

Modele ale comunicării

Lector univ. drd. Daniela Cotoară

Universitatea Politehnica București
Catedra de Politologie și Istorie

Resume: Les modèles de la communication sont formulés pour l'interprétation des phénomènes par une structure qui montre les éléments principaux et les relations qui existent entre ces éléments. Les fonctions de chaque modèle consistent en expliquer, organiser et formuler des hypothèses. Elles sont valorisées par leur degré de probabilité.

Mots clés : Communication ; Modèles ; Information ; Fonctions ; Feed-back ; Context

Un model permite să se interpreteze un ansamblu de fenomene prin intermediul unei structuri ce pune în evidență principalele elemente și relațiile care există între aceste elemente. Funcțiile pe care modelul le are de îndeplinit sunt euristice (a explica), organizaționale (a ordona) și predictive (a formula ipoteze). Modelele nu valorează, susțin Mc Quail și Windahl, decât prin gradul lor de probabilitate: ele rămân valabile atât timp cât nu sunt dezmințite de experiență. Ele reprezintă doar o modalitate de a descrie realitatea și nu realitatea însăși, fiind posibil ca mai multe modele să țină cont de același ansamblu de fenomene¹. Există modele ce arată structura fenomenului – schema elementelor procesului de comunicare, dar și modele ce pun evidență relațiile ce există între diferitele componente ale sistemului și influențele care le exercită unele asupra altora – punerea în relație a componentelor societății, analiza efectelor pentru a transmite moștenirea socială, variația energiei unui sistem în funcție de forțele exercitate asupra acestui sistem etc.

Sublinierea care se impune a fi făcută, după cum arată și Yves Le Coadic, este că utilizarea unui model poate bloca dezvoltarea unei științe, iar în modelizarea proceselor de comunicare vom găsi un bun exemplu: tendința

¹ Denis Mc Quail, S. Windahl, *Communication Models for the Study of Mass Communication*, apud Yves Le Coadic, *Știința Informării*, Ed. Sigma, București, 2004, p. 65.

de a reprezenta comunicarea sub forma unui proces unidirecțional, în care emițătorul caută în mod deliberat să influențeze receptorul. Lipsa *feed-back*-ului, neluarea în considerare a contextului, a semnificațiilor neagă orice deschidere, orice interacțiune în procesul comunicării. Există riscul de a utiliza modele, chiar în scopuri euristice, care pot fi prea simplificate, incomplete. În același timp, importanța modelelor în reperarea și analizarea segmentelor realității este covârșitoare, dar nu absolută.

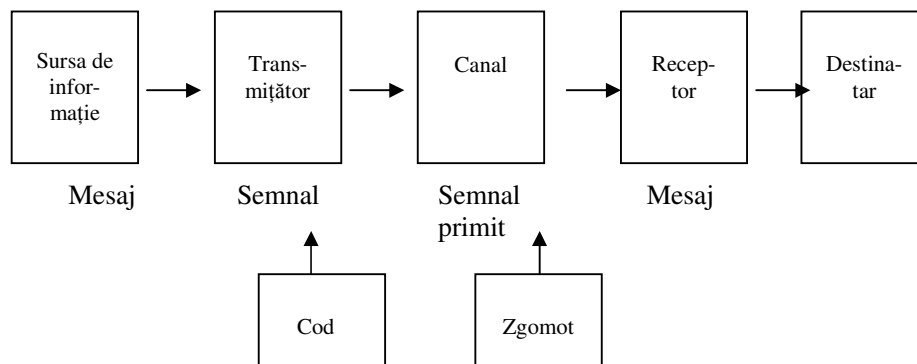
Începând cu a doua jumătate a secolului XX, au fost elaborate o seamă de modele teoretice ce au căutat să exprime relațiile dintre elementele procesului de comunicare, inspirate din diverse științe (matematică, informatică, cibernetică, fizică, lingvistică, semiotică, psihologie, sociologie etc.) și create de diferite școli – școala proces, școala semiotică, școala de la Palo Alto, școala de la Oxford etc.

Plecând de la prezentarea supozițiilor de bază asupra comunicării, John Fiske arăta că toate tipurile de comunicare implică semne și coduri². Semnele sunt acte care se referă la altceva decât la ele însele, fiind prin aceasta construcții semnificative. Codurile sunt sisteme în care semnele sunt organizate și în care sunt precizate ce semne pot fi corelate unele cu altele și în ce fel. Aceste semne și coduri sunt transmise altor persoane, iar transmiterea și receptarea lor este o practică socială. În viața unei culturi comunicarea este punctul central – fără comunicare, nici o cultură nu poate supraviețui. Comunicarea a fost definită de J. Fiske drept interacțiune socială prin intermediul mesajelor, iar pentru studiul acesteia au fost distinse două mari școli, școala proces și școala semiotică.

Școala proces vede comunicarea ca transmitere, codare și decodare a mesajului, fiind interesată de eficiența și acuratețea transmiterii. Comunicarea este procesul prin care o persoană afectează comportamentul sau starea de spirit a unei alte persoane. Un efect diferit față de ceea ce s-a intenționat să se comunice va fi interpretat ca un eșec al comunicării. Motivul eșecului va fi căutat pe parcursul procesului de comunicare. Școala proces influențează, mai ales, psihologia și sociologia și se autodefineste ca studiul actelor de comunicare. Interacțiunea socială, respectiv comunicarea, este definită ca procesul prin care o persoană relaționează cu alta sau afectează comportamentul, starea de spirit ale altei persoane sau invers. Mesajul este ceea ce poate fi transmis prin procesul de comunicare. Intenția declarată sau nedeclarată este considerată de unii reprezentanți ca fiind esențială în analiza mesajului.

Din această perspectivă orice proces de comunicare include elementele regăsite în următoarea schemă:

² John Fiske, *Introduction to Communication Studies*, Methuen, New York, 1982.



(după Baylon și Mignot, 2000, p. 44)

Chiar dacă admite această schemă de bază sau o versiune mai mult sau mai puțin apropiată, fiecare teorie privilegiază anumite elemente sau anumite relații în funcție de interesele și preocupările sale. O primă teorie, cea a informației, studiază “transmisia fizică a semnalelor, semiologia comunicării, structura codurilor și a sistemelor de semne, pragmatica comunicării, dinamica relațiilor emițător-receptor”³.

