Aspecte ale teoriei comunicării

LILIANA MOLDOVAN
Biblioteca Judeţeană Mureş

Gânditorii de marcă ai sfârşitului de secol XX au avut într-un fel sau altul tangenţe cu problemele ridicate de teoriile comunicării. Ei îşi afirmă convingerea că, în esenţă, cultura este alcătuită dintr-o mulţime enormă de comunicări. Odată cu reformele gnoseologice practicate în această perioadă la nivelul ştiinţelor psiho-sociale, care şi-au accentuat caracterul interdisciplinar, raportul informaţie-comunicare devine tot mai frecvent prezent în marile dezbateri teoretice şi constituie tema principală a numeroase cărţi editate în ultima vreme. Fiecare din ele prezintă diferite aspecte psihologice, sociologice sau lingvistice care fac posibilă circumscrierea domeniului ştiinţelor informaţiei şi comunicării. Puse faţă în faţă, între disciplinele sus-amintite s-a stabilit pentru prima dată un dialog pertinent determinat de încercările de soluţionare a tuturor fenomenelor de comunicare. Cercetările întreprinse pe parcursul ultimelor decenii ale secolului de care tocmai ne-am despărţit asupra situaţiilor şi tehnicilor de comunicare au avut un dublu scop. Mai întâi, au urmărit să ofere o definiţie autentică a proceselor de comunicare umană; în al doilea rând, au căutat să expună o perspectivă cât mai largă asupra celor mai bune condiţii necesare constituirii unor relaţii comunicaţionale eficiente. Ca rezultat al acestor analize s-a constituit teoria comunicării, singura în măsură să explice în ce constă specificul relaţiilor de comunicare dintre oameni şi care este sursa farmecului exercitat asupra teoreticienilor de multiplele abordări care vizează problematica circulaţiei informaţiilor de la expeditor la destinatar. Întrucât nu putem parcurge în întregime traseul evoluţiei teoriilor comunicării, rămâne să studiem cîteva 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 informaţiei să se prezinte, să debuteze pe marea scenă a cunoaşterii umane.

Relaţia informaţie comunicare

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

BDD-A19258 © 2003 Biblioteca Judeţeană Mureş
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 18:01:29 UTC)

social. Dezvoltându-se în mod spectaculos, ştiinţele comunicării şi informaţiei abordează pe larg toate formele de transmitere a informaţiilor începând cu formele orale, continuând cu informaţiile scrise, transmise prin intermediul editurilor şi bibliotecilor, ajungând la cunoştinţele prezentate prin intermediul mass-mediei.

Constituirea teoriilor comunicării într-o ştiinţă de sine stătătoare este rezultatul eforturilor conjugate ale unor specialişti din domeniul lingvisticii, filosofiei, psihologiei, sociologiei şi chiar din sfera criticii literare. Printre semnatarii actului de naştere al noii discipline se numără: Shannon, Ricoeur, Sartre, Gadammer şi deja celebrul Umberto Ecco.

O teorie filosofică a informaţiei, de exemplu, va încerca să surprindă bogăţia de aspecte specifice fenomenelor comunicării plecând de la afirmarea faptului că informaţia este în primul rând reflectare, este informaţie cu sens. Eficienţa comunicării este mereu legată de problema surprinderii sensului, de înţelegerea faptului că, prin comunicare, ni se transmite o informaţie despre un obiect oarecare al reflectării.

De asemenea, relaţia informaţie-cunoaştere a reprezentat un punct de mare atracţie pentru filosofi. Oamenii, cred gnoseologii, vorbesc pentru a se explica şi ascultă pentru a cunoaşte. În procesul comunicării ei jonglează cu enorme cantităţi de informaţii şi devin, în funcţie de felul în care se raportează la informaţie, când receptori, când emiţători de idei. Cunoaşterea are rolul de a permite informaţiei să se actualizeze, să se „aşeze" într-un anumit context cultural. Cunoaşterea presupune organizarea informaţiilor, sistematizarea lor în vederea transmiterii coerente a acestora.

Transmiterea cunoştinţelor, respectiv a informaţiilor, este însoţită întotdeauna de riscul receptării eronate a sensului. Pentru a surprinde esenţa mesajului se recurge la explicaţie. Ea operează cu determinisme, cauzalităţi şi finalităţi şi face posibilă înţelegerea. Aceasta din urmă introduce dimensiunea subiectivă în lanţul informaţional creat între emiţător şi receptor. Există o anumită tendinţă a receptorului de a respinge conţinutul mesajului. Tot ceea ce nu corespunde structurii mentale şi cognitive a destinatarului este interpretat ca ceva străin înţelegerii subiective atâta timp cât nu intervine explicarea. Psihologia cognitivă a demonstrat că există trei niveluri de înţelegere, şi anume înţelegere raţională, cognitivă şi afectivă. Când vorbim de receptarea cognitivă a mesajului înţelegerea devine posibilă doar în spaţiul aceleiaşi paradigme.

