

Dan S. Stoica
Universitatea „Al. I. Cuza”, Iași
Departamentul de Jurnalism și Științe ale
Comunicării, Facultatea de Litere
&
Seminarul de Logică discursivă, Teoria argumentării
Și Retorică, Facultatea de Filosofie

Despre dificultatea construirii unui model global al comunicării

Partea I: elanul primelor abordări

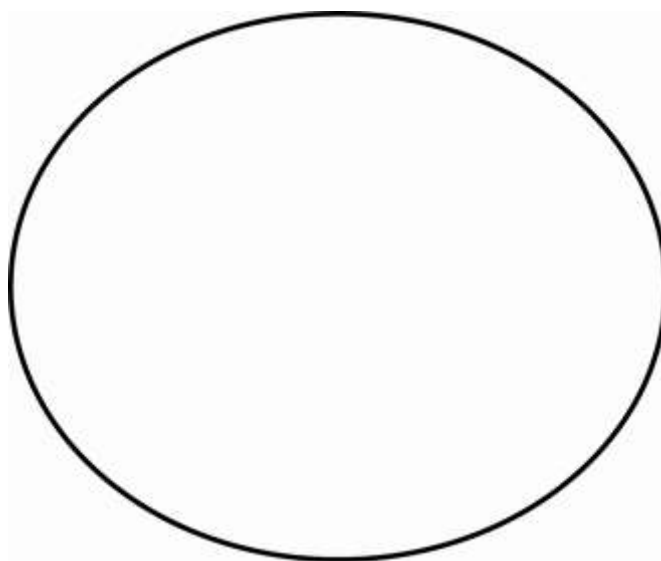
Această primă parte este dedicată explicitării modului de a gândi care a dus la crearea a ceea ce aveam să propun drept „un posibil model global al comunicării”. Îndoielile care s-au adunat de-a lungul timpului m-au adus la privirea critică pe care o expun în partea a doua a prezentului studiu. Nu am ajuns la contrazicerea flagrantă a pozițiilor mele de pe la începutul anilor 2000, dar se va putea constata un „bemol” pus pe fiecare propunere din acea vreme. Nu eram – și nici nu sînt – singurul care să fi avut ideea posibilității unui model global al comunicării. De altfel, în lucrarea în care propuneam public modelul meu, precizam că totul a pornit – în cazul meu – de la un articol din *Semiotica*, intitulat *A Global Model of Communication*¹, articol care mă nemulțumise pe multe planuri și din multe puncte de vedere. Vom vedea aici cum se intercondiționează și cum se assemblează planurile în modelul propus de mine în 2003.

Gîndim în scheme, ne organizăm gîndirea în hărți, avea să ne reamintească Micheline Cosinschi, de la Universitatea din Lausanne, în conferința de recepție ca profesor de onoare al Universității „Al. I. Cuza”: „Quant, à la fois, on regarde et on lit une carte, on est confronté simultanément au *degré d'information* et au *niveau de signification* et par conséquent la carte entre en situation de *communication effective*. Information et signification sont non seulement à l'oeuvre dans la tête du concepteur, puisque celui-ci possède déjà un système de connaissances et de valeurs codifiées, mais aussi dans la carte, s'actualisant simultanément. De

¹ Alexandros Ph. Langopoulos, „A global model of communication”, in *Semiotica*, vol. 131/2000, nos. 1-2, pp. 45-77.

l'autre côté, l'utilisateur qui a également son propre système de valeurs, va recevoir de la carte un certain niveau d'information et un certain degré de signification, dans la mesure où la compétence pragmatique contextuelle et le parti pris lui permettront l'accès au sens du message communiqué par le concepteur cartographe².

I.1.



Pornim de la asumptia că totul se desfășoară într-un cadru social-cultural dat, adică în interiorul unui spațiu al împărtășirii, în grade diferite!, a unor tradiții, obiceiuri, modalități de utilizare a semnelor și de creare a semnificațiilor, într-un spațiu în care se pot identifica valori comune (într-o ierarhizare acceptată, în mare, de toți membrii comunității), un spațiu cu o doxa și cu *topoi* general recunoscuți și funcționali pentru toți membrii comunității care viețuiește acolo. Spațiul acesta social-cultural conține și o infinitate de situații de comunicare, care trebuie văzute drept practici sociale (cum ar fi salutul, felicitările, condoleanțele, înjurăturile, dar și discursurile-tip (sau tipurile de discurs, cf. școala franceză de analiză discursivă) – fie ele politice, didactice sau de alt fel – așa cum se fac ele în cadrul specific al fiecărei comunități de cultură). Toate aceste elemente fac posibilă

² *La fonction de la carte géographique. Approche épistémologique ternaire*, în curs de publicare în *Analele Universității „Alexandru Ioan Cuza” din Iași, secțiunea Geografie*.

comunicarea între membrii aceluiași spațiu social-cultural și tot ele fac dificilă inserarea indivizilor aparținând altor spații în comunicarea dintr-un mediu dat. De aici, riscurile pe care le prezintă pentru un individ contactul cu membrii unei culturi distincte de a sa și despre care nu știe prea multe sau pe care se grăbește să o asimileze cu a sa, sub toate aspectele, pe baza unei gândiri de tipul „doar oameni sînt și ei”. Ar putea sta drept exemplu istoria reprodusă de Roman Jakobson, privitoare la uimirea resimțită de soldații ruși la întâlnirea cu o populație din sudul Dunării (bulgarii) care făcea semn cu capul pentru „nu” sau „da” exact invers decît știau ei, rușii, că se face. Lucrări de antropologie și de lingvistică sau de semiotică au pus în evidență, de-a lungul timpului, numeroase astfel de diferențe, ținînd și de verbal, și de nonverbal.