* Modelul Shannon-Weaver⁴

Sursa de informație Transmițător semnal receptare Receptor
 Destinatar

Sursă de zgomot

Unul dintre cele mai influente modele este cel conceput de Claude Shannon, inginer și matematician, și Warren Weaver, teoretician al comunicării, care le și poartă numele (“*Shannon și Weaver*”). Shannon a elaborat “teoria matematică a comunicării”, studiind fidelitatea transmiterii diferitelor tipuri de semnale de la emițător la receptor. În modelul “Shannon-Weaver” comunicarea informației este descompusă în următoarele elemente: sursă de la care pleacă mesajul către transmițător, unde este codificat într-un semnal ce poate fi distorsionat de zgomot, trecând prin canal în drumul către receptor, unde este decodificat și transmis destinatarului. Preocuparea lor o

³ Christian Baylon, Xavier Mignot, *Comunicarea*, Ed. Universității “Al.I.Cuza”, Iași, 2000, p. 9.

⁴ Claude Shannon, Warren Weaver, *The Mathematical Theory of Communication* University of Illinois Press, 1949. Vezi și Daniela Cotoară, Elena Tîrziman, *Aspecte ale comunicării în domeniul socio-uman*, Ed. Universității București, 2004.

reprezintă transmiterea semnalului, independent de conținutul lui. Noțiunile cu care operează Shannon în teoria sa sunt cele de “alegere”, “probabilitate”, “incertitudine”, “măsurare”, “entropie”, “negentropie”, “redundanță”.

Teoria informației va răspunde, după cum arată Ion Drăgan, la două întrebări:

1. cum poate fi transmisă o informație în modul cel mai rapid și cu o reducere de costuri?

2. cum se poate asigura identitatea dintre informația primită și cea emisă?

În teoria lui Shannon, informația este o valoare matematică, o măsură a ceea ce este transmis, transportat de la emițător la receptor, mai precis măsură a incertitudinii dintr-un sistem⁵. În acest sens, *informația* este definită ca raportul dintre ceea ce poate fi spus și ceea ce este spus efectiv, este măsura alegerii făcute între posibili, este măsurată efectiv prin gradul de probabilitate ce afectează ordinea elementelor dintr-o serie.

Sursa este factorul de decizie, adică are posibilitatea în construirea mesajului de a alege între anumite elemente din repertoriu. Acest mesaj este convertit într-un semnal de către emițător și transmis printr-un canal receptorului. Un *mesaj* este o succesiune de semnale, extras dintr-un ansamblu numit repertoriu. Informația este maximă când toate elementele mesajului sunt “echiprobabile”; un răspuns la fiecare alternativă elimină jumătate din incertitudine⁶. Dacă un mesaj este bine structurat, alegerea este limitată și informația este redusă (este mai puțin informativ), dacă mesajul este mai puțin structurat, alegerea este mai mare, iar informația este mai multă (este mai informativ și efectul “de surpriză” este mai mare.

Entropia, termen preluat din termodinamică, unde semnifică măsura incertitudinii aranjamentului elementelor dintr-un sistem fizic, în teoria informației, măsoară cantitatea de informații emise plecând de la o sursă, este legată de gradul libertății de alegere a emițătorului atunci când construiește un mesaj⁷. Mesajul pentru a putea circula în canal trebuie tratat. Codării mesajului făcută la intrarea în canal îi corespunde decodarea și transmiterea efectuate la ieșire. *Codul* este un ansamblu de sensuri comun membrilor unei culturi sau subculturi și constă atât în semne, cât și în reguli și convenții privind contextele de combinare și utilizare.

Canalul este suportul fizic al mesajului, unde de lumină, de sunet, hertziene, fibre optice, sistemul nervos etc. Deosebita contribuție a lui Shannon la teoria informației rezidă atât în demonstrarea necesității codificării mesajului ținând cont de capacitatea reală a canalului utilizat, definită nu doar

⁵ Gilles Willet, *apud* Ioan Drăgan, *Paradigmele comunicării de masă*, Casa de Editură și Presă “Șansa” SRL, București, 1996., pp. 12-14.

⁶ Christian Baylon, Xavier Mignot, *Op. cit.*, p.46.

⁷ *Dictionnaire des médias*, Maison Mame, 1971, p. 52.

prin banda sa de frecvență și puterea sa, dar și prin nivelul de *zgomot*. O altă noțiune utilizată este cea de *redundanță* ce reprezintă expresia matematică a constrângerilor care apasă asupra alegerii semnalelor; repetiția este expresia cea mai simplă a redundanței. Pentru a combate zgomotul, se introduce o anumită redundanță în mesaj, adică se transmit mai multe semnale decât este necesar (este o măsură de securitate pentru mesaj)⁸.

Creșterea informației și, deci, a cunoștințelor este, de fapt, o luptă a ordinii împotriva destructurării și dezorganizării (informația este *negentropică*, tinde către ordine, după Shannon). Teoria lui Shannon se ocupă de schimbul de semnale perfect definite și izolabile și propune nu o măsură a informației, ci o măsură a imprevizibilității, *apriori*, un asamblaj de elemente pentru un receptor. Acuratețea precizia, eficacitatea transmiției sunt nivele de cercetare pe care se structurează modelul Shannon-Weaver. Nu este o teorie a comunicării, pentru că ignoră semnificația pe care oamenii o atribuie obiectelor și cuvintelor. *Informația*, potrivit teoriei informației, este ceea ce reduce prin transmiterea ei ignoranța și incertitudinea privind starea unei situații date și mărește capacitatea de organizare, structurare și funcționare a unui sistem dat. Potrivit teoriilor comunicării, informația este “apropiere de sens”, este “transmitere către o ființă conștientă a unei semnificații, a unei noțiuni prin intermediul unui mesaj spațio-temporal (tipărit, telefonic, unde sonore)”⁹.