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

Dacă privim informaţia ca pe un caz particular al cugetării înseamnă că ea se naşte în şi prin procesul gândirii subiective. Subiectivitatea, ca premisă a

BDD-A19258 © 2003 Biblioteca Județeană Mureș
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 18:01:29 UTC)

comunicării, intervine atunci când emiţătorul alege un anumit sistem de semne, o numită reţea de coduri pentru a-şi face cunoscute rezultatele reflectării. Dar informaţia trebuie să fie obiectivă în măsura în care este adecvată obiectului reflectat. Toate analizele referitoare la caracterul complex al opoziţiei obiectiv-subiectiv ajung la concluzia că informaţia este fenomen de relaţie şi prezintă comunicarea ca un sistem de conexiuni de semne şi semnificaţii.

Cu studierea semnelor şi semnalelor se ocupă filosofia limbajului care defineşte comunicarea drept un schimb de informaţii accesibile prin intermediul limbajului, acesta din urmă fiind definit ca un sistem comunicaţional alcătuit din semne şi 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 reprezentanţii români ai sociologiei comunicării, „*un ansamblu de informaţii prezentate într-o formă simbolică*." Autorul român se referă la faptul că mesajul este compus dintr-un număr de coduri, el foloseşte termenii de codificator şi decodificator pentru a desemna persoanele care împărtăşesc aceeaşi experienţă comunicaţională.

Punctele cheie ale procesului comunicării, aşa cum sunt stabilite de filosofia limbajului sunt emiţătorul şi receptorul, mai exact cel care codifică şi transmite un mesaj şi cel care primeşte şi decodifică mesajul. Ne putem imagina mesajul ca un fel „existenţă abstractă" căreia cel care codifică îi dă forma concretă sub care poate fi transmis, iar emiţătorul îi surprinde conţinutul în urma unui efort de decodare. Dacă limbajul poate fi abstract, sensul nu este, el îi aduce pe transmiţătorii şi receptorii unui mesaj la un numitor comun din momentul în care folosesc coduri similare, rezultate din experienţe culturale asemănătoare. Sub influenţa scrierilor lui Michel Focault structuraliştii utilizează termenul de „discurs" pentru a explica mecanismele receptării mesajelor. Noua teorie presupune că discursurile „*sunt produse ale formaţiunilor sociale, istorice şi instituţionale*" iar indivizii sunt „scene" pe care sunt reproduse şi interpretate discursurile produse social şi istoric consacrate. La nivel subiectiv observăm cum textele particulare preiau elemente din discursurile sociale, apoi le articulează şi le îmbogăţesc cu elemente originale. Teoria discursului menţionează că noi, ca entităţi culturale, „locuim" în variate spaţii discursive ca cele de clasă, gen, naţiune, familie, vârstă, individualitate şi suntem supuşi conflictelor ideologice dintre discursuri. Atenţia filosofilor se concentrează mai ales asupra discursurilor specifice cum sunt discursurile literare, mediatice sau ştiinţifice.

BDD-A19258 © 2003 Biblioteca Judeţeană Mureş
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 18:01:29 UTC)

Cuplurile de termeni: destinatar-expeditor, receptor-emiţător, cititor-autor sunt folosiţi de lingvistul Roman Jakobson pentru a demonstra că relaţia dintre cele două părţi are un caracter dialectic. Aceasta înseamnă că atât autorii comunicării verbale (emiţătorul şi receptorul) cât şi cei care formează polii mesajului scris (autorul şi cititorul) se influenţează reciproc. Oricât de ciudat ar părea, expeditorul caută să stabilească o relaţie de adecvare cu receptorul care va afecta în egală măsură forma şi conţinutul comunicării. În privinţa relaţiei autor-cititor vom atrage deocamdată atenţia asupra influenţei lor reciproce. Ambii vin spre text cu propria lor experienţă culturală. Astfel, cititorul ajunge aproape la fel de creativ ca şi scriitorul, iar acesta din urmă încearcă să-şi impună „autoritatea" asupra lectorului.

Jakobson a fost pasionat şi de psiholingvistică, cercetările sale fiind dedicate stabilirii funcţiilor comunicării. Sunt cunoscute comparaţiile pe care le face între funcţia expresivă, funcţia persuasivă, funcţia referenţială, funcţia metalingvistică, specifice tuturor formelor de comunicare. Dintre autorii românii Mihai Coman face distincţie între funcţia de informare, de interpretare, de legătură, funcţia culturalizatoare şi funcţia de divertisment, abordând comunicarea din perspectiva puternicului ei caracter socio-cultural.

