poliul mesajului scris (autorul și cititorul) se influențează reciproc. Oricât de ciudat ar părea, expeditorul caută să stabilească o relație de adecvare cu receptorul care va afecta în egală măsură forma și conținutul comunicării. În privința relației autor-cititor vom atrage deocamdată atenția asupra influenței lor reciproce. Ambii vin spre text cu propria lor experiență culturală. Astfel, cititorul ajunge aproape la fel de creativ ca și scriitorul, iar acesta din urmă încearcă să-și impună „autoritatea” asupra lectorului.

Jakobson a fost pasionat și de psiholingvistică, cercetările sale fiind dedicate stabilirii funcțiilor comunicării. Sunt cunoscute comparațiile pe care le face între funcția expresivă, funcția persuasivă, funcția referențială, funcția metalingvistică, specifice tuturor formelor de comunicare. Dintre autorii români Mihai Coman face distincție între funcția de informare, de interpretare, de legătură, funcția culturalizatoare și funcția de divertisment, abordând comunicarea din perspectiva puternicului ei caracter socio-cultural.

Desigur, orice încercare de clasificare a funcțiilor comunicării poartă amprenta unei anumite etape de dezvoltare socială, ca rezultat al unei evoluții istorice specifice. În acest sens, este interesant să menționăm că, spre deosebire de sociologul român, anticul Aristotel credea că orice comunicare publică îndeplinește cel puțin trei funcții: o funcție politică, o funcție judiciară și o funcție epideictică sau demonstrativă. Este lesne de sesizat că atributele comunicării sunt complementare și decurg din anumite nevoi cu caracter motivațional. La baza intervențiilor de natură teleologică, motivațională sau situații de comunicare specifice care acordă informării un solid caracter relațional.

Definită ca fenomen relațional, comunicarea poate fi înțeleasă sub patru rapoarte: raportul intrapersonal, care vizează dialogul interior; raportul interpersonal care se stabilește între o persoană emițătoare și un destinatar al mesajului; raportul de grup, care implică participarea unui număr mai mare de persoane, și, în sfârșit, raportul de masă unde comunicarea se desfășoară între grupuri foarte mari de indivizi și se adresează unui public numeros.

În acest context, se evidențiază ca formă aparte de comunicare, dialogul cu transcendentul. Indiferent că este vorba de comunicare individuală sau colectivă, directă sau mediată, mesajul adresat divinității este însoțit de invocări verbale, de gesturi ritualice, de muzică și ofrande simbolice. Mai mult, dacă situațiile comunicaționale prezentate anterior se circumscriu unei reprezentări spațiale pe orizontală, comunicării religioase îi este proprie o reprezentare verticală.

În general, un act de comunicare presupune existența unui emițător și al unui receptor. Receptorul primește informațiile prin intermediul unui „canal” constituit dintr-o mulțime de semne logic structurate pe care emițătorul le alege în vederea transmiterii unor informații. Stabilirea unei relații valoroase între destinatar și expeditor depinde de găsirea de către cei doi actori aflați într-o relație comunicațională a unor complexe de semne asemănătoare.

Ca primă observație, este necesar să amintim că procesele de comunicare sunt fenomene de interacțiune cu un evident caracter social, prin intermediul cărora se realizează schimburi de informații și semnificații între doi sau mai mulți interlocutori. Ele stau la baza legăturilor sociale, a tranzacțiilor informaționale dintre persoane. Trăind în mediu social este imposibil să nu comunicăm, aici orice interacțiune, orice comportament având semnificația unui mesaj. Iată marile concluzii ale psiho-sociologiei comunicării.

Despre varietatea modelelor comunicaționale

În continuare, dacă spațiul restrâns destinat acestei prezentări ne împiedică să realizăm o trecere în revistă a tuturor modelelor comunicaționale propuse de științele comunicării de-a lungul timpului ne vom opri asupra diferențelor dintre discursul științific și cel artistic, asupra specificului comunicării verbale, mai precis asupra diferențelor dintre comunicarea orală și cea scrisă.

Analizele psihologice de ultimă oră evidențiază că modalitățile de comunicare prezentate în prima parte a studiului de față poartă amprenta unui stil specific de comunicare dependent atât de conținutul mesajului, de limbajul în care se transmite acesta, cât și de profilul psihologic al emițătorului. Din această perspectivă se poate realiza o comparație între limbajul artistic, respectiv comunicările cu valoare estetică și limbajul științific, respectiv comunicările de natură logico-pragmatică.