Dacă, în plus, aducem în discuție și concluzia lui Paul Watzlawick, conform căreia orice am face nu putem să nu comunicăm, ne dăm seama că interpretarea oricărei secvențe de comunicare (pe care o vedem ca instanță de comunicare³) trebuie să aibă în vedere că avem de-a face cu un eveniment pe care nevoia de analiză îl „extrage” prin segmentare din continuumul care este comunicarea în societatea omenească. Așadar, orice vom reține ca fenomen de tipul „A îi spune X lui B” va fi un segment extras din tot ce va fi fost comunicare între cei doi și în mediul din jurul lor, mostră extrasă din cunoașterea împărtășită (specifică) vehiculată în diverse moduri între cei doi protagoniști, din ce și-au mai spus ei, din ce este adecvat să se spună în situația în care comunică cei doi (adecvat, conform cerințelor culturii în cadrul căreia se produce instanța de comunicare luată în observare), segment care își are sensul deplin doar raportat la continuumul din care a fost extras. Contează tot ce s-a mai spus (de către ei sau de către alții) în cultura respectivă și în proximitatea interlocutorilor și a fost reținut de ei, obiceiurile, tradițiile, normele sociale de interacțiune, valorile împărtășite în general, în spațiul cultural dat etc., toate fiind văzute ca un continuum comunicațional⁴. A n-ar fi putut să-i spună X lui B, de exemplu, dacă cei doi fac parte din clase sociale diferite într-o cultură care refuză categoric amestecul între clase; sau, ca să luăm un alt posibil exemplu, A n-ar fi putut să-i spună X lui B, pur și simplu pentru că, din cunoașterea lor

³ V. pe această temă, și Dan S. Stoica, *Despre ce este vorba?*, in *Analele Științifice al Universității „Al. I. Cuza” din Iași*, secțiunea *Comunicare*, nr. 2/2009, pp. 88-100.

⁴ În filmul *Patru nunți și o înmormîntare*, un personaj îl provoacă pe un altul la o discuție pe o temă ipotetică. Întrebarea este dacă un bărbat care întâlnește la o nuntă o femeie de care se îndrăgostește pe loc poate să meargă direct la acea femeie și să-i propună să se căsătorească cu el. Răspunsul este „Da, dacă nu e englez”. Acțiunea filmului are loc în Marea Britanie.

împărtășită⁵ nu face parte și codul din care face parte expresia X. Exemplele ar putea continua, toate probând același lucru și anume faptul că asumarea în comun a elementelor spațiului social-cultural facilitează comunicarea, iar lipsa (totală sau nu) a acestei baze de cunoaștere (mai mult sau mai puțin) împărtășită face ca rezultatele comunicării să fie cu totul altele decât cele așteptate. Vom vedea mai departe că se poate vorbi și despre o cunoaștere împărtășită specifică (evocată deja mai sus). Spre deosebire de ceea ce oferă deja mediul social-cultural, aceasta se referă doar la ceea ce doi sau mai mulți participanți într-o interacțiune comunicațională dețin drept cunoaștere împărtășită dintr-o experiență de viață comună sau asemănătoare în bună măsură, în acest din urmă caz fiind necesară cunoașterea despre cunoașterea celuilalt.

Un alt aspect care pune în evidență importanța spațiului social-cultural în comunicare este cel legat de presiunea culturală, pe care membrii unei comunități date o exercită (cel mai adesea, inconștient, dar și prin educație, artă, cultură construită și transmisă) asupra celor nou intrați (nou născuți sau imigranți), iar această presiune este doar una dintre formele pe care le ia comunicarea, în înțelesul de fenomen infinit din punct de vedere temporal, proces vast, care ne cuprinde pe toți, fie că vrem, fie că nici măcar nu ne dăm seama (este vorba despre comunicarea văzută ca proces continuu și dinamic). Comunicarea este un mod de (re)producere a ordinii sociale, iar integrarea cere supunere. Deci, cel nou intrat este așteptat să urmeze tradițiile, să preia stereotipurile de gândire, tabu-urile și prejudecățile comunității, să recunoască aceiași eroi, „să se închine” la aceleași valori și să realizeze aceleași entimeme, pe baza acelorasi *topoi*, în interacțiunea cu ceilalți. Adevărea – cea care devine termen-cheie în comunicare – este, pe cât de greu de definit și de descris, pe atât de necesară. De aceea rămân la idee că rolul școlii nu este acela de a-l înarma pe individ cu rudimente de cunoștințe de științe sau de limbi, literaturi și arte, ci este acela de a-l face pe individ capabil să comunice în spațiul social-cultural în care își duce existența⁶. Acolo, la școală, învață el și ce poate spune și ce nu, și ce poate spune în prezența unor persoane fără să poată spune și în prezența altor persoane, acolo învață individul care sînt adevărurile care trebuie spuse și care sînt cele care pot fi sau chiar trebuie să fie evitate în discurs. Adevărea se măsoară întotdeauna în raport cu elementele spațiului social-cultural. Se

⁵ Vom înțelege drept *cunoaștere împărtășită* ceea ce este descris în teoria sistemelor astfel: A știe X; B știe X; A știe că B știe X, iar B știe că A știe X; A știe că B știe că A știe X, iar B știe că A știe că B știe X.

⁶ Pe aceeași temă, a se vedea Dan Stoica, *Comunicare publică. Relații publice*, Iași, Editura Universității „Al. I. Cuza”, 2004.

știe că adecvarea este o opțiune comportamentală care ține seama de așteptările celorlalți, dar așteptările sînt „controlate” de presiunea spațiului social-cultural. Într-un spațiu social-cultural de tip european, de exemplu, nu există – cu excepția unor cazuri patologice – așteptarea de a-l vedea pe individ luîndu-și singur viața (valoare supremă) pentru o chestiune de onoare (cum ar fi cazul în cultura niponă, unde valoarea de prim ordin este onoarea, viața venind pe plan secund) sau pentru o chestiune care ține de interpretarea unor precepte religioase (cum ar fi credința că Islamul trebuie protejat prin distrugerea comunităților de altă confesiune, destul de răspîndită în rîndul unor populații și/sau popoare).