Desigur, orice încercare de clasificare a funcţiilor comunicării poartă amprenta unei anumite etape de dezvoltare socială, ca rezultat al unei evoluţii istorice specifice. În acest sens, este interesant să menţionăm că, spre deosebire de sociologul român, anticul Aristotel credea că orice comunicare publică îndeplineşte cel puţin trei funcţii: o funcţie politică, o funcţie judiciară şi o funcţie epideictică sau demonstrativă. Este lesne de sesizat că atributele comunicării sunt complementare şi decurg din anumite nevoi cu caracter motivaţional. La baza intervenţiilor de natură teleologică, motivaţională stau situaţii de comunicare specifice care acordă informării un solid caracter relaţional.

Definită ca fenomen relaţional, comunicarea poate fi înţeleasă sub patru rapoarte: raportul intrapersonal, care vizează dialogul interior; raportul interpersonal care se stabileşte între o persoană emiţătoare şi un destinatar al mesajului; raportul de grup, care implică participarea unui număr mai mare de persoane, şi, în sfârşit, raportul de masă unde comunicarea se desfăşoară între grupuri foarte mari de indivizi şi se adresează unui public numeros.

În acest context, se evidenţiază ca formă aparte de comunicare, dialogul cu transcendentul. Indiferent că este vorba de comunicare individuală sau colectivă, directă sau mediată, mesajul adresat divinităţii este însoţit de invocări verbale, de gesturi ritualice, de muzică şi ofrande simbolice. Mai mult, dacă situaţiile comunicaţionale prezentate anterior se circumscriu unei reprezentări spaţiale pe orizontală, comunicării religioase îi este proprie o reprezentare verticală.

BDD-A19258 © 2003 Biblioteca Județeană Mureș
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 18:01:29 UTC)

În general, un act de comunicare presupune existenţa unui emiţător şi al unui receptor. Receptorul primeşte informaţiile prin intermediul unui „canal" constituit dintr-o mulţime de semne logic structurate pe care emiţătorul le alege în vederea transmiterii unor informaţii. Stabilirea unei relaţii valoroase între destinatar şi expeditor depinde de găsirea de către cei doi actori aflaţi într-o relaţie comunicaţională a unor complexe de semne asemănătoare.

Ca primă observaţie, este necesar să amintim că procesele de comunicare sunt fenomene de interacţiune cu un evident caracter social, prin intermediul cărora se realizează schimburi de informaţii şi semnificaţii între doi sau mai mulţi interlocutori. Ele stau la baza legăturilor sociale, a tranzacţiilor informaţionale dintre persoane. Trăind în mediu social este imposibil să nu comunici, aici orice interacţiune, orice comportament având semnificaţia unui mesaj. Iată marile concluzii ale psiho-sociologiei comunicării.

Despre varietatea modelelor comunicaţionale

În continuare, dacă spaţiul restrâns destinat acestei prezentări ne împiedică să realizăm o trecere în revistă a tuturor modelelor comunicaţionale propuse de ştiinţele comunicării de-a lungul timpului ne vom opri asupra diferenţelor dintre discursul ştiinţific şi cel artistic, asupra specificului comunicării verbale, mai precis asupra diferenţelor dintre comunicarea orală şi cea scrisă.

Analizele psihologice de ultimă oră evidenţiază că modalităţile de comunicare prezentate în prima parte a studiului de faţă poartă amprenta unui stil specific de comunicare dependent atât de conţinutul mesajului, de limbajul în care se transmite acesta, cât şi de profilul psihologic al emiţătorului. Din această perspectivă se poate realiza o comparaţie între limbajul artistic, respectiv comunicările cu valoare estetică şi limbajul ştiinţific, respectiv comunicările de natură logico-pragmatică.

Limbajul ştiinţei are un caracter obiectiv, este lipsit de încărcătură emoţională şi dezvoltă idei univoce. Limbajul artei se constituie dintr-o multitudine de sensuri şi posedă un real fundament subiectiv şi creator. În ciuda unor delimitări stricte, conservatoare, între informaţiile ştiinţifice şi mesajele cu conţinut artistic există multiple asemănări privind modalităţile de desfăşurare proprii acestor tipuri de comunicare. Adesea, stilul sobru al comunicărilor ştiinţifice este considerat rece şi impersonal. În zilele noastre însă, se discută tot mai mult despre intuiţia omului de ştiinţă, despre talentul său profesional şi calităţile sale stilistice. Bineînţeles, caracterul logic, profund realist şi pragmatic al discursului ştiinţific presupune din partea teoreticianului un efort de diminuare a impulsurilor artistice, creatoare, în favoarea demonstraţiilor concrete, legate nemijlocit de rezultatele cunoaşterii perceptive. În ştiinţele exacte, indiferent că se realizează o comunicare orală