Limbajul științei are un caracter obiectiv, este lipsit de încărcătură emoțională și dezvoltă idei univoce. Limbajul artei se constituie dintr-o multitudine de sensuri și posedă un real fundament subiectiv și creator. În ciuda unor delimitări stricte, conservatoare, între informațiile științifice și mesajele cu conținut artistic există multiple asemănări privind modalitățile de desfășurare proprii acestor tipuri de comunicare. Adesea, stilul sobru al comunicărilor științifice este considerat rece și impersonal. În zilele noastre însă, se discută tot mai mult despre intuiția omului de știință, despre talentul său profesional și calitățile sale stilistice. Bineînțeles, caracterul logic, profund realist și pragmatic al discursului științific presupune din partea teoreticianului un efort de diminuare a impulsurilor artistice, creatoare, în favoarea demonstrațiilor concrete, legate nemijlocit de rezultatele cunoașterii perceptive. În științele exacte, indiferent că se realizează o comunicare orală

sau scrisă, specialiștii recurg la demonstrații, la expuneri sistematice și la analize critice pentru a-și susține ideile. Demonstrația conferă credibilitate discursului științific, îi întărește caracterul persuasiv, în plus stimulează înțelegerea de către receptor a subiectului comunicării. Înțelegerea devine cheia de boltă a oricărei prelegeri științifice și reprezintă pentru persoana care transmite informațiile recompensa supremă. Descifrarea sensului comunicării apare încă o dată ca principal „motor” care face posibilă continuarea dialogului.

Pe de altă parte, artistul creator este convins că dialogul estetic pe care îl inițiază poartă în mod necesar amprenta experienței sale artistice unice. În calitate de emițător, el se bucură de deplina libertate de exprimare datorată stilului său propriu de gândire și aptitudinilor creatoare inedite pe care le exploatează în mod original. Unicitatea informațiilor artistice este măsura gradului lor de originalitate. Formarea unui stil de expresie personal, inconfundabil, devine condiție esențială a pătrunderii creatorului de artă în sfera culturii universale.

Dintr-o altă perspectivă, Abraham Moles face distincție între comunicările sonore, ca vorbirea și muzica, și comunicările vizuale, unde include, alături de discursurile specifice artelor plastice, și comunicările de semne ale textului tipărit. Important este că sistemele culturale specifice lumii contemporane utilizează cel puțin unul dintre canalele de comunicare prezentate mai sus și se supun unui model general de comunicare, redus la nivelul raportului dintre emițător și destinatar. Ca model liniar, lanțul emițător-canal-receptor poate fi studiat din punctul de vedere al numărului emițătorilor și receptorilor.

Se formează mai multe situații comunicaționale care presupun fie existența unui emițător și al unui receptor, fie interacțiunea dintre un receptor și mai mulți interlocutori, ori întâlnirea dintre mai mulți emițători cu un public receptor. Fiind forme superioare de activitate comunicațională, aceste situații de schimb informațional se supun unor tehnici și legi specifice de comunicare studiate cu conștiinciozitate de marii maeștrii ai artei comunicării.

Ne vom oprim mai întâi asupra **comunicării orale**, care se adresează unui auditoriu mai mult sau mai puțin numeros. Comunicarea nu este un fenomen mecanic, ci unul foarte complex, care antrenează procese subtile de gândire și vorbire cu efecte psihologice imediate sau de durată dependente de modalitatea în care reacționează receptorul în fața unui mesaj dat. Interpretarea psihologică a comunicării pleacă de la premisa că exprimarea verbală nu are un caracter izolat, ci este întotdeauna însoțită de subtile canale de comunicare, ce cuprind gesturile, mimica și poziția corporală. Chiar și tăcerea este considerată act de comunicare atunci când vehiculează o anumită semnificație.