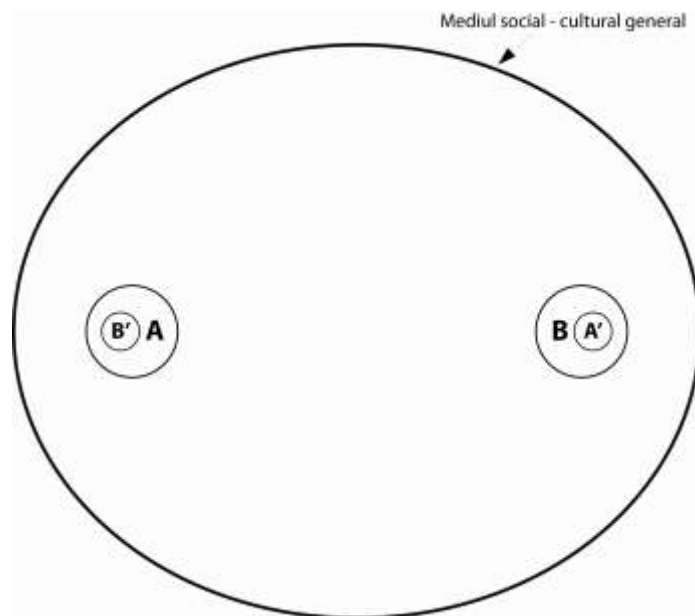
Revenind la importanța conținutului sferei care simbolizează spațiul social-cultural, insist asupra acelor elemente numite *practici sociale*, situații-tip, definite de fiecare cultură și a căror ocurență constituie situațiile de comunicare. Dacă un individ joacă o multitudine de roluri – cum ne-a convins Goffman – , atunci adecvarea la fiecare rol îi va fi recunoscută prin raportare la parametrii construiți de cultura în care trăiește, de societatea din care face parte. Un astfel de individ, membru al societății și parte din cultura spațiului respectiv, va recunoaște fiecare practică socială în care este sau poate fi angajat și va opta pentru cel mai adecvat comportament comunicativ, în acord cu ce a reușit el să înțeleagă din tot ce este în jurul său. Cum adecvarea se dobîndește prin învățare permanentă și prin practicare a implicării atente și îndelungate în viața socială, modul de a se înscrie în practica socială căreia trebuie să-i facă față (situația de comunicare) va decide de gradul de adecvare socială și comunicațională atins de individ. Situația de comunicare este, deci, provocarea la care trebuie să răspundă individul de îndată ce-i constată ocurența, iar modul în care este dat acest răspuns descrie gradul de adecvare al individului la situația de comunicare respectivă. În afară de instituțiile de formare mentală cunoscute în societățile actuale (cum ar fi: familia, școala, biserica, presa), o mare importanță în dobîndirea unui grad tot mai înalt de adecvare o are propriul efort al individului de a se autoanaliza, de a-și face mereu un examen din punctul de vedere al justeii sale poziționări în raport cu ceilalți, cu așteptările lor, cu normele sociale și culturale ale spațiului în care își duce existența. Jack Miller, profesor la Universitatea din Toronto, Canada, accepta – într-o discuție pe care m-a onorat să o poarte cu mine pe această temă – că adecvarea este în strînsă legătură cu înțelepciunea, pe care el o propune ca fiind cea parte de dumnezeire prezentă în fiecare dintre noi și pe care ne revine să o protejăm și să o creștem, conștientizînd-o și luînd-o

drept reper în autoanaliza de zi cu zi. Autoanaliza, spunea Jack Miller, poate lua forme diferite, de la jurnalul zilnic, la discuția de grup sau la spovedanie.

Pînă aici, avem descris mediul în care se petrec toate și mai ales instanțele de comunicare. Am putea spune că această parte din orice model de comunicare trebuie să fie prezentă. Este ceea ce perspectiva antropologică asupra comunicării impune ca necesar pentru a înțelege restul. Avem aici cadrul social și cultura, elemente determinante în proiectarea universului în care se desfășoară toate activitățile umane.

Să urmărim în continuare și modul în care se înscriu indivizii în mediul social-cultural și, mai ales, modul în care funcționează comunicarea într-o comunitate dată.

I.2.



Personajele pe care le vom vedea interacționînd sînt A și, respectiv, B. Între ele nu s-a inițiat nici o instanță de comunicare (cum se vede și în schema de mai sus), dar, fiecare dintre ele este conștient de existența