BDD-A19258 © 2003 Biblioteca Judeţeană Mureş
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 18:01:29 UTC)

sau scrisă, specialiştii recurg la demonstraţii, la expuneri sistematice şi la analize critice pentru a-şi susţine ideile. Demonstraţia conferă credibilitate discursului ştiinţific, îi întăreşte caracterul persuasiv, în plus stimulează înţelegerea de către receptor a subiectului comunicării. Înţelegerea devine cheia de boltă a oricărei prelegeri ştiinţifice şi reprezintă pentru persoana care transmite informaţiile 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 iniţiază poartă în mod necesar amprenta experienţei sale artistice unice. În calitate de emiţător, el se bucură de deplina libertate de exprimare datorată stilului său propriu de gândire şi aptitudinilor creatoare inedite pe care le exploatează în mod original. Unicitatea informaţiilor artistice este măsura gradului lor de originalitate. Formarea unui stil de expresie personal, incofundabil, devine condiţie esenţială a pătrunderii creatorului de artă în sfera culturii universale.

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

Se formează mai multe situaţii comunicaţionale care presupun fie existenţa unui emiţător şi al unui receptor, fie interacţiunea dintre un receptor şi mai mulţi interlocutori, ori întâlnirea dintre mai mulţi emiţători cu un public receptor. Fiind forme superioare de activitate comunicaţională, aceste situaţii de schimb informaţional se supun unor tehnici şi legi specifice de comunicare studiate cu conştiinciozitate de marii maeştrii ai artei comunicării.

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

BDD-A19258 © 2003 Biblioteca Județeană Mureș
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 18:01:29 UTC)

Pe fondul unor motivaţii personale, oamenii practică diferite forme de comunicare orală. Este vorba în primul rând despre confesiune. Apărută iniţial în mediul religios creştin, confesiunea era practicată 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. Esenţială în cazul confesiunii este prezenţa emiţătorului în calitate de subiect al comunicării. Actul mărturisirii îmbracă uneori forme scrise în cazul corespondenţei şi a jurnalelor literare. Nevoia de dialog a oamenilor este cel mai bine pusă în valoare în cadrul conversaţiei. Stabilită între doi parteneri sau practicată în cadrul unor grupuri de emiţători şi receptori conversaţia este considerată „*o formă tipică de acţiune şi interacţiune comunicativă*". De multe ori, interacţiunea comunicativă ia forma unui discurs adresat unui auditoriu specific. Pe măsura dezvoltării vieţii sociale au apărut diferite tipuri de discurs precum discursul politic, discursul academic, discursul juridic sau discursul ocazional. Au luat naştere oratoria şi retorica, care stabilesc regulile exercitării artei vorbirii în public. Prezenţa publicului în procesul comunicării orale, dinamica interacţiunilor dintre emiţător şi receptori, conferă comunicării orale trăsături specifice. Comunicarea publică vizează atenţia şi memoria receptorilor. Atenţia poate fi captată şi cu ajutorul limbajelor non-verbale şi trebuie reactivată mereu prin evitarea monotoniei. În plus, pe parcursul discursului, ideile esenţiale trebuie repetate mereu, fără a dăuna atmosferei emoţionale şi dispoziţiei receptive impuse publicului, datorită personalităţii carismatice a emiţătorului şi a calităţii intelectuale a discursului rostit.

Relaţiile informaţionale declanşează în mod inevitabil procese subtile de gândire şi de vorbire, respectiv scriere cu efecte psihologice imediate sau de durată: cineva percepe un anumit eveniment şi reacţionează într-o anumită situaţie, 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 ştiinţelor comunicării, autorul este emiţătorul mesajelor redactate în scris, iar cititorul este receptor. În procesul lecturării, destinatarului îi revine sarcina de a interpreta, de a nuanţa şi a amplifica conţinutul mesajului transmis în scris.

Este inutil să subliniem că oamenii sunt făcuţi pentru a se exprima, că orice manifestare creatoare a lor se realizează pe fundalul unei evoluţii culturale specifice. Dar fenomenele culturale, ca sisteme de semne, ca „*fapte de comunicaţie*" se caracterizează nu doar prin oralitate, ci şi prin posibilitatea identificării lor ca rezultate ale culturii scrise. Atîta timp cât cultura scrisă este şi va rămâne un atribut de netăgăduit al societăţii contemporane, eforturile specialiştilor de a suprinde specificul comunicării transmisă în scris sunt pe

BDD-A19258 © 2003 Biblioteca Judeţeană Mureş
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 18:01:29 UTC)