* Modelul lui Lasswell

R. Escarpit distinge între comunicare și informație, considerând “comunicarea ca un proces complex funcționând împreună cu un anumit număr de aparate din care «media» este doar partea tehnologică”, iar informația ca măsura matematică a conținutului mesajelor pe care le transmite «media». Sublinierea pe care o face este că informația poate fi transmisă unilateral, iar comunicarea este întotdeauna bi- sau multilaterală¹⁰. Harold Lasswell este primul care formulează o schemă informațională unilaterală:

1. Cine obține?
2. Ce?
3. Când?
4. Cum?

(*Who Gets What, When, How?*), 1936, adaptat în 1948 ca model de comunicare linear: Cine spune, ce, cui, prin ce canal, cu ce efecte? /(*Who says what to whom through which channel with what effect?*, *The Structure and Function of Communication in Society*, 1948). Acest model privește

⁸ Lucien Sfez, *Dictionnaire critique de la communication*, P.U.F., Paris, 1993, pp.147-150.

⁹ Gilles Willet, *apud* Ioan Drăgan, *Op. cit.*, p.16.

¹⁰ Robert Escarpit, *Écrit et la communication*, P.U.F., Paris, 1978.

comunicarea ca transmitere de mesaje și reprezintă versiunea verbală a modelului Shannon & Weaver¹¹. Este un model linear care privește comunicarea ca transmitere de mesaje, fiind mai interesat de efectele comunicării decât de înțelesuri. În acest context, prin efect înțelegem o schimbare observabilă și măsurabilă a stării receptorului ce este produsă de un element identificabil din proces. De unde se deduce că modificând un element al procesului vom comanda și modificarea efectului.

După Lasswell, procesul de comunicare îndeplinește trei funcții principale în societate¹²:

- supravegherea mediului, dezvăluind tot ceea ce ar putea amenința sau afecta sistemul de valori al unei comunități sau al părților care o compun;
- punerea în relație a actorilor societății pentru a produce un răspuns față de mediu;
- transmiterea moștenirii sociale. Acestor funcții Lazarsfeld și Merton le vor adăuga și funcția de spectacol, distracție (*entertainment*).

* Modelul cibernetic

Un alt model al comunicării, în care modelul “informatic” va fi dezvoltat este cel cibernetic. Norbert Wiener a propus, dând chiar titlul lucrării sale – *Cybernetics* (1948), o știință generală a comunicării aplicabilă deopotrivă omului și mașinii numită *cibernetică*. Din punct de vedere etimologic, cuvântul cibernetică derivă din termenul grec *Kubernêin* care înseamnă a pilota, a governa, *kubernêtikê* – arta sau știința guvernării. Cibernetica este definită ca știința controlului și a comunicării la oameni și mașini; studiază funcționarea organismelor, luând cuvântul organism într-un sens foarte general – ansambluri biologice și mecanice fără a ține cont de natura lor. Wiener a oferit primul mare model teoretic de unificare a științelor umane¹³ (biologie fizică, logică, matematică, ergometrie, informatică) în jurul unei paradigme a comunicării.

Comunicarea umană este, potrivit acestui model, asemeni unui dispozitiv de comunicare între mașini capabile să transmită și să interpreteze ordine. Orice sistem (mașină, organism, organizație) este ca o «cutie neagră» (*black box*) dotată cu o “intrare” (*in-put*) și o “ieșire” (*out-put*) și posedă o funcție de transformare ce permite anticiparea *out-put*-ului pornind de la *in-put*. Orice modificare adusă unui element din sistem le afectează pe toate celelalte.

¹¹ John Fiske, *Op. cit.*; vezi și Yves Le Coadic, *Op. cit.*, p. 66.

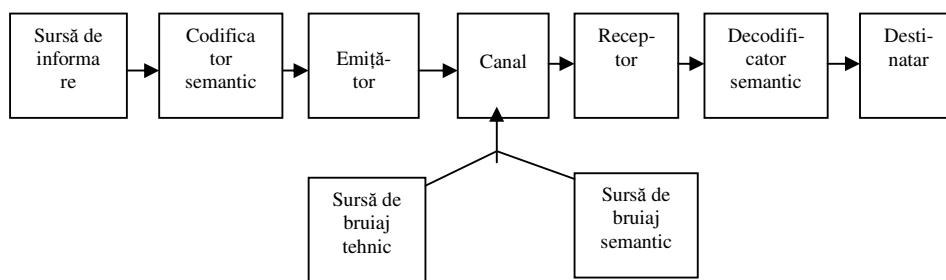
¹² Armand Mattelart, Michelle Mattelart, *Istoria teoriilor comunicării*, Ed. Polirom, Iași, 2000; vezi și Alex Mucchielli, *Les sciences de l'information et de la communication*, Hachette, Paris, 2001, p.7.

¹³ Francis Ballé, (dir.), *Dictionnaire des médias*, Larrousse, Paris, 1998, p. 79.

Accentul este pus pe *feed-back*, conexiunea inversă dintr-un sistem comunicațional ce cuprinde procedeele de *autoreglare* care permit sistemului să se adapteze la modificările de context. În acest fel, sursa poate răspunde și se poate adapta la informațiile pe care le primește despre rezultatele mesajelor trimise și se menține echilibrul sistemului (*homeostazie* – proprietate a organismului de a menține în limite apropiate constantele mediului intern). În abordarea comunicării vor fi introduse conceptele vehiculate de acest model: *feed-back*, autoreglare, homeostazie.

Feed-back-ul are efect de modificare și ghidare a activităților de codificare și transmitere ale "comunicatorului" și poate lua forme diferite în funcție de tipul de eveniment comunicațional. Poate fi, de exemplu, cealaltă jumătate a unei conversații, rezultatele examenelor, studiile statistice de audiență a unei companii de televiziune, recenziile unei cărți, expresia facială a interlocutorului etc. Wilbur Schramm accentuează faptul că *feed-back*-ul face ca procesul de comunicare să fie circular și nu linear și multidirecțional; el reprezintă "un element cheie pe care nici o reprezentare a procesului de comunicare umană nu-l poate omite"¹⁴.