Pe fondul unor motivații personale, oamenii practică diferite forme de comunicare orală. Este vorba în primul rând despre confesiune. Apărută inițial în mediul religios creștin, confesiunea era practică în biserică cu scopul autoevaluării morale a celui care vorbea. Odată cu constituirea psihanalizei, confesiunea devine o practică terapeutică des întâlnită astăzi în cabinetele de psihiatrie. Esențială în cazul confesiunii este prezența emițătorului în calitate de subiect al comunicării. Actul mărturisirii îmbracă uneori forme scrise în cazul corespondenței și a jurnalelor literare. Nevoia de dialog a oamenilor este cel mai bine pusă în valoare în cadrul conversației. Stabilită între doi parteneri sau practică în cadrul unor grupuri de emițători și receptori conversația este considerată „o formă tipică de acțiune și interacțiune comunicativă”. De multe ori, interacțiunea comunicativă ia forma unui discurs adresat unui auditoriu specific. Pe măsura dezvoltării vieții sociale au apărut diferite tipuri de discurs precum discursul politic, discursul academic, discursul juridic sau discursul ocazional. Au luat naștere oratoria și retorica, care stabilesc regulile exercitării artei vorbirii în public. Prezența publicului în procesul comunicării orale, dinamica interacțiunilor dintre emițător și receptori, conferă comunicării orale trăsături specifice. Comunicarea publică vizează atenția și memoria receptorilor. Atenția poate fi captată și cu ajutorul limbajelor non-verbale și trebuie reactivată mereu prin evitarea monotoniei. În plus, pe parcursul discursului, ideile esențiale trebuie repetate mereu, fără a dăuna atmosferei emoționale și dispoziției receptive impuse publicului, datorită personalității carismatice a emițătorului și a calității intelectuale a discursului rostit.

Relațiile informaționale declanșează în mod inevitabil procese subtile de gândire și de vorbire, respectiv scriere cu efecte psihologice imediate sau de durată: cineva percepe un anumit eveniment și reacționează într-o anumită situație, prin anumite mijloace, care îi permit să demonstreze că a receptat corect mesajul în totalitatea lui.

Comunicarea scrisă vizează producerea unui text de către un autor. Din perspectiva științelor comunicării, autorul este emițătorul mesajelor redactate în scris, iar cititorul este receptor. În procesul lecturării, destinatarului îi revine sarcina de a interpreta, de a nuanța și a amplifica conținutul mesajului transmis în scris.

Este inutil să subliniem că oamenii sunt făcuți pentru a se exprima, că orice manifestare creatoare a lor se realizează pe fundalul unei evoluții culturale specifice. Dar fenomenele culturale, ca sisteme de semne, ca „fapte de comunicare” se caracterizează nu doar prin oralitate, ci și prin posibilitatea identificării lor ca rezultate ale culturii scrise. Atâta timp cât cultura scrisă este și va rămâne un atribut de netăgăduit al societății contemporane, eforturile specialiștilor de a suprinde specificul comunicării transmise în scris sunt pe

deplin justificate. Aria de cuprindere a culturii scrise este extraordinar de largă și include opere literare, lucrări și tratate științifice, studii de filosofie, lucrările de corespondență, precum și genurile publicistice. Dacă literatura este rezultatul creației individuale, operele științifice pot fi produse ale creației colective, dezvoltând ca și în cazul discursului oratoric raporturi comunicaționale între emițători colectivi și publicul receptor. În linii mari, o comunicare scrisă presupune conceperea unui text în vederea transmiterii lui către potențiali receptori.

Cultura scrisă este legată de mijloace de comunicare și receptare a mesajelor total diferite față de sistemul transmiterii orale a cunoștințelor. O particularitate de prim ordin a mesajului scris se referă la posibilitatea destinatarului de a reveni asupra textului, de a-i reconstitui elementele din perspectiva variatelor unghiuri interpretative la care are acces. Spre deosebire de discursul oral unde lectorul stabilește ritmul transmiterii materialului comunicat, textul scris este, prin definiție, stabil iar cititorul este liber să găsească un ritm personal de receptare a mesajului, potrivit mecanismelor proprii de gândire și interpretare. Caracterul interactiv al comunicării nu mai este în cazul de față atât de evident. La prima vedere, gradul de implicare al lectorului în procesul de înțelegere a ideilor transmise este ușor diminuat. Susținătorii teoriei decodării, în frunte cu Umberto Eco sugerează contrariul, stabilind că scriitorul îl va supune întodeauna pe receptorul mesajului la un efort de interpretare, la un proces de decodificare a gândurilor exprimate în scris. Aceștia caută să stabilească în ce măsură contribuie autorul, prin abstractizare, la ocultarea sensurilor existente într-o comunicare scrisă. Interesul specialiștilor se oprește mai ales asupra operelor literare a căror forță sugestivă este binecunoscută. Cuvintele au asupra cititorilor experimentați a puternică influență artistică, greu de sesizat de către individualitățile pragmatice dominate de gândirea logică. Așa se explică, de pildă, de ce pentru poeți folosirea cuvintelor devine dacă nu un scop în sine, un veritabil mijloc de a sensibiliza sufletul omenesc.