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

Cultura scrisă este legată de mijloace de comunicare şi receptare a mesajelor total diferite faţă de sistemul transmiterii orale a cunoştinţelor. 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 stabileşte ritmul transmiterii materialului comunicat, textul scris este, prin definiţie, stabil iar cititorul este liber să găsească un ritm personal de receptare a mesajului, potrivit mecanismelor proprii de gândire şi interpretare. Caracterul interactiv al comunicării nu mai este în cazul de faţă atât de evident. La prima vedere, gradul de implicare al lectorului în procesul de înţelegere a ideilor transmise este uşor diminuat. Susţinătorii 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. Aceştia caută să stabilească în ce măsură contribuie autorul, prin abstractizare, la ocultarea sensurilor existente într-o comunicare scrisă. Interesul specialiştilor se opreşte mai ales asupra operelor literare a căror forţă sugestivă este binecunoscută. Cuvintele au asupra cititorilor experimentaţi a puternică influenţă artistică, greu de sesizat de către individualităţile pragmatice dominate de gândirea logică. Aşa se explică, de pildă, de ce pentru poeţi folosirea cuvintelor devine dacă nu un scop în sine, un veritabil mijloc de a sensibiliza sufletul omenesc.

Gândirea artistică este sursa conceperii şi transmiterii unor mesaje cu un grad tot mai adânc de abstractizare şi codificare, iar sarcina stabilirii particularităţilor ei revine ştiinţelor 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 şi nu poate fi altceva decât un act comunicaţional de receptare a unui mesaj scris. Mai mult, constată specialiştii, lectura poate avea un caracter individual şi non-verbal sau un caracter colectiv şi verbal. Teoreticienii nu se contrazic în acest caz dacă ne gândim că în cultura românească anterioară

BDD-A19258 © 2003 Biblioteca Judeţeană Mureş
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 18:01:29 UTC)

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

Spre exemplu, în eseul ***Ce este literatura?*** Sartre vede în procesul receptării operelor literare un efort conjugat al autorului şi cititorului de a inventa tot felul de proceduri de codificare şi de decodificare a mesajelor. Rolul scriitorului nu se încheie o dată cu scrierea volumului, autorul răspunde direct de eficienţa comunicării, de potenţialul semantico-artistic al operei care, la rândul său, îl conduce pe cititor în direcţia „adevăratei" receptări a sensurilor existente în operele literare. Pe de altă parte, în cazul textului tipărit eficienţa comunicării depinde de măsura în care receptorul se încarcă, la nivelul conştiinţei cognitive şi estetice, cu noi semnificaţii inexistente anterior sau prezente doar în stare latentă de eternă posibilitate. Problematica informaţiei semiologice, adică a informaţiei aflată sub influenţa unui număr relativ ridicat de sensuri a fost pe larg analizată de Umberto Ecco în volumul ***Opera deschisă*** unde citim, potrivit spuselor autorului, că „*se poate vorbi de informaţie, ca valoare, care constă în bogăţia de alegeri posibile cu puţinţă de identificat la nivelul mesajului semnificant, informaţie care este redusă numai când mesajul semnificant, raportat la anumite lexicuri, devine mesaj-semnificaţie, şi deci, alegere definitivă făcută de destinatar*."(Ecco, Umberto, ***Opera deschisă***, Editura Paralela 45, Ediţia a 2-a, Piteşti, 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 oricînd libertatea de a cere lămuriri în legătură cu intenţiile 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 înţelegerii operei literare nu este întotdeauna echivalent cu perioada necesară parcurgerii mesajului. Pentru a reuşi să înţeleagă în mod corespunzător coţinutul unui roman mai greu de abordat cititorul va fi nevoit să se împrietenească cu textul, să-şi facă frazele accesibile reformulându-le, trecându-le printr-un registru comprehensiv personal şi accesibil.

Aşa se explică de ce cititorul concentrat în direcţia surprinderii semnificaţiei unei idei intuieşte aproape cu exactitate ideea următoare, mai exact, îi ghiceşte sensul înaintea receptării ei concrete ca frază tipărită. Este o trăsătură universală a semnificaţiei de a genera noi semnificaţii, 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 şi nu va fi niciodată un scop în sine, conţinutul

BDD-A19258 © 2003 Biblioteca Judeţeană Mureş
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 18:01:29 UTC)

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

Derrida abordează o nouă politică a semnificaţiei când stabileşte, pe la începutul anilor '80, că dincolo de semnificaţie nu există nimic, nu există „experienţă", nu există „realitate" întrucât acestea sunt reprezentate deja, fie în interiorul unei conştiinţe individuale, fie ca rezultat al participării individului la o conştiinţă colectivă, care rezultă în urma unui proces de semnificare. Postulatul, formulat de părintele postmodernismului, că lumea întreagă este un text se aplică mai ales asupra scrisului, respectiv asupra cititului. Lecturarea cărţilor pune faţă în faţă bagajul de semnificaţii al celui care scrie şi experinţa intelectuală urmată de bagajul de semnificaţii culturale al celui care citeşte. Derrida caută să amelioreze opoziţia dintre aceşti doi poli, susţinând că e imposibil să găseşti semnificaţii eronate cu privire la un text deoarece el include, aprioric, toate semnificaţiile posibile referitoare la el. În plus, există realmente şansa ca scriitorul şi cititorul să îmbrăţişeze relativ la textul comunicat unul şi acelaşi înţeles. Raportul stabilit între cititori şi paginile citite se bazează pe tradiţii individuale şi colective de lectură în virtutea cărora noi citim un text prin intermediul interpretărilor depozitate deja în el şi a celor impuse de critica literară. Dacă lectura implică o uşoară deformare a sensului nu trebuie să acordăm credit interpretărilor bazate pe tradiţie în defavoarea dialogului sincer cu textul însuşi.

