



## CAPITOLUL 1

# OMNIPREZENȚA COMUNICĂRII ÎN PROCESELE SOCIALE: PENTRU O SOCIOLOGIE A COMUNICĂRII

Definită în modul cel mai simplu, comunicarea constă într-un proces de transmitere a informațiilor, ideilor și opiniilor de la un individ la altul, de la un grup social la altul. În genere, relațiile umane (și nu numai acestea) reprezintă interacțiuni comunicative. Chiar dacă nu acceptăm punctul de vedere al celor care spun că relațiile și interacțiunile dintre oameni sunt de natură comunicațională, trebuie să recunoaștem că toate relațiile interumane au o dimensiune simbolică: interacțiunile umane ar fi imposibile fără utilizarea sistemelor de semne și a codurilor pentru transmiterea și recepția unor mesaje. Însăși existența, funcționarea și organizarea societății ar fi de neconceput în absența proceselor de comunicare. Existăm unii pentru alții și interacționăm unii cu alții în măsura în care comunicăm între noi: transmitem și primim semnale, codificăm și decodificăm mesaje. Mesajele modifică informația celui care le primește și eventual comportamentul său. Reacția comportamentală a receptorului poate influența emițătorul într-un mod perceptibil sau imperceptibil.

Denis McQuail, ca și alți sociologi ai comunicării, justifică crearea în cadrul sociologiei a unui subdomeniu specializat în studiul comunicării, prin mai multe argumente de ontologie a vieții sociale și de epistemologie sociologică:

- omniprezența comunicării în procesele sociale, în sensul că toate fenomenele sociale implică și un proces de comunicare, fie că este vorba de relație, interacțiune, schimb, exercitarea puterii și a controlului ori a influenței de către comunități sau grupuri, de structuri și funcții sociale etc.;

- comunicarea nu este exterioară, ci este intrinsecă problemelor structurale și colective rezervate în mod special studiului sociologic – întrucât procesele structurate și destrucurate au o dimensiune comunicațională: structurile sociale sunt interacțiuni stabilizate, în care procesele de comunicare intervin în mod direct și adeseori chiar decisiv, formativ ori distructiv, încât se poate spune că o comunitate (de pildă) este un ansamblu socio-comunicațional și cultural;

- există trăsături comunicaționale comune la diferitele niveluri ale vieții sociale – de exemplu, situația cea mai simplă a individului care își observă mediul și îi conferă semnificații

sau interacționează cu alt individ, la schimburile care au loc în grupuri, asociații organizații, la nivelul unei întregi societăți sau relațiilor dintre state“ (D. McQuail, 1 pp. 13-14). Comunicarea servește ca element de continuitate relevant pentru diferite niveluri ale organizării sociale. Astfel, la fiecare nivel al vieții sociale regăsim:

- actori (indivizi, grupuri, organizații) și un spațiu în care aceștia interacționează comunicând (intenții, semnificații, valori, informații etc.);
- o multitudine de relații și rețele de interacțiune și comunicare (de atracție respingere, cooperare sau conflict, subordonare sau supraordonare, egalitate sau inegalitate etc.), care modelează și sunt modelate de fluxuri comunicaționale;
- limbaje și coduri comune, deopotrivă culturale și comunicaționale;
- reguli formale și informale de desfășurare a comunicării.

Toate acestea legitimează o perspectivă sociologică a comunicării (chiar sociologie a comunicării), care înseamnă la cel mai general nivel a aborda *comunicarea ca proces și componentă a vieții sociale*.

D. McQuail avansează și mai departe în legitimarea unei sociologii a comunicării, definind societatea „ca un ansamblu de semnificații comune“ (*ibidem*, p. 18) contribuind la dezvoltarea unei analize comunicaționale a societății. Această perspectivă nu exclude, evident, definițiile clasice și în genere, definițiile *necomunicaționale* ale societății, precum:

- o mulțime de persoane, instituții și activități concrete;
- ansambluri de roluri și relații;
- structuri de reguli și norme.