Gândirea artistică este sursa conceperii și transmiterii unor mesaje cu un grad tot mai adânc de abstractizare și codificare, iar sarcina stabilirii particularităților ei revine științelor lecturii, singurele în măsură să spună ce este o lectură „pertinentă”. Să ofere răspunsuri la chestiuni legate de rolul autorului în geneza textului, să pună întrebări referitoare locul pe care îl ocupă cititorul în procesul receptării fragmentelor lecturate. Se ajunge la concluzia că cititul nu este și nu poate fi altceva decât un act comunicațional de receptare a unui mesaj scris. Mai mult, constată specialiștii, lectura poate avea un caracter individual și non-verbal sau un caracter colectiv și verbal. Teoreticienii nu se contrazic în acest caz dacă ne gândim că în cultura românească anterioară

secolului al XIX-lea lectura colectivă era la modă în cadrul unor societăți literare.

Spre exemplu, în eseu *Ce este literatura?* Sartre vede în procesul receptării operelor literare un efort conjugat al autorului și cititorului de a inventa tot felul de proceduri de codificare și de decodificare a mesajelor. Rolul scriitorului nu se încheie o dată cu scrierea volumului, autorul răspunde direct de eficiența comunicării, de potențialul semantico-artistic al operei care, la rândul său, îl conduce pe cititor în direcția „adevăratei” receptări a sensurilor existente în operele literare. Pe de altă parte, în cazul textului tipărit eficiența comunicării depinde de măsura în care receptorul se încarcă, la nivelul conștiinței cognitive și estetice, cu noi semnificații inexistente anterior sau prezente doar în stare latentă de eternă posibilitate. Problematika informației semiologice, adică a informației aflată sub influența unui număr relativ ridicat de sensuri a fost pe larg analizată de Umberto Eco în volumul *Opera deschisă* unde citim, potrivit spuselor autorului, că „se poate vorbi de informație, ca valoare, care constă în bogăția de alegeri posibile cu puțință de identificat la nivelul mesajului semnificant, informație care este redusă numai când mesajul semnificant, raportat la anumite lexicuri, devine mesaj-semnificație, și deci, alegere definitivă făcută de destinatar.” (Eco, Umberto, *Opera deschisă*, Editura Paralela 45, Ediția a 2-a, Pitești, 2002)

Evantaiul semantic al comunicărilor redactate în scris, mai ales dacă luăm în considerare textele literare, este mult mai amplu decât în cazul discursului retoric. Persoanele care receptează mesajul oral au oricând libertatea de a cere lămuriri în legătură cu intențiile oratorului. Cititorul aflat în imposibilitatea de a dialoga cu autorul trebuie să se concentreze mai mult pentru a ajunge la miezul lecturii, a surprinde sensul ocultat în text. Timpul necesar înțelegerii operei literare nu este întotdeauna echivalent cu perioada necesară parcurgerii mesajului. Pentru a reuși să înțeleagă în mod corespunzător conținutul unui roman mai greu de abordat cititorul va fi nevoit să se împrietenească cu textul, să-și facă frazele accesibile reformulându-le, trecându-le printr-un registru comprehensiv personal și accesibil.

Așa se explică de ce cititorul concentrat în direcția surprinderii semnificației unei idei intuiește aproape cu exactitate ideea următoare, mai exact, îi ghicește sensul înaintea receptării ei concrete ca frază tipărită. Este o trăsătură universală a semnificației de a genera noi semnificații, de a anticipa cursul dezvoltării discursului.

Dacă mesajul se adresează întotdeauna unui receptor, indiferent dacă acesta este prezent sau nu, înseamnă că orice carte este „dialogică”. Este orientată spre un presupus destinatar considerat ca obiect teleologic. Scrierea oricărui text nu a fost și nu va fi niciodată un scop în sine, conținutul

documentelor este făcut pentru a fi citit și receptat, adică pentru a semnifica ceva pentru altcineva.

Derrida abordează o nouă politică a semnificației când stabilește, pe la începutul anilor '80, că dincolo de semnificație nu există nimic, nu există „experiență”, nu există „realitate” întrucât acestea sunt reprezentate deja, fie în interiorul unei conștiințe individuale, fie ca rezultat al participării individului la o conștiință colectivă, care rezultă în urma unui proces de semnificare. Postulatul, formulat de părintele postmodernismului, că lumea întregă este un text se aplică mai ales asupra scrisului, respectiv asupra cititului. Lecturarea cărților pune față în față bagajul de semnificații al celui care scrie și experiența intelectuală urmată de bagajul de semnificații culturale al celui care citește. Derrida caută să amelioreze opoziția dintre acești doi poli, susținând că e imposibil să găsești semnificații eronate cu privire la un text deoarece el include, aprioric, toate semnificațiile posibile referitoare la el. În plus, există realmente șansa ca scriitorul și cititorul să îmbrățișeze relativ la textul comunicat unul și același înțeles. Raportul stabilit între cititori și paginile citite se bazează pe tradiții individuale și colective de lectură în virtutea cărora noi citim un text prin intermediul interpretărilor depozitate deja în el și a celor impuse de critica literară. Dacă lectura implică o ușoară deformare a sensului nu trebuie să acordăm credit interpretărilor bazate pe tradiție în defavoarea dialogului sincer cu textul însuși.