Raportul întreţinut de cititori cu textele citite, lecturile noastre, se bazează pe tradiţii de lectură, în virtutea cărora noi nu citim cu adevărat textul în forma lui iniţială, ci mai curând prin intermediul interpretărilor prezente în text, interpuse între noi şi text, ceea ce vrea să însemne că: a citi corect înseamnă a lua în considerare tradiţiile de lectură generate de textul însuşi.

Autorul stabileşte sensul operei literare, dar oricât de controlat ar fi el, proiectul autorului poate da naştere şi la „altceva", la alte semnificaţii necuprinse iniţial în fragmentele redactate. Pe de altă parte, există o rezistenţă 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 greşeală de neiertat, de aceea cititorul, potrivit unui principiu fundamental al teoriei receptării, va fi mereu atent să nu producă modificări în spaţiul creator destinat exclusiv scriitorului.

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

BDD-A19258 © 2003 Biblioteca Județeană Mureș
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 18:01:29 UTC)

Vorbind de productivitate criticul literar accentuează asupra „*mişcării interpretative*" depozitată în text: cititorul se apropie de scrierea subordonată unui sens prealabil cu bagajul personal de sensuri şi semnificaţii, cu propriul său talent interpretativ. Acesta din urmă parcurge paginile cărţii într-un stil propriu, interpretează fragmentele, le rescrie, le îmbogăţeşte sau le sărăceşte semantic în funcţie de capacităţile sale intelectuale şi puterea de abstractizare. Lectura lui va fi superioară dacă va contribui la dezvoltarea sensului, la eliberarea de noi semnificaţii. Astfel pusă în mişcare de un cititor-hermeneut lectura nu-şi va pierde dinamismul şi va rămâne un proces generator de înţelesuri 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 excelenţă. Nici o operă literară nu are valoare în sine, creaţia nu reprezintă un scop în sine, ea este făcută pentru a fi receptată. Autorul ştie atunci cînd scrie că va intra în dialog cu posibilii săi cititori. Mai mult, relaţia de comunicare dintre creator şi receptor mijlocită de mesajul artistic transmis, îl transformă pe beneficiarul mesajului într-un „partener indispensabil" al operei literare. Scriitorul ştie că lucrează pentru viitorii săi receptori, este conştient de faptul că aceştia îi vor interpreta mesajul, vor decodifica limbajul artistic în care este scrisă cartea. Dacă limbajul face legătura dintre comunicare şi conştiinţă cititorul va filtra în mod obligatoriu mesajul literar prin conştiinţa sa estetică.

Literatura este o formă distinctă şi specializată de comunicare, ea are la bază procedurile creaţiei artistice şi exploatează la maximum posibilităţile comunicaţionale 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 evidenţiere a lui.

Evidenţierea are loc în poezie prin respecterea unor reguli stilistice deosebite privind topica şi ritmul versurilor astfel încât textul să dobândească o remarcabilă putere expresivă şi să se obţină efecte retorice importante. Pe baza lor, limbajul poetic se eliberează definitiv de modalităţile banale, uşor încorsetate, de exprimare folosite în contextul unei comunicări obişnuite. Discursul poetic ar putea fi definit ca un text care încalcă regulile comunicării cotidiene şi îşi stabileşte propriile reguli sintactice utilizând cu măestrie mijloacele limbajului poetic: metaforic şi metaforizant.

Menirea operei literare de a informa, de a comunica sentimente şi emoţii se împlineşte cel mai bine prin aplicarea, mai mult sau mai puţin 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 cărţilor şi vor deveni parteneri credibili ai unui

BDD-A19258 © 2003 Biblioteca Județeană Mureș
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 18:01:29 UTC)

dialog peste timp şi spaţiu, depăşind barierele lingvistice şi pătrunzând în diferite spaţii culturale.