Modelul *informațional* și modelul *cibernetice* ilustrează, după cum arată Jean-Michel Besnier, faza în care problemele comunicării au fost "anexate" de către științele de inspirație matematică și fizică. Astfel încât, în anii '80 s-au formulat modele matematice integratoare ce exprimă mai profund logica proceselor de comunicare, beneficiind și de contribuția importantă a științelor comunicării (lingvistica, semiotica, științele cognitive etc.). Un astfel de model *matematic avansat (generalizat)* al comunicării este redat schematic astfel:



Posibilitățile oferite de teoria informației au trezit și interesul psihologilor care au elaborat o seamă de studii asupra capacității de transmisie a omului. Problema pe care au întâmpinat-o a fost aceea a recodificării informației care poate fi făcută în termeni diferiți de codificarea

¹⁴ Jean-Michel Besnier, *apud* Ioan Drăgan, *Op. cit.*, p. 67.

experimentatorului. Omul nu este “un simplu canal” care doar transmite informație; el o supune unui tratament - decodează, filtrează, stochează, utilizează informația în cursul unei experiențe oarecare.

***Modelul lui Newcomb** pornește de la premiza după care comunicarea între indivizii umani îndeplinește funcția esențială de a permite ca doi sau mai mulți interlocutori să mențină orientarea simultană unii către ceilalți și către obiectele din mediul exterior¹⁵.

X

A

B

A și B sunt indivizii, iar X este un obiect din ambientul comun. Comunicarea este concepută ca procesul ce permite menținerea simetriei relației între cele trei elemente, transmiterea informației și adaptarea. Sistemul ABX este stabil la un moment dat, este în echilibru.

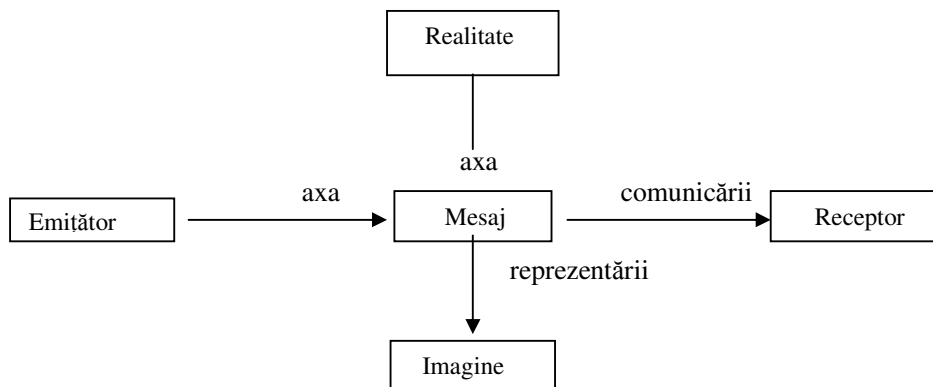
***Modelul Westley&Maclean** este inspirat de modelul lui Newcomb descrie procesul comunicării interpersonale, arătându-se că informația este fie dată de la un individ A unui individ B, fie este căutată de B la o sursă A ce dispune de competențe specifice în raport cu nevoile lui B. Ei au interpus un al patrulea element, ce reprezintă activitățile de intermediar între Ași B ale comunicatorului de masă. Acest element C are un rol de canal, acționând ca agent al comunicatorului și al publicului în același timp. Rolul lui C este de a opera selecții între comunicatori, în favoarea acelorale ale căror mesaje sunt semnificative.

***Modelul Ogden & Richards**

Teoria informației a reținut și atenția lingviștilor în ceea ce privește problema comunicării umane. Dacă teoria informației nu ținea cont nici de sens, nici de valoarea de utilitate a informației, modelul lingvistic se centrează pe «dubla situație», informațională și simbolică a mesajului; mesajul este element al “circuitului comunicațional”, este trimis de către emițător, circulă printr-un canal și ajunge la receptor; mesajul este elementul unui “proces de reprezentare”, este intermediar între realitate și imaginea acestei realități (“se referă” la o realitate, “trimite” la ea)¹⁶. Cele două procese, de comunicare și reprezentare, sunt descrise de Ogden și Richards printr-un grafic:

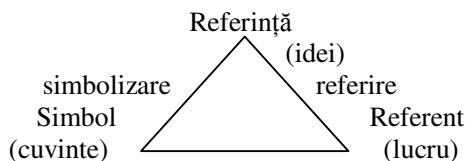
¹⁵ Denis Mc Quail, *Op. cit.*, pp. 37-38.

¹⁶ Ioan Drăgan, *Op. cit.*, p. 17.



Ideea reprezentării simbolice presupune următoarea definiție:

1. Idei (noțiuni);
2. Cuvinte (simbol);
3. Lucruri (realități de referință).



Acest model dă prioritate în analiza comunicării: realităților, lucrurilor; psihicului, gândirii, ideilor, limbajului, cuvintelor cu ajutorul cărora gândim și comunicăm cu ceilalți.

Școala semiotică consideră comunicarea ca fiind producere și schimb de sensuri (semnificații). Obiectul său de cercetare îl reprezintă studiul formelor sociale care funcționează ca un limbaj – sistem de înrudire, mituri, mode – a modului în care mesajele interacționează cu oamenii pentru a produce înțelesuri¹⁷. Efectele diferite față de intenția comunicatională nu sunt văzute ca eșecuri, ci ele rezultă din diferențele culturale dintre emițător și receptor. Pentru această școală, studiul comunicării rezidă în studiul textului și a culturii, iar metodele de analiză utilizate provin din interiorul semioticii. Școala semiotică influențează lingvistica și se autodefineste prin termenii de producere ai comunicării. Interacțiunea socială este definită ca fiind ceea ce constituie individul ca membru al unei culturi specifice sau al unei societăți. Mesajul este văzut ca o construcție a semnelor care, în interacțiunea cu receptorii, produc semnificații. Accentul nu mai este pus pe emițător, ci pe text și felul în care acesta este înțeles. Este un proces al

¹⁷ Christian Baylon, Xavier Mignot, *Op. cit.*, p. 58; echivalentul pentru *semiologie*

descoperirii semnificațiilor prin citit, cititorul introducând aspecte ale propriei experiențe culturale în descifrarea semnelor și codurilor ce alcătuiesc textul.

***Modelul lui Pierce**

În concepția lui Pierce, orice proces semiotic este o relație între trei componente: semnul însuși, obiectul reprezentat și interpretantul.