Raportul întreținut de cititori cu textele citite, lecturile noastre, se bazează pe tradiții de lectură, în virtutea cărora noi nu citim cu adevărat textul în forma lui inițială, ci mai curând prin intermediul interpretărilor prezente în text, interpusse între noi și text, ceea ce vrea să însemne că: a citi corect înseamnă a lua în considerare tradițiile de lectură generate de textul însuși.

Autorul stabilește sensul operei literare, dar oricât de controlat ar fi el, proiectul autorului poate da naștere și la „altceva”, la alte semnificații necuprinse inițial în fragmentele redactate. Pe de altă parte, există o rezistență internă a textului care limitează numărul interpretărilor, în acest fel autorul protejează sensul originar cu atât mai mult cu cât acest sens primar este ceea ce căutăm citind. Nerespectarea autonomiei semantice a textului ar fi pentru interpret o greșeală de neiertat, de aceea cititorul, potrivit unui principiu fundamental al teoriei receptării, va fi mereu atent să nu producă modificări în spațiul creator destinat exclusiv scriitorului.

Bazele teoriei receptării au fost puse, printre alții, și de istoricul literar Hans Robert Jauss care a întreprins numeroase investigații asupra textelor literare. El ajunge la concluzia surprinzătoare că din primul moment al lecturării operei, autorul este despărțit de textul pe care l-a creat și pe care l-a dăruit cu un sens originar. Pentru Jauss orice producție literară se caracterizează prin dinamism, în funcție de optica în care este interpretată.

Vorbind de productivitate criticul literar accentuează asupra „*mișcării interpretative*” depozitată în text: cititorul se apropie de scrierea subordonată unui sens prealabil cu bagajul personal de sensuri și semnificații, cu propriul său talent interpretativ. Acesta din urmă parcurge paginile cărții într-un stil propriu, interpretează fragmentele, le rescrie, le îmbogățește sau le sărăcește semantic în funcție de capacitățile sale intelectuale și puterea de abstractizare. Lectura lui va fi superioară dacă va contribui la dezvoltarea sensului, la eliberarea de noi semnificații. Astfel pusă în mișcare de un cititor-hermeneut lectura nu-și va pierde dinamismul și va rămâne un proces generator de înțelesuri suplimentare. De fapt, lectura poate fi considerată o formă de comunicare activă sau pasivă în măsura în care receptorul, respectiv cititorul, interpretează sau nu ideile transmise în scris. Actul creator al prozatorului, poetului sau memorialistului este un proces individual prin excelență. Nici o operă literară nu are valoare în sine, creația nu reprezintă un scop în sine, ea este făcută pentru a fi receptată. Autorul știe atunci când scrie că va intra în dialog cu posibili săi cititori. Mai mult, relația de comunicare dintre creator și receptor mijlocită de mesajul artistic transmis, îl transformă pe beneficiarul mesajului într-un „partener indispensabil” al operei literare. Scriitorul știe că lucrează pentru viitorii săi receptori, este conștient de faptul că aceștia îi vor interpreta mesajul, vor decodifica limbajul artistic în care este scrisă cartea. Dacă limbajul face legătura dintre comunicare și conștiința cititorul va filtra în mod obligatoriu mesajul literar prin conștiința sa estetică.

Literatura este o formă distinctă și specializată de comunicare, ea are la bază procedurile creației artistice și exploatează la maximum posibilitățile comunicaționale oferite de limbajul artistic. Normele de comunicare lingvistică sunt astfel manipulate încât, pe de o parte să se producă o ocultare a sensului, iar pe de altă parte să se realizeze o evidențiere a lui.

Evidențierea are loc în poezie prin respectarea unor reguli stilistice deosebite privind topica și ritmul versurilor astfel încât textul să dobândească o remarcabilă putere expresivă și să se obțină efecte retorice importante. Pe baza lor, limbajul poetic se eliberează definitiv de modalitățile banale, ușor încorsetate, de exprimare folosite în contextul unei comunicări obișnuite. Discursul poetic ar putea fi definit ca un text care încalcă regulile comunicării cotidiene și își stabilește propriile reguli sintactice utilizând cu măiestrie mijloacele limbajului poetic: metaforic și metaforizant.