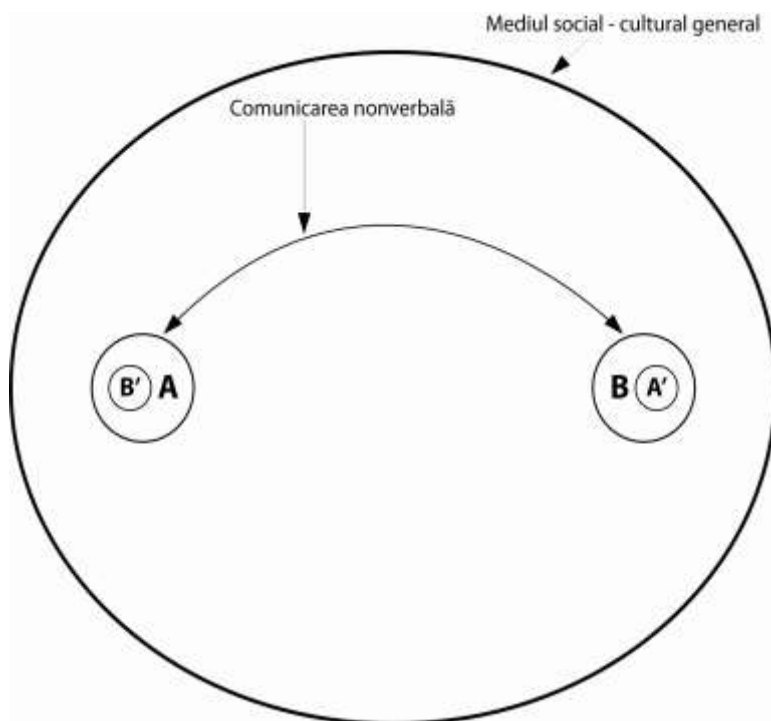
celuilalt și de prezența aceluia în raza proprie de acțiune. A și B sînt conștienți, de asemenea, de apartenența lor la un anumit spațiu social-cultural, cu toate componentele discutate în secțiunea de mai sus. În această situație, fiecare personaj se raportează la celălalt și și-l reprezintă mental. Așa se face că în mintea lui A apare o descriere a lui B (B'), iar în mintea lui B apare o descriere a lui A (A'). Sîntem în domeniul psihologiei comunicării și aflăm că fiecare dintre noi și-i reprezintă mental pe cei din jur și, în plus, fiecare știe că și ceilalți își construiesc o reprezentare mentală despre el. Evitînd să complic schema exagerat de mult, n-am mai înscris un cerc în cel numit A' (care ar fi fost B''), iar în cercul B', un alt cerc, A'''. Teoria reprezentărilor și a metareprezentărilor ne spune că, odată conștient de existența celorlalți oameni, individul uman și-i reprezintă într-o descriere mentală, descriere care conține, la rîndu-i, între altele, ceea ce individul își închipuie că ar fi reprezentarea celorlalți despre el. Aparenta butadă a profesorului Petre Botezatu (Politețea este ceea ce cred eu că tu crezi că eu cred despre tine) nu este decît o formulă genială pentru a vorbi despre jocul reprezentărilor, al metareprezentărilor și al meta-metareprezentărilor. Atunci cînd ni-l reprezentăm pe cel din fața noastră, mental, îi atribuim și lui capacitatea de a face același lucru și ceea ce ne interesează nu este doar imaginea noastră despre el, ci (poate, mai ales) imaginea pe care bănuim că și-a făcut-o el despre noi. Această a doua imagine este parte din prima. Desigur, acest zig-zag al reprezentărilor și metareprezentărilor poate merge la infinit, dar e neinteresant să mergem mai departe de-atît. Imaginea celuilalt despre noi ne ajută să-i înțelegem și așteptările legate de (posibila) interacțiune cu el.

Avem, deci, viitorii interlocutori, care încă nu au intrat în interlocuție, dar care comunică deja, datorită simplului fapt că fiecare este conștient de prezența celuilalt și de faptul că și celălalt este conștient de prezența sa și, deci, fiecare încearcă să-i pună la dispoziție celuilalt elemente necesare și suficiente pentru a se asigura că reprezentarea pe care celălalt o va avea despre el va fi cît mai aproape de imaginea pe care dorește el să o facă publică despre sine („fața” din teoria lui Goffman). Fără a lua în calcul și acest element de psihologie a comunicării, nu am înțelege nici cum își aleg indivizii rolul pentru interacțiunea care stă să înceapă, nici ceea ce fiecare va decide că se cuvine să facă, pe baza elementelor descrise la subcapitolul despre mediul social-cultural. În interacțiunea constînd din reprezentări și metareprezentări viitorii interlocutori trec în revistă tot ce ar putea fi cunoaștere specifică împărtășită cu celălalt, experiență de viață comună, dar și elemente care descriu starea psihică (posibilă) a celuilalt în

momentul ocurenței situației de comunicare. Un rol important, aici, îl are contextul extralingvistic (unde ești, cum arată celălalt – vîrstă, îmbrăcăminte etc. – dar și cine mai este de față, dacă există reguli prevăzute expres pentru astfel de interacțiuni etc.). Dacă, de pildă, ești pe culoarele unei universități și ar urma să inițiezi o interacțiune comunicațională cu un personaj de vreo 50 de ani, îmbrăcat corect, care nu are deloc aerul că s-a rătăcit pe culoare, există mari șanse să ți-l descrii pe acel personaj drept cadru didactic universitar și astfel să știi cam în ce registru ar fi adecvat să-i vorbești. Se poate să dai, de fapt, peste un student „întîrziat” sau peste un părinte de student, aflat la a nu știu cîta vizită la facultate, pentru a ajuta la rezolvarea unei situații în care se găsește fiul său. Niciodată reprezentările nu pot fi exacte! Ele se vor corecta pe parcursul interacțiunii comunicaționale propriu-zise.

De aceea, insist adesea asupra erorii care ne pîndește dacă încercăm să ne ținem (prea) aproape de normă în comunicare: adesea, norma se dovedește a fi doar reperul relativ la care se poate constata ecartul și abia acesta, ecartul, ne va spune ce valoare de utilizare ar fi să dăm unui semn, într-o instanță comunicațională dată.

I.3.