Interpretant

Semn

Obiect

Semnul este "ceva care ține locul a ceva pentru cineva, în anumite privințe sau în virtutea anumitor însușiri. Însă , pentru ca un anumit element să fie semn "trebuie să reprezinte, cum se spune, altceva numit obiectul său"¹⁸. El se adresează cuiva, creând în mintea acestuia un semn echivalent, sau poate un semn mai dezvoltat. Semnul echivalent pe care-l creează este interpretantul primului semn, este reacția determinată în conștiința receptorului semnului. Interpretantul obiectului variază în funcție de experiența pe care utilizatorul semnului a avut-o în legătură cu acel obiect. Nu este o relație diadică între semn și obiect, ci una triadică interpretantul având rolul de mediere în informare, de traducere a unui semn prin alt semn. Pierce consideră că există trei tipuri de semne – iconul, indicele și simbolul. Un icon este un semn bazat pe o anumită asemănare cu obiectul real sau fictiv (de exemplu, o schemă, o diagramă), indicele este un semn aflat într-o relație directă cu obiectul, funcționând ca o indicație sau ca o referință (de exemplu, indicatoarele de circulație, simptomele unei boli), simbolul este un semn determinat numai în cadrul unei interpretări și nu are nici o legătură fizică cu obiectul (de exemplu, imnul, steagul).

Cel ce va depăși concepția semiotică și va acorda o importanță fundamentală contextului în analiza fenomenului comunicării va fi Edward T. Hall. Ideea centrală pe care o promovează rezidă în: "Cultura este comunicare și comunicarea este cultură"¹⁹. Cultura este un mod de transmitere cu sens a informațiilor, consideră Hall, putând fi comparată cu un ecran a cărui funcție este cea de barieră invizibilă care organizează, modelează și orientează gândirea și comportamentele.

¹⁸ Charles Pierce, *Semnificație și acțiune*, antologie de Delia Marga, Ed. Humanitas, București, 1990, p. 269.

¹⁹ Edward T. Hall, *Le langage silencieux*, apud Jean Caune, *Cultură și comunicare*, Ed. Cartea Românească, București, 2000, p. 97.

El susține că fără context ca referință, codul este insuficient și nu permite înțelegerea mesajului. Punerea în context este văzută ca un mod de a face față complexității tranzacțiilor interumane. A discuta un context înseamnă a lua în considerare următoarele: subiectul comunicării, situația, statutul, experiențele anterioare, a vedea ceea ce contează pentru interlocutor și ceea ce nu prezintă importanță.

Hall face distincția între două tipuri de contexte, deci două tipuri de mesaje²⁰. Pe de o parte, găsim mesaje bogate în context, "comunicarea în context dens", în care cea mai mare parte din informație este luată din contextul fizic sau este deja apropiată și doar o parte redusă se transmite ca mesaj codat și explicit. Pe de altă parte, regăsim mesajele sărace în context prezente în "comunicarea în context slab", în cadrul cărora masa informației este inclusă în enunțul explicit. De exemplu, mesajele conținute în legi, regulamente sau documente administrative sunt caracterizate de lipsa posibilității sau de marja redusă în a fi interpretate. "Comunicarea în context bogat" este economică, rapidă eficientă și satisfăcătoare – mesajul nu conține chiar toată informația necesară înțelegerii sale. Pentru aceasta este nevoie de un timp necesar programării comunicării, adică atât construirea, cât și utilizarea mesajului presupun o cunoaștere a contextului. Astfel, culturile care se nasc în urma comunicării în context dens acționează ca forțe de unificare și de coeziune, fiind rezistente la schimbări. Comunicarea în context sărac nu este menită să unifice, schimbările rapide, lipsa de rezistență, deci vulnerabilitatea sunt rezultatele acesteia. Acest tip de comunicare este propriu culturilor tehnice, nu face apel în mod special la context, nu ține cont de bunurile imaginare ale grupului și tinde să fie cât mai explicită.

***Modelul lui Jakobson**

Roman Jakobson este printre primii lingviști care au alcătuit o *schemă a comunicării*, un model de comunicare elaborat privitor la limbaj. În orice "act de comunicare verbală" intervin, spune el, următorii factori²¹ :

destinator – trimite mesaj destinatarului;

(emițător) (emite)

mesaj – necesită un context pentru a fi operant;

context – "referent"; verbalizat, susceptibil a fi verbalizat de către destinatar;

cod – ansamblul de semne comun destinatarului (emițătorului) și destinatarului; codificatorului și decodificatorului;

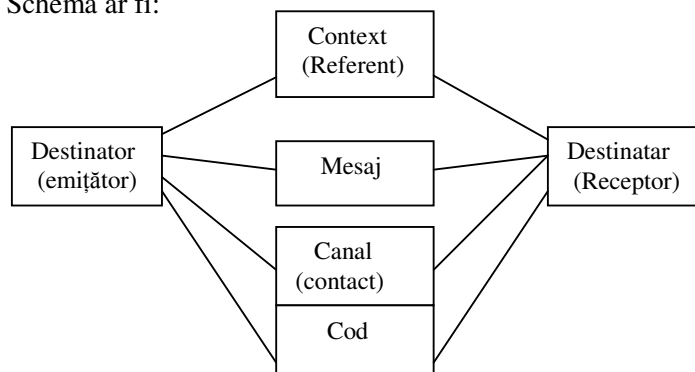
²⁰ Idem, *Au delà de la culture*, apud Jean Caune, *Op. cit.*, p. 98.