Menirea operei literare de a informa, de a comunica sentimente și emoții se împlinește cel mai bine prin aplicarea, mai mult sau mai puțin controlată, a „metodologiei” lecturii active. Numai relizând o lectură activă, adică o lectură hermeneutică, de tip interpretativ, beneficiarii comunicărilor literare vor contribui la asigurarea nemuririi cărților și vor deveni parteneri credibili ai unui

dialog peste timp și spațiu, depășind barierele lingvistice și pătrunzând în diferite spații culturale.

Mass-media ca mijloc de comunicare

Până nu de mult cărțile reprezentau singurele instrumente de comunicare scrisă, cu caracter public și individual. O dată cu apariția presei, informațiile au pătruns mai adânc în rândul populației prin intermediul ziarelor și revistelor care au început să formeze și să deformeze opinia publică. Ca urmare a nevoii de informare rapidă a oamenilor au fost inventate radioul, televiziunea și, nu în ultimul rând, uriașele rețele de calculatoare, încurajând astfel schimbul cultural dintre popoare, contribuind la construirea unei veritabile culturi enciclopedice.

Pe parcursul dezvoltării lor științele comunicării au rezervat mass-mediei un capitol cuprinzător. S-a stabilit de la bun început că în interiorul sistemelor mass-media avem de a face cu un singur emițător și mai mulți receptori, mai exact cu un public receptor. Publicul formează o comunitate de indivizi puși în situația de a recepta o informație cu conținut identic. Publicul experimentează o situație comunicațională comună legată de însușirea unor mesaje politice, culturale, educaționale și publicitare. Membrii care alcătuiesc publicul pot avea păreri diferite, atitudini și interese diverse relativ la informațiile transmise. Publicul percepe informațiile din mass-media prin intermediul comentatorilor de televiziune și al editorialiștilor de ziare și reviste, aceștia din urmă exercitând o puternică influență asupra oamenilor, devenind adevărate vedete. Reporterilor și moderatorilor de televiziune, li se atribuie în funcție de fascinația și puterea pe care o exercită un statut excepțional. Publicul nu citește pur și simplu articolele ziaristului, nu îl ascultă sau îl urmărește pe prezentatorul emisiunilor de radio și televiziune, publicul vrea să cunoască viața privată a vedetei de televiziune, dorește să afle ce se petrece în această lume a elitelor.

Întâlnim situații în care discursul audio-vizual este receptat incomplet sau chiar incorect dacă nu se adresează unui public adecvat. În acest sens, specialiștii americani atrag atenția că nu întotdeauna comunicările mass-media se realizează cu succes. Eficiența comunicării depinde în mare măsură de capacitatea de înțelegere a oamenilor care receptează mesajul. Putem spune că există tot atâtea categorii de public câte tipuri de mesaje există. Se transmit emisiuni care se adresează publicului infantil, altele vizează tineretul, după cum o mare parte a emisiunilor sunt transmise pentru publicul matur. El reprezintă majoritatea grupurilor destinate în cadrul cărora sociologii disting mai multe subcategorii: elita, clasa de mijloc, oamenii de condiție modestă. În general, indiferent de gradul de specializare al publicului adult producătorii de emisiuni trebuie să știe că în vederea îmbunătățirii relației cu mass-media e bine să

satisfacă așteptările unui receptor cu un nivel cultural mediu. Acest public manifestă o mai slabă preocupare intelectuală, nu gustă întotdeauna umorul subtil și jocurile de cuvinte, se interesează de senzational, de viața vedetelor, urmărește cu interes concursurile televizate mai ales pe cele interactive cu posibilități de câștig material imediat. Dimpotrivă, publicul instruit formează o categorie mai restrânsă care, prin prisma unui sistem de valori bine structurat, face o selecție a informațiilor apărute în presa scrisă și televiziune, are capacitatea de a aprecia calitatea comunicărilor jurnalistice și nu acordă reprezentanților presei un credit nemăsurat. Cele două categorii de public pot avea în legătură cu același mesaj păreri diferite. Sociologia comunicării pune problema contextului comunicării care se referă la o serie de factori ce pot împiedica sau pot favoriza receptarea exactă a mesajului emis. Interesele și opiniile emițătorilor pot fi sau nu pot fi congruente cu opiniile, dispozițiile și reacțiile receptorilor.