El precizează însă, că doar în ultima treime a secolului 20, abordarea comunicațională a societății a fost promovată de noi școli, ca interacționismul simbolic, etnometodologia și fenomenologia, care iau în considerare dimensiunile subiective și constructive ale practicilor și realităților sociale, care reprezintă, în mod evident, procese interactive cu caracter comunicațional.

În această perspectivă, societatea nu mai este privită *ca un simplu dat social* (determinismul durkheimian) la care doar reacționăm sau ne adaptăm, ci ca:

- o construcție socială, o creație a oamenilor în interacțiune;
- practicile de creare a realității sociale reprezintă o activitate simbolică constantă din conferirea de semnificații și definiții experiențelor umane; definițiile furnizate de cultură și societate conduc la o înțelegere nouă a realității vieții sociale: ea nu mai este atât de neambiguă și de obiectivă ca în reprezentările pozitivist-deterministe;
- societatea este un ansamblu de experiențe semnificative și nu o sumă de date preexistente; diferitele câmpuri ale societății sunt rodul unor activități interpretative deci comunicaționale, reunind faptele, datele, reprezentările, semnificațiile și definițiile acestora.

– societatea există „ca un corp de cunoștințe împărtășite în diferite grade de membrii societății“ ca un „stoc comun de cunoaștere socială“ și ca un ansamblu de *tipificații* în care este codificată experiența interacțiunilor individuale și a practicilor sociale (P. Berger, T. Luckmann, 1966).

Concluzia lui D. McQuail formulată în prelungirea unei analize comunicaționale a societății este exprimată în termeni cât se poate de clari și de accesibili: „,

ra unor definiții parțiale, ca «națiune», «stat», societatea este o abstracție și din această perspectivă ea nu există decât în comportamentul încărcat de semnificație al membrilor săi, în ideile și obiectele pe care aceștia le pot numi“ (1999, p. 19). *Denuțarea* este prin excelență primul act al *obiectivării* faptelor sociale: acestea „există“ în sursa în care, prin categorizare și denumire, devin realități semnificante. Iar semnificațiile se construiesc în experiențele comunicaționale ale indivizilor.

În același sens este citată o analiză clasică a lingvistului și teoreticianului american al comunicării, Eduard Sapir: „deși vorbim adesea de societate ca și când aceasta fi o structură statică, definită de tradiție, într-un sens mai apropiat ea este o rețea rem de complexă de înțelegeri parțiale sau complete între membrii unităților organizaționale de orice anvergură, de la o pereche de îndrăgostiți sau o familie, la o ligă a tinerilor sau la acel segment mereu în creștere al omenirii care este presa prin ramificațiile sale transnaționale. Numai în aparență societatea este o sumă statică de instituții sociale: în realitate ea este reanimată sau reafirmată creator în fiecare zi prin acte particulare de natură comunicativă care au loc între indivizii ce o alcătuiesc; orice structură culturală, orice act individual care ține de comportamentul social implică, într-un sens implicit sau explicit, comunicarea“ (*apud* McQuail, 1999, p. 18).

Este utilizată adeseori noțiunea de *comunicare socială* pentru a exprima conexiunea dintre comunicare și societate, dintre sociologie, antropologie și științele comunicării. Același D. McQuail formulează distincții conceptuale incontestabile: „vom considera toate reacțiile de comunicare, relații sociale, fără ca și reciproca acestei relații să fie adevărată, pentru că relațiile comunicaționale reprezintă numai o categorie a relațiilor sociale. Există numeroase situații ambigue. Atunci când părinții își pedepsesc copiii putem vorbi de o relație de comunicare? Atunci când mergem la cinema stabilim o astfel de relație cu actorii și cu producătorii? Important este să clasificăm relațiile particulare, ci să remarcăm ce deosebește relațiile de comunicare de relațiile sociale. Caracteristica principală a relației sociale și a situației sociale o relație de comunicare constă în *definirea* acestei relații de către participanții însșiși *interpretarea* ei ca o intenție urmărind, în principal și nu doar accidental, transferul semnificației, precum și „coorientarea transmițătorului și a receptorului“ (D. McQuail, 1999, p. 29).