²¹ Roman Jakobson, *Éssais de linguistique générale*, Ed.Minuit, Paris, 1963, pp. 213-220.

canal – contact, conexiune psihologică între emițător și destinatar, care le permit să stabilească și să mențină comunicarea;

destinatar – primește mesajul transmis.
(receptor)

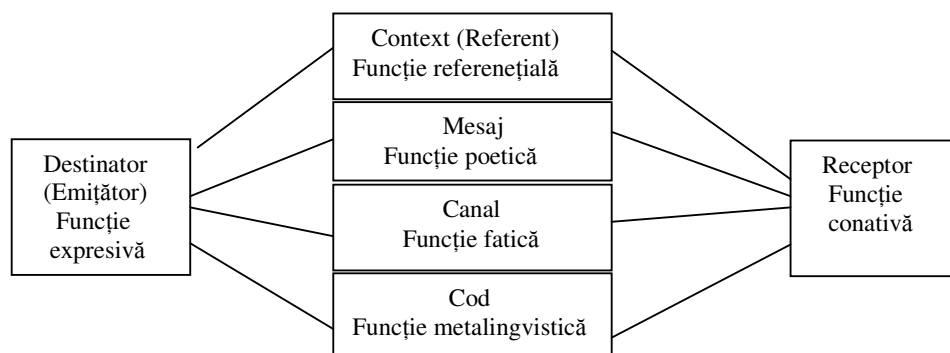
Schema ar fi:



Prin termenul “context”, Jakobson a desemnat în bloc trei factori:

- a) situația comunicanților;
- b) “contextul” – mesajele fac parte din același ansamblu de la care-și primesc sensul;
- c) referentul – la ce trimite mesajul, ce încearcă să descrie.

În modelul Jakobson, cele șase elemente ale comunicării generează șase funcții, fiecărui element corespunzându-i o anumită funcție:



1. Funcția referențială – centrată pe referent – scop:
 - retrimite la referenți situațional și textual;
 - fundament al mesajelor.

2. Funcția expresivă – centrată pe emițător:
 - comunicarea impresiilor, a ideilor, judecăților emițătorului asupra conținutului mesajelor.
3. Funcția conativă* – centrată pe receptor:
 - atrage atenția receptorului.
4. Funcția fatică - centrată pe canal:
 - stabilește, menține, întrerupe contactul fizic și psihic cu receptorul
 - verifică trecerea fizică a mesajului.
5. Funcția metalingvistică – centrată pe cod (limbă)- scop:
 - definește sensul termenilor necunoscuți.
6. Funcția poetică – centrată pe mesaj:
 - pune accentul pe “partea palpabilă a semnelor”.

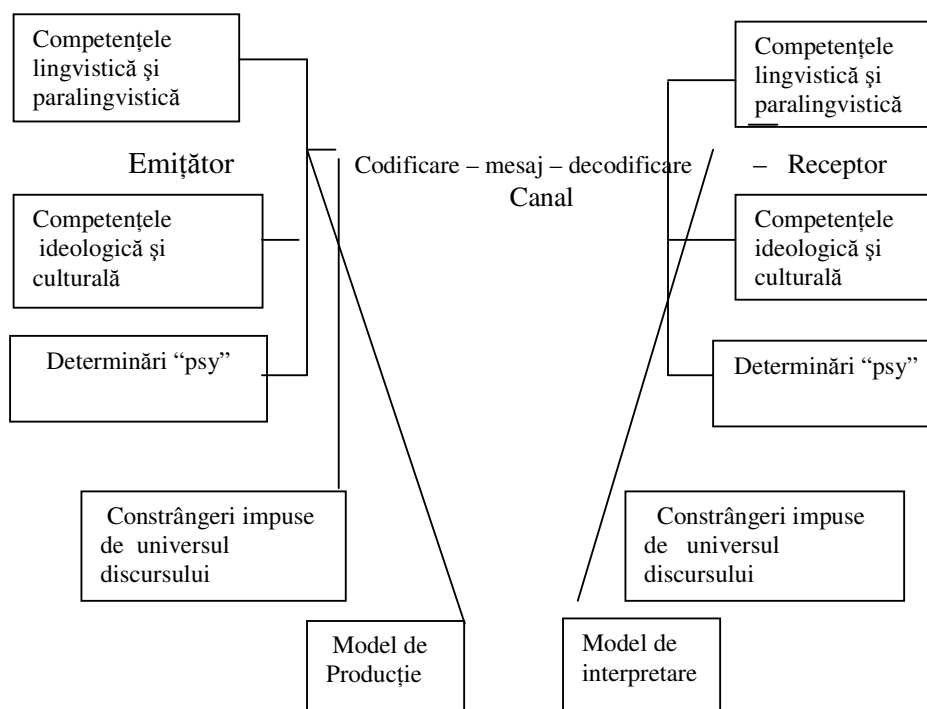
Karl Bühler (1933) delimitase trei funcții: prezentativă (expresivă); apelativă – auditor; reprezentativă – starea de lucruri. Jakobson, în schema sa, le preia și le califică drept expresivă, conativă și referențială, adăugând alte trei pe care le numește fatică, metalingvistică și poetică.

Schema lui Jakobson, în mod util, poate servi ca punct de plecare în teoria comunicării. Dacă un prim pas a fost făcut prin teoria matematică a informației și teoria cibernetică, acest model lingvistic a adăugat alte elemente în conturarea teoriei comunicării. Ceea ce se desprinde cu claritate este că, în fond, o comunicare este reușită atunci când “ceea ce” s-a dorit să se spună este corect “decodificat” la destinatar.

O schemă a comunicării lingvistice, care merită a fi reținută datorită elementelor noi pe care le aduce este elaborată de Catherine Kerbrat-Orecchioni (1980)²²:

* Termenul de conativ provine din latinescul *conari* care înseamnă a arăta, a întreprinde, a încerca.

²² Katherine Kerbrat-Orecchioni, în Baylon și Mignot, *Op.cit.*, p. 87.



Schema evidențiază că între statutul emițătorului și receptorului nu se poate pune semnul echivalenței, că între modelul de producție și cel de interpretare există o distincție foarte clară. Limba nu mai este considerată o unitate stabilă și unică și eșecurile în comunicare se datorează poziționării diferite în cadrul aceleiași limbi, adică distanțările între limba pe care o posedă emițătorul și cea pe care o posedă receptorul – sau cred că le posedă. O noutate o reprezintă și introducerea conceptelor de competență lingvistică și paralingvistică ce au o valoare euristică mare în cadrul acestei scheme a comunicării lingvistice.

***Modelul lui Saussure**

Modelul lingvistic redă comunicării umane dimensiunea simbolică, respectiv transmiterea unor mesaje, a unor conținuturi cu sens, cu ajutorul limbajului, care se bazează pe coduri specifice. Noțiunile implicate în modelele lingvistice sunt cele de semn, sens, semnificant, semnificat, expresie, conținut, limbă, limbaj, cod etc.