Mass-media ca mijloc de comunicare

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

Pe parcursul dezvoltării lor ştiinţele 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 emiţător şi mai mulţi receptori, mai exact cu un public receptor. Publicul formează o comunitate de indivizi puşi în situaţia de a recepta o informaţie cu conţinut identic. Publicul experimentează o situaţie comunicaţională comună legată de însuşirea unor mesaje politice, culturale, educaţionale şi publicitare. Membrii care alcătuiesc publicul pot avea păreri diferite, atitudini şi interese diverse relativ la informaţiile transmise. Publicul percepe informaţiile din mass-media prin intermediul comentatorilor de televiziune şi al editorialiştilor de ziare şi reviste, aceştia din urmă exercitând o puternică influenţă asupra oamenilor, devenind adevărate vedete. Reporterilor şi moderatorilor de televiziune, li se atribuie în funcţie de fascinaţia şi puterea pe care o exercită un statut excepţional. Publicul nu citeşte pur şi simplu articolele ziaristului, nu îl ascultă sau îl urmăreşte pe prezentatorul emisiunilor de radio şi televiziune, publicul vrea să cunoască viaţa privată a vedetei de televiziune, doreşte să afle ce se petrece în această lume a elitelor.

Întâlnim situaţii în care discursul audio-vizual este receptat incomplet sau chiar incorect dacă nu se adresează unui public adecvat. În acest sens, specialiştii americani atrag atenţia că nu întotdeauna comunicările mass-media se realizează cu succes. Eficienţa comunicării depinde în mare măsură de capacitatea de înţelegere 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 destinatare în cadrul cărora sociologii disting mai multe subcategorii: elita, clasa de mijloc, oamenii de condiţie modestă. În general, indiferent de gradul de specializare al publicului adult producătorii de emisiuni trebuie să ştie că în vederea îmbunătăţirii relaţiei cu mass-media e bine să

BDD-A19258 © 2003 Biblioteca Județeană Mureș
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 18:01:29 UTC)

satisfacă aşteptările unui receptor cu nu nivel cultural mediu. Acest public manifestă o mai slabă preocupare intelectuală, nu gustă întotdeauna umorul subtil şi jocurile de cuvinte, se interesează de senzaţional, de viaţa vedetelor, urmăreşte cu interes concursurile televizate mai ales pe cele interactive cu posibilităţi de câştig material imediat. Dimpotrivă, publicul instruit formează o categorie mai restrânsă care, prin prisma unui sistem de valori bine structurat, face o selecţie a informaţiilor apărute în presa scrisă şi televiziune, are capacitatea de a aprecia calitatea comunicărilor jurnalistice şi nu acordă reprezentanţilor presei un credit nemăsurat. Cele două categorii de public pot avea în legătură cu acelaşi 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 şi opiniile emiţătorilor pot fi sau nu pot fi congruente cu opiniile, dispoziţiile şi reacţiile receptorilor.

Pornind de la premisa imensei asemănări dintre limbajul vorbit şi comunicarea televizată, John Fiske şi John Hartley, autorii volumului ***Semnele televiziunii***, oferă o perspectivă nouă, inspirată de teoriile sociologice şi psihologice din ştiinţele comunicării, perspectiva semiologică asupra discursului televizat. Cei doi autori împărtăşesc convingerea că limbajul este şi va rămâne întotdeauna mijlocul prin care omul îşi va face intrarea în societate şi 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, introduşi de Paul Ricoeur: semnificaţie, semnificat, semnificant, sens discursiv, codificare şi decodificare sunt folosiţi cu iscusinţă de John Fiske şi John Hartley pentru aplica o critică constructivă celui mai progresist tip de comunicare inventat de om, comunicarea mediatică. Sub aspect teleologic, cartea urmăreşte să modifice atitudinea publicului cu privire la funcţiile televiziunii. Publicul trebuie să înţeleagă că definiţia televiziunii ca fiind „*ceva ce face oamenii să stea şi să observe*" trebuie înlocuită cu observaţia academică despre caracterul codificat al acestui nou canal de comunicare.

Informaţiile transmise prin intermediul televizorului alcătuiesc un imens univers de semne, iar semnificaţiile lor se cer descifrate cu ajutorul unor sisteme de coduri convenţionale. Televiziunea, „*un mijloc de comunicare puternic convenţionalizat*", foloseşte în special coduri logice şi coduri estetice de comunicare. Convenţia joacă un rol hotărâtor aici, ea impune constrângeri în privinţa codurilor estetice şi mai ales a celor logice, le face, astfel, mai uşor de decodificat.