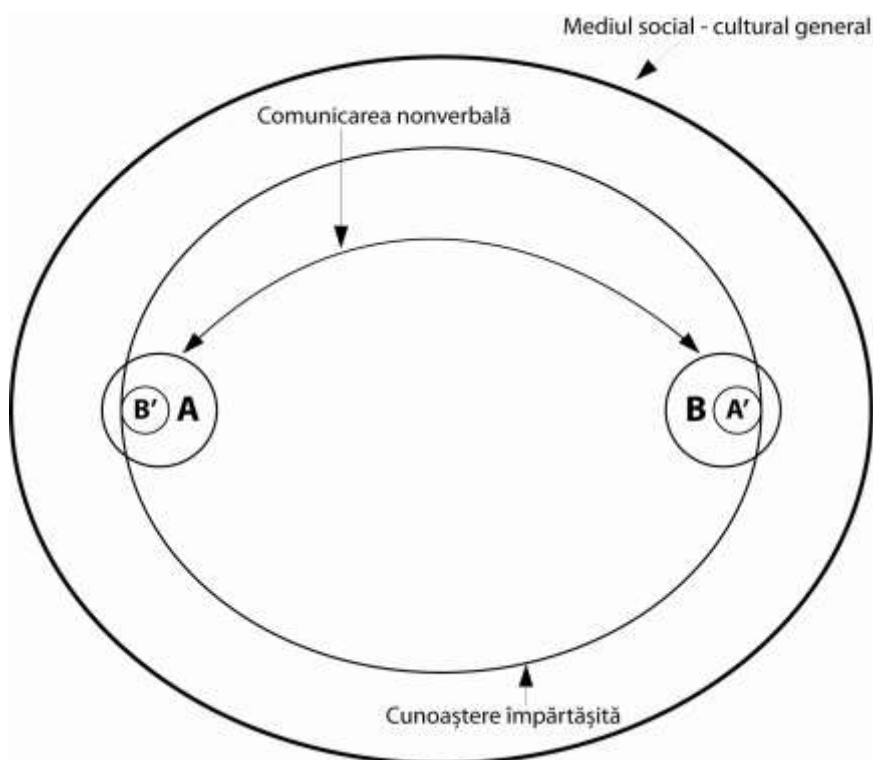


Nonverbalul (numit în unele lucrări și „comunicare prin obiecte” și reprezentat în schemă prin curba cu săgeți la ambele capete, care-i unește pe A și B) este ceea ce a fost prezentat în rîndurile de mai sus. La elementele deja descrise, mai putem adăuga mimica, postura, atitudinea generală, eventuale obiecte distinct prezente la vreunul dintre personajele de față. Un zîmbet, de pildă, poate fi amabil, dar poate fi și absent, superior sau ironic etc. Prezența unei cărți în mînă sau a urmelor de cretă pe degete pot fi semne care trădează un cadru didactic. Aici, este vorba despre o reprezentare a celuiilalt din ce în ce mai completă. Diminuarea entropiei comunicaționale aduce tot mai aproape momentul ocurenței vreunei practici sociale, ceea ce A și B vor recunoaște drept situație de comunicare. Intervine, în acest moment, experiența de viață comună și, implicit, cunoașterea specifică împărtășită (alta decît chestiunile generale, cuprinse în sfera culturii, din subcapitolul anterior). Este posibil să avem de-a face cu un cadru didactic al universității, dar este la fel de posibil să fie un profesor invitat (american, să zicem), care nu vorbește limba română. Corecția se va face la primul abord: i te vei adresa, iar el va face un gest și va lua o mimică exprimînd confuzie și, poate, jenă, după care îți va răspunde în limba lui, sperînd să aibă de-a face cu un vorbitor al acelei limbi (engleza, în exemplul nostru). Înțelegem cît de importantă este cunoașterea specifică împărtășită și cum ea se poate completa și amenda în cadrul instanței de comunicare. Cunoașterea împărtășită specifică conține și toate codurile pe care actanții la interacțiunea comunicațională sînt presupuși a le utiliza: eventual jargon, elemente de argou, dar și valoarea specifică a unor gesturi ori a paraverbalului de un anumit tip (imitînd, de pildă, modul de a rosti cuvintele al unui personaj care poate fi astfel evocat, cu semnificații în cadrul interacțiunii prezente). De altfel, imitarea sub orice formă a vreunui personaj cunoscut anterior (postură, gesturi specifice, atitudine afișată, mimică, manieră specifică de a-și purta îmbrăcămintea) este o modalitate de comunicare nonverbală bazată pe cunoașterea împărtășită specifică a lui A și B.

N. B. Nu trebuie uitat însă un lucru extrem de important: în afară de cunoașterea împărtășită, fiecare dintre cei doi interlocutori va păstra o zonă a cunoașterii pe care nu o poate pune în comun cu nimeni (cunoașterea personală a lui A, respectiv, cea a lui B). Nu este vorba despre dorința de a păstra secretă o parte din ceea ce știe fiecare, ci despre imposibilitatea de a

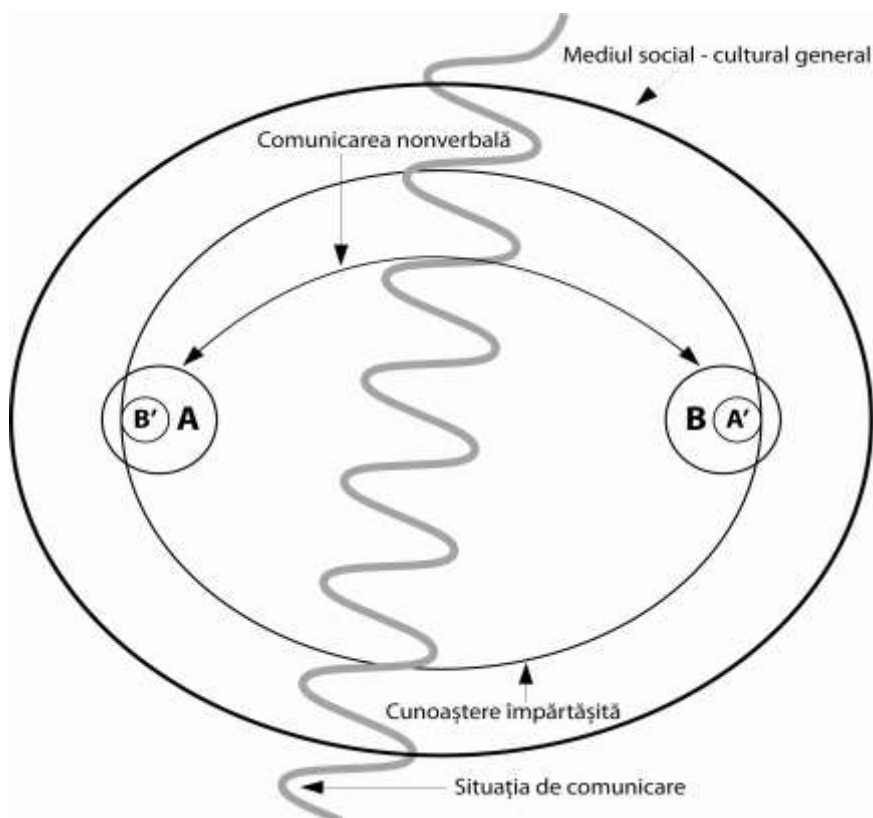
conștientiza și apoi de a reda toate detaliile experienței proprii de viață. Oricât de deschis ar fi cineva față de altcineva, îi va fi practic imposibil să se „destăinuie” exhaustiv. Acest „depozit” strict personal de cunoaștere este și ceea ce ne face surprinzători în interacțiunile cu ceilalți, deci este „vinovat” de rateurile înregistrate în comunicare, chiar dacă interlocutorii se cunosc bine și de multă vreme.