Pornind de la premisa imensei asemănări dintre limbajul vorbit și comunicarea televizată, John Fiske și John Hartley, autorii volumului ***Semnele televiziunii***, oferă o perspectivă nouă, inspirată de teoriile sociologice și psihologice din științele comunicării, perspectiva semiologică asupra discursului televizat. Cei doi autori împărtășesc convingerea că limbajul este și va rămâne întotdeauna mijlocul prin care omul își va face intrarea în societate și va lua aminte de lumea din care face parte.

Televiziunea este o formă de limbaj, prin urmare poate fi supusă analizei semiotice. Termenii filosofiei limbajului, introduși de Paul Ricoeur: semnificație, semnificat, semnificant, sens discursiv, codificare și decodificare sunt folosiți cu iscusință de John Fiske și John Hartley pentru aplica o critică constructivă celui mai progresist tip de comunicare inventat de om, comunicarea mediatică. Sub aspect teleologic, cartea urmărește să modifice atitudinea publicului cu privire la funcțiile televiziunii. Publicul trebuie să înțeleagă că definiția televiziunii ca fiind „*ceva ce face oamenii să stea și să observe*” trebuie înlocuită cu observația academică despre caracterul codificat al acestui nou canal de comunicare.

Informațiile transmise prin intermediul televizorului alcătuiesc un imens univers de semne, iar semnificațiile lor se cer descifrate cu ajutorul unor sisteme de coduri convenționale. Televiziunea, „*un mijloc de comunicare puternic convenționalizat*”, folosește în special coduri logice și coduri estetice de comunicare. Convenția joacă un rol hotărâtor aici, ea impune constrângeri în privința codurilor estetice și mai ales a celor logice, le face, astfel, mai ușor de decodificat.

Comunicarea jurnalistică se încadrează în sfera comunicărilor publice și presupune existența unor grupuri mari de receptori. Discursul jurnalistic are

nevoie de contactul intelectual cu publicul pentru a se realiza iar conținutul concret al mesajului publicistic trebuie susținut prin demonstrație și argumentare. O trăsătură esențială a stilului publicistic de dialogare este contactul direct cu realitatea. Pentru a dobândi credibilitate jurnalistul va pătrunde în esența faptelor și evenimentelor despre care ne informează. Relatările sale vor porni întotdeauna de la „informația senzorială” rezultată în urma contactului nemijlocit cu realitatea cotidiană. În procesul transmiterii de informații publicistul își valorifică atât talentele cognitive cât și pe cele artistice, creatoare și dezvăluie legăturile cauzale dintre evenimentele relatate surprinzând semnificația lor cu ajutorul imaginilor artistice. În jurnalistică se recurge la metafore pentru a comunica mai mult și mai bine. Științele informării nu pot ignora faptul că mesajele din presă sunt alcătuite din două părți: știrea propriu-zisă și comentariile furnizate în legătură cu ea. În lucrarea *Jurnalistică universală*, David Randall sintetizează proprietățile generale ale discursului de presă care trebuie redactat într-un limbaj atractiv și se caracterizează prin precizie, claritate și planificare. De altfel, prospețimea relatărilor din presă și televiziune, sinceritatea reporterului și orientarea lui spre o analiză pertinentă a conținutului de idei devin criterii de apreciere a calității actelor de comunicare publicistică. Mesajele din presa scrisă și mass-media combină modalitățile științifice și artistice de redare a faptelor și evenimentelor concrete și cuprinde informații bogate, pe înțelesul publicului larg care apreciază limbajul natural cu influențe metaforice și își schimbă opiniile în funcție de convingerile și aprecierile celui care se exprimă publicistic.

Observații finale

Suntem de părere că, indiferent de complexitatea abordărilor și diversitatea concluziilor stabilite de reprezentanți marcanți ai științelor comunicării, esențială rămâne problema calității proceselor de informare indiferent de situațiile concrete în care se realizează. Pentru ca o comunicare să fie eficientă, concluzionează Jean-Claude Abirc în cartea sa de psihologie a comunicării, „*este necesar: să ascuți, să observi, să analizezi, să controlezi și să te exprimi*”. Mai departe scrie același autor: „*Să ascuți, adică să iei în considerare punctul de vedere al celuilalt. Să observi, altfel spus să fii atent la toate evenimentele. Să analizezi, în scopul de a discerne partea observabilă de cea ascunsă.*” (Jean-Claude Abirc, *Psihologia comunicării*, Iași : Polirom, 2002, p. 193).