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

BDD-A19258 © 2003 Biblioteca Judeţeană Mureş
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 18:01:29 UTC)

nevoie de contactul intelectual cu publicul pentru a se realiza iar conţinutul concret al mesajului publicistic trebuie susţinut prin demonstraţie şi argumentare. O trăsătură esenţială a stilului publicistic de dialogare este contactul direct cu realitatea. Pentru a dobândi credibilitate jurnalistul va pătrunde în esenţa faptelor şi evenimentelor despre care ne informează. Relatările sale vor porni întotdeauna de la „informaţia senzorială" rezultată în urma contactului nemijlocit cu realitatea cotidiană. În procesul transmiterii de informaţii publicistul îşi valorifică atât talentele cognitive cât şi pe cele artistice, creatoare şi dezvăluie legăturile cauzale dintre evenimentele relatate surprinzând semnificaţia lor cu ajutorul imaginilor artistice. În jurnalistică se recurge la metafore pentru a comunica mai mult şi mai bine. Ştiinţele informării nu pot ignora faptul că mesajele din presă sunt alcătuite din două părţi: ştirea propriu-zisă şi comentariile furnizate în legătură cu ea. În lucrarea ***Jurnalistul universal***, David Randall sintetizează proprietăţile generale ale discursului de presă care trebuie redactat într-un limbaj atractiv şi se caracterizează prin precizie, claritate şi planificare. De altfel, prospeţimea relatărilor din presă şi televiziune, sinceritatea reporterului şi orientarea lui spre o analiză pertinentă a conţinutului de idei devin criterii de apreciere a calităţii actelor de comunicare publicistică. Mesajele din presa scrisă şi mass-media combină modalităţile ştiinţifice şi artistice de redare a faptelor şi evenimentelor concrete şi cuprinde informaţii bogate, pe înţelesul publicului larg care apreciază limbajul natural cu influenţe metaforice şi îşi schimbă opiniile în funcţie de convingerile şi aprecierile celui care se exprimă publicistic.

Observaţii finale

Suntem de părere că, indiferent de complexitatea abordărilor şi diversitatea concluziilor stabilite de reprezentanţi marcanţi ai ştiinţelor comunicării, esenţială rămâne problema calităţii proceselor de informare indiferent de situaţiile 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 asculţi, să observi, să analizezi, să controlezi şi să te exprimi*". Mai departe scrie acelaşi autor: „*Să asculţi, 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 Abric, ***Psihologia comunicării***, Iaşi : Polirom, 2002, p. 193).

Pe ultima sută de metri, insistăm asupra faptului că întotdeauna comunicarea trebuie înţeleasă ca o formă aparte de interacţiune socială, că ea se bazează pe stabilirea unor raporturi de exprimare personală şi informare între emiţător şi destinatar: într-un proces de comunicare sunt implicaţi

BDD-A19258 © 2003 Biblioteca Județeană Mureș
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 18:01:29 UTC)

indivizi sau grupuri de indivizi care trebuie să se concentreze asupra procedeelor de codare şi decodare a informaţiilor. Comunicarea între doi sau mai mulţi participanţi implică utilizarea unui limbaj comun care să permită înţelegerea, necesită o experienţă comunicaţională apropiată precum şi existenţa unei tehnologii care să asigure condiţiile favorabile transmiterii unor mesaje de reală complexitate.

Teoriile şi problemele amintite în studiul de faţă pot constitui teme de meditaţie şi interes pentru investigaţii mai ample. În acest context am încercat să stabilim care sunt orientările generale din domeniul ştiinţelor comunicării plecând de la premisa antropologică potrivit căreia omul este o fiinţă care comunică folosind în special limbajul vorbit. Cuvântul este în fond marea descoperire a omenirii: obişnuit sau încărcat de expresii metaforice, el are puterea de a da naştere acelui schimb neîntrerupt de informaţii care a stat la baza formării şi dezvoltării omului ca fiinţă culturală.

BIBLIOGRAFIE

❖ Abric, Jean-Claude, ***Psihologia comunicării: Teorii şi metode***. Iaşi: Editura Polirom, 2002.

❖ Cadioli, Alberto, ***Editorul şi cititorii săi***. Piteşti : Editura Paralela 45.

❖ Craia, Sultana, ***Teoria comunicării***. Editura Fundaţiei România de Mâine, 2000.

❖ Ecco, Umberto, ***Opera deschisă***. Piteşti : Editura Paralela 45, 2002.

❖ Kramar, Mihai, ***Psihologia stilurilor de gândire şi acţiune umană***. Iaşi : Polirom, 2002.

❖ O'Sullivan, Tim, Hartley, John, Saunders, Dany, ***Concepte fundamentale din ştiinţele comunicării şi studiile culturale***. Iaşi : Editura Polirom, 2002.

❖ Sârghie, Anca, ***Lectura şi 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 succeded 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

BDD-A19258 © 2003 Biblioteca Judeţeană Mureş
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 18:01:29 UTC)

human communications and also to emphasize the best conditions of a more eficient 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 secundary 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 reffers 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

BDD-A19258 © 2003 Biblioteca Județeană Mureș
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 18:01:29 UTC)

problem, David Randall reffers in his work ***Jurnalistul 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 interraction.

BDD-A19258 © 2003 Biblioteca Județeană Mureș
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 18:01:29 UTC)