I.4.



Prin apartenența la același mediu social-cultural și prin faptul că au o sferă de cunoaștere comună specifică, A și B sînt capabili să constate ocurența vreunei practici sociale și să o asume ca situație de comunicare. Așa cum am văzut, ei comunicau deja, dar vorbim aici despre comunicarea explicită, de cele mai multe ori verbală, orală. Este posibil să fie pur și simplu practica socială larg cunoscută drept „salut”. Un zîmbet pe fața lui A îi poate da de

știre lui B că a fost recunoscut și că lui A îi face plăcere să-l reîntâlnească: deci, urmează să se salute. Așa este practica socială în cultura respectivă, așa vor ști și cei doi că urmează să se petreacă lucrurile. Forma pe care o va lua salutul, ne așteptăm să fie adecvată în raport cu prevederile sociale, cu modelele culturale ale spațiului respectiv, în raport și cu statutul celor doi, cu raporturile dintre ei și cu rolul pe care îl are de jucat fiecare.



Orice inadecvare poate fi semn de altceva decât pur și simplu de acoperirea obligației din cadrul practicii sociale a salutului. Atunci când George W. Bush l-a primit pe Tony Blair la ferma sa, într-o costumație amintind mai degrabă de fermierul texan decât de președintele SUA, formula de salut a fost în acord cu practica socială de prin fermele din Sudul Americii, ceva de genul „Yeo, Blair!”, asociată cu o bătaie zdravănă pe umăr administrată rezervatului premier britanic. De față cu presa, salutul acesta avea să transmită lumii altceva decât ideea că cei doi s-au salutat la

sosirea lui Tony Blair pe proprietatea lui Bush: era ideea că relația dintre ei depășise zona protocolară, iar cei care i-ar fi voit dezbinați trebuiau să se mai gândească. Am ajuns, cu acest exemplu, la comunicarea verbală.

Să privim și la elementele schemei care redau interacțiunea comunicațională propriu-zisă, schimbul verbal dintre interlocutori. Vedem că schema propune un schimb „mesaj-răspuns”, la care se adaugă încă un element care provine de la B și pe care îl receptează A (dacă este atent și dacă are un oarecare exercițiu în acest sens!): este *feed-back*-ul. De fapt, ceea ce schema nu poate reda este faptul că răspuns (explicit, rezultat al unei angajări în interacțiune bazate pe voliție) poate să existe sau nu, în vreme ce *feed-back* (neexplicit și involuntar) există întotdeauna, doar că este mai greu de surprins și de interpretat. Vestita formulă „și tăcerea e un răspuns” ar trebui văzută drept „și tăcerea e o reacție” sau „tăcerea e un *feed-back* care îmi ține de răspuns”. Iată de ce am ales ca schema să prezinte distinct cele două tipuri de reacție la un mesaj lansat pentru inițierea unei instanțe comunicaționale. *Feed-back*-ul se decodează pe baza conținuturilor mediului social-cultural și înțelegerea rafinată a mesajului cuprins în el se face pe baza cunoașterii împărtășite specifice. Prezența ori absența cuiva dintr-un loc spune ceva celui care urmărește comportamentul comunicativ al respectivei persoane; punctualitatea sau ignorarea ei, elemente de vestimentație, obiecte purtate în mână sau accesorii de diverse tipuri, toate spun ceva. Spun ceva într-o cultură și s-ar putea să spună altceva în altă cultură. Cineva care merge îmbrăcat în alb la o înmormântare, de exemplu, transmite un anumit mesaj în culturile de tip european și un cu totul alt mesaj în Japonia, unde albul este culoarea doliului. Ca să nu mai vorbim despre mulțimea de elemente aparținând paraverbalului, cu rol în privilegierea unei anumite interpretări a verbalului. Nici aici nu avem de-a face cu univocitate semn-sens: tonurile sînt adesea greu de controlat și uneori greșit alese/decodate; un moment de ezitare poate introduce o pauză nedorită în discurs, ceea ce poate compromite decodarea în sensul așteptat de vorbitor; o răgușeală pasageră poate aduce o notă gravă unui discurs pe care vorbitorul l-ar vrea decodat într-o altă cheie etc. Apoi, se poate vorbi, la nivel intercultural, despre erori în decodarea „melodiei” specifice limbii celuilalt. Sînt rari vorbitorii care reușesc să rostească enunțuri în altă limbă „fără accent”, adică să păstreze melodia limbii respective⁷. În astfel de

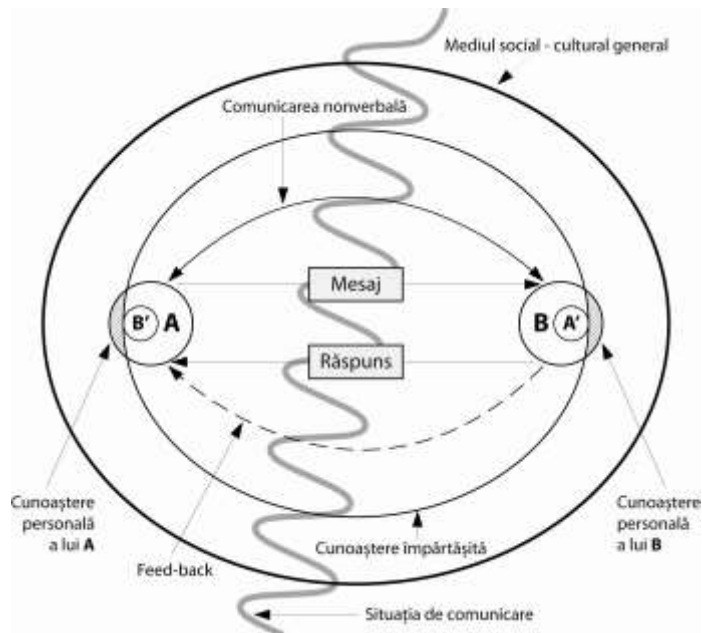
⁷ De curînd, la știri, era vorba despre cazul unei persoane din Sudul Marii Britanii: după o migrenă, femeia de 49 de ani a început să vorbească cu accent francezesc, ridicînd la 60 numărul celor care suferă de această ciudată disfuncție din întreaga lume. Ne putem imagina că englezoaica în cauză nu va putea ironiza pe vreun francez în legătură cu maniera