Interacționismul simbolic și etnometodologia au depășit studiul faptelor sociale *lucruri date* și al actelor de comunicare ca simple enunțuri lingvistice: fondatorii acestor școli sociologice (E. Goffman și H. Garfinkel) influențați de filosofi ai limbajului (ca J. Austin și J. Morris) vor analiza limbajele și interlocuțiunile ca activități sociale, iar interacțiunile sociale ca procese de comunicare, deschizând calea spre abordările de pragmatică a comunicării. Schimburile interlocutive din conversațiile ordinare sunt privite de aceștia ca practici privilegiate de construire a vieții sociale. Încă H. Merleau-Ponty din 1937 importanța interpretărilor și a simbolurilor ca elemente prin care oamenii își definesc și își realizează, deopotrivă, interacțiunile dintre ei și alimentează elementele țesutului social.

Mai târziu, interacționismul propriu-zis va enunța premisele de bază ale interacțiunilor ca acte duale – sociale și comunicaționale: 1. oamenii acționează față de lucruri pe baza semnificațiilor pe care lucrurile le au pentru ei; 2. semnificațiile

lucrurilor derivă și se nasc din interacțiunile indivizilor ca actori sociali; 3. semnificațiile sunt utilizate și modificate în procesul interpretărilor efectuate de persoane în raporturile lor cu lucrurile: aceasta înseamnă că nici faptele sociale (în sensul durkheimian al termenului) și nici semnificațiile nu sunt date și impuse de structuri ci sunt *negociate în interacțiunile dintre actori*. Ceea ce înseamnă că realitatea socială există în și prin interpretările care ghidează activitățile partenerilor sociali. Potrivit sociologiei interacționist-dramaturgice a vieții sociale (ca scenă pe care ținem să ne valorizăm prin imagine puterea și statutul), interacțiunile ordinale sunt orientate de reguli (a angajării – a vorbi cuiva; a reciprocității – ne dăm reciproc mâinile; ritualul separației – scuzele de despărțire). T. Van Dijk a susținut cel mai clar ideea unei noi interdiscipline caracterizată prin „voința de a unifica dimensiunea specific comunicățională și dimensiunea esențialmente sociologică a cercetării asupra comunicării (J.-Cl. Soulages, 1999, p. 16).

În prezent este mai mult decât evident că toate activitățile organizate de oameni își au suportul în comunicare: „în toate mediile se conștientizează tot mai mult faptul că o societate, o instituție sau o întreprindere se constituie și se mențin datorită și prin intermediul numeroaselor lor procese și rețele de comunicare care le dau coerență. Lucrurile stau la fel pentru toate relațiile umane [...]; începem a sesiza faptul că acțiunea comunicățională și acțiunea organizațională depind reciproc una de alta“ (G. Willett, 1992).

## 1. Noțiunea de comunicare

Comunicarea a devenit un concept universal și autocuprinzător, pentru că *totul comunică*. Iată cum răspunde Lucian Sfez la întrebarea „ce se înțelege, în general, prin a comunica“? „Eu primesc o comunicare telefonică. Transmit sau iau o comunicare. Stabilesc, întrerup sau tulbur comunicări. Am reușit sau nu am reușit să comunic impresiile, ideile sau sentimentele mele partenerului meu, vecinului sau publicului. Comunic, de asemenea, cu universul fizic prin simțurile mele. Astfel, văd și aud, receptez artă contemporană, care îmi comunică frisoane sau dezgust, apreciez natura, această mare pe care o văd albastră, acest lac liniștit. În anumite cazuri, pot comunica cu Dumnezeu sau cu un alt principiu etern supranatural și să ajung la extaz, la comuniune cu absolutul, sau cel puțin îmi imaginez că aceasta ar putea să mi se întâmple. Dragostea promite această comunicare fuzională, la fel ca și pulsuniile puternice ale ambiției sau puterii. O manifestare publică poate să mă aducă într-o stare de comunicare emotivă: un meeting sau discursul unui lider; vibrez atunci împreună cu mii de alți indivizi. Pe scurt, trăiesc în mijlocul unor comunicări multiple, distin-gându-le pe unele de altele în mod implicit. Căci eu știu bine, fără a fi nevoie să mă explic de fiecare dată, cum comunicarea științifică a unuia dintre colegii mei la recentul colocviu nu este de același fel cu aceea pe care o primesc sau care mi se transmite prin „repondeur“, nici aceeași intensitate cu cea pe care cred că o am cu un prieten.