Ferdinand de Saussure este cel care dă un sens foarte precis noțiunii de *semn* (unitate complexă, compusă din alte două unități: *semnalul* și *sensul* său

sau după exprimarea saussuriană, *semnificant* și *semnificat*). De asemenea, de la Hjelmslev, se utilizează frecvent termenul de *expresie* și *conținut*²³.

Un semn este o realitate perceptibilă care reprezintă și poate substitui pentru receptor un alt lucru. Principalele funcții ale semnelor constau în *a informa* (a ne face universul accesibil), *a permite comunicarea* (a avea relații umane și mai ales de a ne influența unii pe alții) și de *a acționa eficace* (prin informațiile și mesajele stocate și comunicate)²⁴. Cuvintele sunt făcute din ansambluri de semne, organizate după anumite reguli. Schimbul de semne devine comunicare atunci când semnele înlănțuite produc un sens, se transmite, deci, un mesaj. Modelul saussurian arată că relația dintre concept și obiectul fizic pe care îl reprezintă este operația de semnificare. Prin aceasta omul acordă înțelesuri realității, o înțelege.

Producerea și transmiterea mesajelor implică existența unui cod de comunicare ce presupune un repertoriu de semne și reguli de combinare a acestor semne. Mesajele produse vor fi “purtătoare de sens”, adică inteligibile și purtătoare de informație. Limbile naturale sunt coduri lingvistice de care dispun oamenii. Operațiunile la care sunt supuse mesajele sunt codificarea și decodificarea; *a codifica* înseamnă a înlocui semnele care corespund unui sistem cu semnele care aparțin altui sistem într-o primă accepțiune, sau a face să corespundă unei semnificații anumite semnale; *decodificarea* înseamnă a regăsi textul inițial, a înlocui semnalele mesajului codificat cu semnalele din care au fost create afectându-i sensul la care s-a gândit comunicatorul²⁵.

Trei elemente intervin în comunicarea lingvistică și pun probleme de codificare și decodificare: *competența lingvistică* și cea *paralingvistică* care împreună alcătuiesc *competența de comunicare*; presupune cunoașterea codului limbii utilizate, a contextului lingvistic (polisemia și sinonimia semnelor lingvistice); denotația și conotația (prima este proprie utilizării semnelor care au o definiție precisă acceptată oficial; cea de-a doua reprezintă ceea ce semnele evocă pentru noi; ceea ce semnele pot conota depinde de cultura și experiența individuală).

Codificarea și decodificarea mesajelor explică și procesul de interpretare: sensul pe care receptorul îl atribuie mesajului în funcție de *contextul comunicării* (acele “determinări psy” care intervin: sentimente, aspirații, stare de spirit, interacțional și determinări în plan situațional, social, istoric, cultural). Prin decodificarea unui mesaj aflăm semnificația mesajului, îl înțelegem, iar prin interpretare îi atribuim sensul nostru. Sensul se referă la ceea ce facem noi cu mesajul respectiv (cum reacționăm noi - verbal, comportamental – la un mesaj), deoarece "o interpretare corectă nu

²³ Christian Baylon, Xavier Mignot, *Op. cit.*, p. 17.

²⁴ Ioan Drăgan, *Op. cit.*, pp. 21-23.

²⁵ Christian Baylon, Xavier Mignot, *Op. cit.*, p.23.

este pur și simplu adevărată, asemeni unei propoziții ce redă o stare de lucruri existente;...«a înțelege ce se spune» cere participare și nu, simplu, observare”²⁶. Imaginea receptorului, după considerațiile de mai sus, este una a receptorului activ ce percepe, decodifică, interpretează mesajele în funcție de contextul comunicării (personal, grupal, social, cultural).

***Modelul "orchestrei"**

Școala de la Palo Alto (“Colegiul invizibil”), cu ai săi reprezentanți – Paul Watzlawick, Gregory Bateson, Beavin Don Jackson – ocupă un loc important în ceea ce privește pragmatica comunicării. Paul Watzlawick arăta că noi ascultăm în permanență de regulile de comunicare, dar regulile în sine, gramatica comunicării, sunt lucruri pe care nu le cunoaștem²⁷. Modelul elaborat de reprezentanții școlii se inspiră din cibernetică și teoria generală a sistemelor, iar exemplele date sunt din domeniul psihiatriei. Pentru ei, pragmatica are ca obiect studiul efectelor comunicării asupra comportamentului. Relația pe care o privilegiază este cea între emițător și receptor stabilită prin intermediul mesajelor și, de asemenea, efectul pe care-l are asupra emițătorului reacția receptorului. Analiza lor se concentrează asupra efectelor, și nu cauzelor: “când cauza unui segment de comportament rămâne obscură, putem găsi unele răspunsuri punându-ne întrebări asupra finalității sale”. Noțiunile vehiculate de acest model sunt: interacțiune, sistem, redundanță, retroactivitate, echi-finalitate. Există o “logică a comunicării” fondată pe un corp de reguli, de coduri de comportament, susțin ei, care organizează într-o anumită măsură comportamentul personal și relațiile interpersonale. Comunicarea este continuă, presupunând o continuă interacțiune între oameni și poate fi privită ca un tot ce se compune din interrelații (verbale și nonverbale) foarte complexe care trebuie descifrate.

Procesele de comunicare sunt sisteme cu efect retroactiv, *feed-back*, circularitatea fiind o proprietate fundamentală a modelelor de comunicare. Fiecare segment de comunicare poate fi înțeles doar în contextul său. Pornind de la aceste constatări ei degajă o serie de cinci “axiome în calculul comunicării”. Prima dintre acestea: “dacă admitem că, într-o interacțiune, orice comportament are valoarea unui mesaj, cu alte cuvinte este o comunicare, se deduce de aici că nu putem să nu comunicăm, fie că vrem, sau nu.”

A doua axiomă pune în evidență existența a două nivele de comunicare, *conținutul și relația*, al doilea înglobându-l pe primul; mesajul este conținutul, angajamentul și comportamentul partenerilor reprezintă relația. Celelalte

²⁶ Jürgen Habermas, *Conștiință morală și acțiune comunicativă*, Ed. ALL Educational, București, 2000, p. 9.