Pe ultima sută de metri, insistăm asupra faptului că întotdeauna comunicarea trebuie înțeleasă ca o formă aparte de interacțiune socială, că ea se bazează pe stabilirea unor raporturi de exprimare personală și informare între emițător și destinatar: într-un proces de comunicare sunt implicați

indivizi sau grupuri de indivizi care trebuie să se concentreze asupra procedeele de codare și decodare a informațiilor. Comunicarea între doi sau mai mulți participanți implică utilizarea unui limbaj comun care să permită înțelegerea, necesită o experiență comunicațională apropiată precum și existența unei tehnologii care să asigure condițiile favorabile transmiterii unor mesaje de reală complexitate.

Teoriile și problemele amintite în studiul de față pot constitui teme de meditație și interes pentru investigații mai ample. În acest context am încercat să stabilim care sunt orientările generale din domeniul științelor comunicării plecând de la premisa antropologică potrivit căreia omul este o ființă care comunică folosind în special limbajul vorbit. Cuvântul este în fond marea descoperire a omenirii: obișnuit sau încărcat de expresii metaforice, el are puterea de a da naștere aceluși schimb neîntrerupt de informații care a stat la baza formării și dezvoltării omului ca ființă culturală.

BIBLIOGRAFIE

- ❖ Abric, Jean-Claude, *Psihologia comunicării: Teorii și metode*. Iași: Editura Polirom, 2002.
- ❖ Cadioli, Alberto, *Editorul și cititorii săi*. Pitești : Editura Paralela 45.
- ❖ Craia, Sultana, *Teoria comunicării*. Editura Fundației România de Măine, 2000.
- ❖ Ecco, Umberto, *Opera deschisă*. Pitești : Editura Paralela 45, 2002.
- ❖ Kramar, Mihai, *Psihologia stilurilor de gândire și acțiune umană*. Iași : Polirom, 2002.
- ❖ O’Sullivan, Tim, Hartley, John, Saunders, Dany, *Concepte fundamentale din științele comunicării și studiile culturale*. Iași : Editura Polirom, 2002.
- ❖ Sârghie, Anca, *Lectura și studiul*. Sibiu : Editura “Alma Mater”, 2002.

Aspects of Communication Theory

Abstract

Beginning with the last decades of the 20th century, we are able to observe a continuous proliferation of all the theories connected with the large domain of communicational sciences. In order to clarify the content of this quite new domain, a lot of scholars – linguists, sociologists, philosophers, psychologists – tried and succeeded in building interesting theories on this matter. Among them Shanon, Derrida, Ricoeur, Jakobson, Sartre, Heidegger and Umberto Ecco tried to give us genuine definitions of the process of

human communications and also to emphasize the best conditions of a more efficient communications. As a result of these analyses they have stated the communication theory as the best way of explaining the relationships and communication between people.

We consider that the most important aspect of this process of communication is the quality of information. We must understand communication as a special way of social interaction, as a personal expression that emphasize the relation between transmitter and receiver, because a process like this involves individuals or groups who have to concentrate upon the spreading of information. More than that, the researchers consider that communication between at least two speakers involves many conditions: the use of a common language; communicational experience; the existence of favourable conditions.

We must see and understand communication under four aspects: individual dialogue, when a man speaks to himself; dialogue between two people, between a transmitter and a receiver; collective dialogue, that involves a large number of people; mass dialogue, between large groups of transmitters, on one hand, and a numerous public, on the other hand.

A communicational situation involves at least a transmitter and a receiver, and both of them are subjected to special laws and techniques.

The researchers use to take into consideration the differences between written communication and verbal one, between the number of the persons involved in the communicational process. From a psychological point of view, it is considered that verbal communication does not suppose an isolated nature, but it involves some secondary aspects, such as gestures, mimicry, body language. Even silence is considered to be a way of communication, especially when it involves a certain signification. An obvious difference between these two types of communication refers to the fact that a verbal communication implies a specific rhythm of transmitting the message, while a written communication involves some kind of constancy / stability; in this way, the receiver chooses a personal rhythm of picking up informations.

Written communication implies a large area of spreading and includes literary works, scientific papers, philosophy, correspondence, journalism etc. Their purpose is to spread informations, to teach us about various subjects and problems. But they are able to attain their object only if the reader-receiver understands the importance of the active reading.

There are some obvious differences between literary works and journalistic papers. While literature involves some kind of emotional implication, an interpretative reading, journalism is a type of public communication, requires the existence of a large audience and its message must be completed with demonstrations and arguments. Concerning this

problem, David Randall refers in his work *Jurnalistic universal* to the characteristics of journalistic communication: lucidity, accuracy, planning.

We are neither interested in communicational type, verbal or written, nor if we deal with one or more speakers. All that matters is that communication process was and will be an essential aspect of human interaction.