O lume le separă și totuși eu le reunesc pe toate sub termenul generic de comunicare“ (L. Sfez, 1993, p. 147).

Principalele dicționare franceze întăresc acest punct de vedere – cum observă L. Sfez. Că este vorba de ROBERT, LITTRÉ, GAFFIOT, definițiile abundă, fiind apropiate sau divergente: *schimb, relații, a împărtăși* (sec. X); a stabili o relație; acțiunea de a comunica un lucru cuiva; mijlocul prin care comunicăm (media, drum); a împărtăși ceva cuiva; a pune în comun idei sau interese, până la schimbul comercial sau la o figură retorică prin care se cere aprobarea auditorilor. Se constată că nici una dintre aceste definiții nu coincide, că fiecare relevă universuri diferite. Și totuși termenul întrunește un larg consens, se pot reuni aceste aspecte diferite spunând „a comunica înseamnă a pune sau a avea ceva în comun fără a prejudicia acest ceva, nici căile care servesc la transmitere și nici termenii (indivizi, grupuri, obiecte) care participă la împărtășire“. Fără ca prin aceasta să se nege că există o mare varietate de moduri de legătură între elementele unei societăți. Însă, cum precizează autorul citat, chestiunea comunicării se definește azi în alți termeni: nu mai este vorba de faptul că totul comunică; societatea însăși este numită *de comunicare*. Comunicarea este substanța societății (*ibidem*, p. 149).

Așadar, trebuie precizat de la început că situațiile de comunicare sunt extrem de variate și de deosebite între ele și că noțiunea de comunicare este *polisemică*.

Numeroasele *situații de comunicare* sunt ilustrate într-un manual astfel:

1. un profesor reflectează asupra a ceea ce va trebui să spună într-o expunere pe care urmează s-o țină a doua zi: el se întreabă dacă va prezenta sau nu punctele de vedere controversate asupra temei respective, examinând argumentele „pentru“ și „contra“. El face acest examen de unul singur, în forul său interior. Întrebarea este dacă acest exercițiu de reflecție individuală aparține proceselor de comunicare. Ar fi dificil să excludem acest gen de exercițiu din comunicare: un individ își vorbește lui însuși și se ascultă pe sine. O mare parte a vieții spiritului se desfășoară în acest mod;

2. o persoană îi spune alteia „bună ziua“; ea nu comunică nimic despre ziua respectivă și totuși transmite un mesaj – de simpatie, de prietenie sau cel puțin de atenție. Cel care procedează în acest fel se supune unui ritual consacrat, traducând în fapt apartenența sa și a interlocutorului la aceeași cultură și respectul pentru obișnuințele din cultura respectivă (este ceea ce fac inevitabil oamenii din sat, care își dau binețe de fiecare dată când se întâlnesc);

3. cineva citește un ziar, ceea ce îi permite să se informeze despre ceea ce se întâmplă în mediul său și în lume; aceasta îl face să se expună informațiilor sau mesajelor persuasive ale unor comunicatori, ori să se amuze parcurgând rubricile distractive, caricaturile etc. B. Berelson a arătat că citind ziarul în fiecare dimineață o persoană se supune unui ritual care îl ajută să facă față unei zile care începe, punându-se în contact cu lumea afacerilor, cu situația politică, cu datele meteo sau starea circulației, cu evenimentele importante sau pur și simplu de a se ascunde în dosul ziarului pentru a evita dialogul cu alții (cei care îl plictisesc, de pildă într-un autobuz);

4. un tânăr invitat la un cocktail îi spune unei fete drăguțe: „o țigară“? În aparență el invită fata să aprindă o țigară, dar în realitate îi comunică interesul pentru persoana ei și dorința de a continua această întâlnire întâmplătoare;