cazuri, paraverbalul va fi mai degrabă derutant, iar rezultatul poate fi o suită de neînțelegeri între participanții la interlocuție. Adăugând și nonverbal la paraverbalul din interacțiunile comunicaționale dintre indivizi aparținând unor culturi diferite, riscul ratării scopurilor urmărite prin instanța de comunicare pot spori: e adevărat că meridionalii, de exemplu, gesticulează mai mult decât noi, dar gesturile lor trebuie cunoscute și nu trebuie asumată ideea că e suficient să te miști mult ca să faci ca ei. Cartea lui Peter Collett⁸ este, în acest sens, una dintre lecturile lămuritoare în destul de multe privințe. Păcătuiește, însă, prin același euro-centrism de care dau dovadă autorii de pe bătrânul continent și chiar unii autori din zone de cultură de tip european (cum ar fi America de Nord, Australia ș. a.). Dacă mai adăugăm aici și faptul că emoțiile se trăiesc în limba maternă, atunci vom înțelege ce distanțe sînt adesea mascate în traducerea termenilor referitori la emoții și în interpretarea manifestărilor nonverbale ale emoțiilor. Scrieri recente, publicate de revista *Emotion Review*, scot la iveală dificultăți în comunicarea interculturală datorate modului propriu al fiecărei culturi de manifestare a emoțiilor. Citeam, de pildă, despre dificultatea pe care o întâmpină actorii de teatru din Japonia în încercarea de a reda emoții: aparținând unei culturi în care individul este educat de mic să nu-și exteriorizeze emoțiile, acești actori au adesea nevoie de măști sau de vopsirea feței pentru a reda groaza, mila, tandrețea.

Cu aceste elemente ale instanței de comunicare sîntem în domeniul semioticii, unde cunoașterea semnelor și a modurilor lor de semnificare în cultura în care se produce intervenția discursivă decide de gradul de adecvare a interpretării mesajelor. Ca și mai sus, ceea ce este cunoaștere împărtășită și experiență de viață comună va decide de corecta decodare a semnificațiilor construite de vorbitor, fie că este vorba despre verbal (cu tot cu paraverbal), fie că este vorba despre nonverbal. În orice caz, inițierea comunicării odată făcută, interlocutorii vor putea reduce progresiv materialul utilizat în construcția mesajelor, conținând pe un alt element care ține de psihologia comunicării, dar și de logică și de utilizarea limbajului în discurs. Este vorba despre faptul că mintea noastră este capabilă să facă

de a rosti enunțuri în limba engleză... Sau, dimpotrivă, rostind așa cum poate acum, ea ar putea părea că-i ironizează pe francezi cu privire la felul în care vorbesc ei engleza.

⁸ Peter Collett, *Cartea gesturilor. Cum putem citi gândurile oamenilor din acțiunile lor*, București, Editura Trei, 2005.



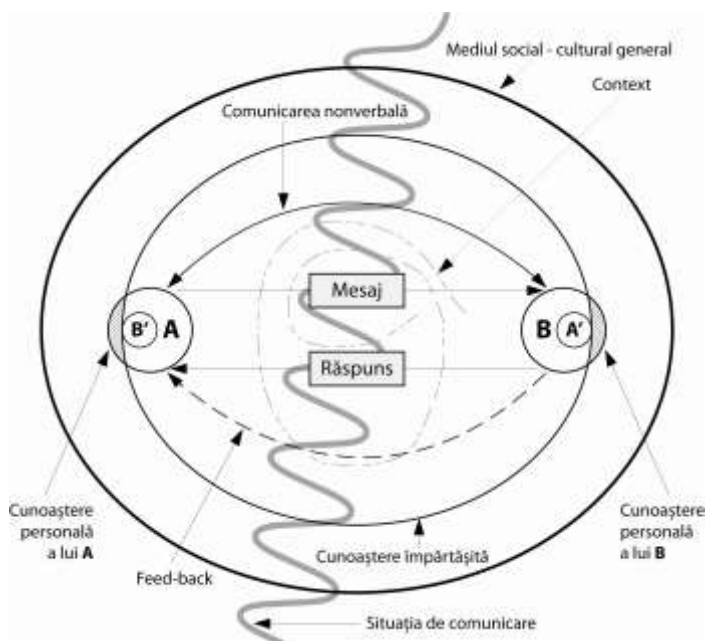
inferențe comunicaționale și, de aici, de faptul că, reprezentându-ni-l pe interlocutor ca pe un seamăn, îi atribuim și lui această capacitate. Așa se ajunge că se spun tot mai puține lucruri într-un schimb verbal, fără ca sensul dorit de vorbitor să sufere. Apar în scenă anaforele și cataforele, verbalul se explicitează cu paraverbal și se completează cu nonverbal, iar nevoia de a pune în discurs, explicit, toate elementele purtătoare de sens scade din ce în ce mai mult. Să privim la exemplul de mai jos:

- Am văzut-o pe Maria (1)
- Când ai văzut-o? (2)
- Ieri. (3)

În mesajul de inițiere a conversației (1), catafora „o” anunță că este vorba despre o ființă de sex feminin, iar apariția numelui „Maria” confirmă acest lucru și explicitează ceea ce dezvăluise catafora (este vorba despre o ființă umană, femeie, cu un nume cunoscut ambilor interlocutori). În fraza (2), „o” apare ca anaforă (știm deja că este vorba despre Maria și nu mai trebuie să reluăm numele). Fraza (3) arată că se folosesc toate informațiile deja transformate în cunoaștere specifică împărtășită și se reduce totul la simpla precizare solicitată în (2).