²⁷ Paul Watzlawick, Janet Beavin, Don Jackson, *La logique de la communication*, Seuil, Paris, 1972, pp. 40-46.

axiome constată: punctarea faptelor, a structurii evenimentelor în interacțiune, două moduri de comunicare, digital și analogic (primul utilizând unități discrete, celălalt materie continuă); două tipuri de interacțiuni, simetrică și complementară (prima pune în evidență egalitatea partenerilor, cea de-a doua diferența acestora), comunicarea este continuă și ireversibilă.

Pentru reprezentanții Școlii de la Palo Alto, interacțiunea poate fi considerată ca un sistem și studiată din acest punct de vedere de teoria generală a sistemelor [21]. Un sistem este un ansamblu de elemente între care se exercită anumite relații. Interacțiunea umană are ca obiect sau elemente indivizii ale căror atribute sunt comportamentele de comunicare. Este un *sistem deschis*, ce realizează un schimb de materie, energie sau informație cu mediul. Caracteristicile sistemului deschis aplicabil interacțiunii umane sunt totalitate, retroactivitate și echi-finalitate. Prima caracteristică marchează dependența sistemului, retroactivitatea permite ajustarea comportamentului în funcție de cele anterioare, dar numai dacă acestea sunt reintroduse în *in-put*, iar echi-finalitatea se referă la starea de echilibru atinsă. Starea de echilibru în sistemele închise este determinată de condițiile inițiale, iar în cele deschise de parametrii sistemului din acel moment (cauze diferite pot determina aceleași efecte, aceleași cauze pot determina efecte diferite).

Comunicarea este asemenea unei "vaste orchestre fără dirijor, în care fiecare interacționează cu toți și toți între ei". În acest proces de interacțiuni se creează realitatea socială (este, de fapt, o realitate socio-comunicațională) care este o "ordine" a semnificației și a valorilor, a atribuirii de semnificații. Acest model al comunicării depășește modelele clasice (al teoriei informației și modelul behaviorist) care limitau comunicarea la o transmitere de mesaj liniară, univocă, circulând într-un singur canal către un receptor pasiv.

Jurgen Habermas, aducând aceleași critici în ceea ce privește univocitatea comunicării și pasivitatea participanților la acest act, propune să se recunoască importanța unei "acțiuni comunicaționale" care permite oamenilor "comprehenșiunea reciprocă". Comunicarea trebuie înțeleasă ca "intercomprehenșiune", adică acces la subiectivitatea altuia, la intențiile și motivele sale.

Un astfel de model "praxeologic" reprezintă o contribuție recentă ce valorizează teoriile interacționismului simbolic. Aceste teorii se referă la modul în care oamenii își pot însuși definiții comune ale semnificației lucrurilor, inclusiv regulile de conviețuire socială și chiar propria lor natură, interacționând prin limbaj. Pentru Charles Horton Cooley realitatea socială imediată este ideea personală, iar George Herbert Mead consideră că datorită capacității umane de a învăța și de a folosi simboluri ale căror semnificații sunt împărtășite de alții, oamenii pot comunica prin limbaj. Limbajul se bazează pe semnificații convenționale²⁸.

²⁸ Christian Baylon, Xavier Mignot, *Op. cit.*, p.86.

***Modele ale receptării**

Modelul probabilității elaborării susține că elaborarea are loc în funcție de capacitatea și motivația receptorului²⁹. Se poate vorbi de o rută ce pleacă de la un centru și ajunge la o periferie, în care capacitatea și motivația receptorului sunt foarte tari, la centru și slabe la periferie. La centru are loc un examen detaliat al conținutului și argumentelor mesajelor, un efort cognitiv important, iar atitudinile formate sau schimbate sunt durabile, rezistente la mesaje contra-atitudinale și predictive în privința comportamentului. La periferie are loc un examen al indicilor contextual ai mesajului (indicii periferici), un efort cognitiv redus, atitudinile formate sau schimbate sunt instabile, puțin rezistente la mesaje și puțin predictive.

Într-un alt model, euristic – sistematic receptorul se echilibrează între principiul suficienței și principiul minimului efort³⁰. În prima situație, cea a tratamentului sistematic, receptorul este satisfăcut de motivele sale, gradul de încredere este mare, intervine înțelegerea, argumentele sunt persuasive, efortul cognitiv este mare, atitudinile denotă rezistență la mesaje și sunt predictive. În cea de-a doua situație, are loc un examen al indicilor euristici, efortul cognitiv este mic, atitudinile sunt instabile, puțin rezistente la mesaje și puțin predictive.

Variabilele experimentale sunt: a) independente provocate – implicația conjuncturală este în funcție de restricția de circulație (nominală) – modalitățile în acest caz fiind tare și slabă; b) variabile dependente – numărul de propoziții, de cuvinte – modalitatea fiind cantitativă ;

– tipuri de indicii declanșatoare ale discursului – modalitatea poate fi centrală sau periferică. Categoriile discursive utilizate sunt verbe, pronume, iar programele cognitivo-discursive privesc realitatea ca realitate de afirmat, de construit, de justificat.

Constatăm că noile modele ale comunicării se distanțează de modelele inițiale ale teoriei informației și de cele behavioriste care limitau comunicarea la transmiterea și receptarea univocă a mesajelor, circulând într-un singur canal și vizând un receptor pasiv. Aceste noi modele vor lua în considerare circularitatea – interșanjabilitatea emițătorului și a receptorului, continuitatea comunicării în ciuda tuturor diferențierilor, deosebiri individuale în stăpânirea codurilor comunicaționale, rolul opiniilor și al atitudinilor în procesul comunicării, importanța contextului social și cultural al schimbului, mai ales în cazul comunicării de masă.

²⁹ Marie-Pierre Fourquet, "Réception des médias: étude expérimentale des effets de l'implication du récepteur sur ses cognitions", în *Medias, Nouvelles Technologies et Redefinition des Territoires de la Communication*, VIII-e Colloque franco-roumain, Bucharest, 2001, modelele Petty și Cacciopo, 1981, 1986.

³⁰ Ibidem.