Constatăm, pe baza acestui exemplu, că există un context intradiscursiv, un context care are la bază deicticile prime (eu-acum-aici) și care se completează cu alte deictice și cu alte elemente, pe măsură ce intervenția discursivă se amplifică, pentru a reduce nevoia de ocurență explicită a tuturor informațiilor, iar și iar. În schemă, această parte – care ține, de data asta, de lingvistica enunțării – apare reprezentată sub forma acelei spirale realizate dintr-o linie punctată, condusă parcă ezitant, de la mesaj, învăluind apoi întregul schimb de replici. E drept că, în această reproducere schematică, nu a fost posibilă includerea tuturor elementelor care țin de descrierea funcționării limbajului în discurs și nici nu s-a putut sugera legătura dintre nonverbal și verbal (acesta din urmă, cu tot cu paraverbal). Nu este evidentă nici legătura dintre semiotică și lingvistică, nici dintre psihologia comunicării și acestea două. Vom analiza în partea a doua a lucrării această stare de fapt și dificultățile pe care le presupune punerea lor într-o aceeași analiză a comunicării, pentru a extrage un posibil model global al comunicării.

Pe de altă parte, sîntem în prezența unei activități supuse și studiului retoricii, cu acel joc între ethos, pathos și logos. Distanța negociată dintre ethos și pathos se va regăsi în forma logosului, iar acesta va relansa negocierea dintre cei dinții (cf. Michel Meyer, *Principia Rhetorica*⁹).



⁹ Paris, Fayard, 2008.

Partea a II-a: elanul temperat sau înțelepciunea dobândită

II.1. „Știința comunicării” sau „științele comunicării”?

Expun discuției această aparentă dilemă, știind de la început că voi opta pentru a doua variantă. Chiar dacă există definiții ale comunicării, chiar dacă s-au construit tipologii ale comunicării, un adevăr incontestabil rămîne să domine discuția: comunicarea este un fenomen complex, al cărui studiu nu poate fi epuizat în interiorul limitelor unei singure științe. Or, pornind de aici, am mai avea două opțiuni:

1. fie să plasăm studiul comunicării în transdisciplinar, acolo unde granițele recunoscute în mod tradițional între științe dispar și cunoașterea umană se prezintă ca un continuum cu multiple ancorări;
2. fie să ne plasăm pe aliniamentele unei științe – lingvistica, sau semiotica, sau sociologia, sau psihologia – și atunci reprezentarea obiectului de studiat să nu poată fi decît parțială.

Gîndind la opțiunile aici evocate, am parcurs o serie de texte care aveau să sporească conținutul problematologic al chestiunii în discuție. Este vorba despre volumul 25 al revistei *Hermès*, centrat pe conceptul de „dispozitiv”. Într-una dintre lucrările din acest volum citeam: „Un dispozitiv comunicațional [...] poate fi specificat în raport cu diferite domenii: spațial, temporal, afectiv, semiotic, relațional, cognitiv. În materialitatea lui, un dispozitiv prezintă o anumită configurație în spațiu și timp (el este ceva în care intri), precum și o anumită compoziție semiotică. Astfel, el determină:

- un anumit raport cu lumea, corespunzător unei anumite forme de satisfacere a dorinței [...];
- o anumită formă a raportului interpersonal care modulează în manieră variabilă fuziunea și diferențierea, centrarea și descentrarea socială;
- un anumit mod de construire a sensului care conjugă, tot conform unor combinații variabile, logicul cu analogicul” (Meunier 1999, p. 90).

Devenea limpede că, în abordarea teoretică a comunicării, vorbim despre dispozitive, fiecare astfel de dispozitiv asigurînd un anumit tip de relație. Dispozitivele pot fi, cum am văzut, sociale, semiotice, afective, cognitive etc. Or, în ciuda faptului că fiecare tip de dispozitiv este conținut de și înscris în domeniul vreunei științe, în calitatea lui de element de relație, fiecare va face legătura între diverse scheme teoretice ale comunicării. Ne mai spune J.-P. Meunier: comunicarea nu este *sau* transmisivă, *sau* relațională; *sau* cognitivă, *sau* inferențială etc. (cf. loc. cit.).

Comunicarea este și o experiență intersubiectivă (experiența alterității), și una semiotică (de acțiune intersubiectivă, prin medierea de către semne), și una psiho-socială (de interacțiune, de influențare), și una culturală, în sens larg (de (re)producere a ordinii sociale).

În completare – într-o necesară completare! – se cuvine să amintim despre comunicare că este o artă (conform retoricii, este arta practică a discursului) și o transmitere (și prelucrare) de informații.

Dacă am lua în discuție domeniile în care comunicarea este tratată sub formele amintite aici, am găsi în fiecare câte o perspectivă, o tradiție coerent construită și am găsi și relații între aceste tradiții. Aceste relații nu au fost întotdeauna evidente și de aceea s-a vorbit despre un izolaționism al teoriilor, situație care se face vinovată de dificultatea de a construi o știință cumulativă și integratoare a comunicării.

„În rețeaua de sens a conceptului de comunicare, mai multe scheme de înalt nivel par să coexiste excluzându-se reciproc și în același timp. Schema transmisivă, (shannoniană și structuralistă) și schema pragmatică (care a fost construită prin opoziție la cea dintâi) își împart, ignorându-se reciproc, dominația asupra rețelei de instanțieri subordonate. Ca și cum n-ar exista întotdeauna ceva transmisiv în relația interpersonală sau invers” (Meunier 1999, p. 89).

Luând pe rând în analiză câteva dintre perspectivele menționate, voi încerca să pun în evidență, în cele ce urmează, modul în care fiecare dintre ele se află în relație cu celelalte, dar și dificultățile care apar în încercarea de a parcurge drumul de la interrelaționare la viziunea totalizantă.

II.2. Retorica sau arta practică a discursului

În cadrul abordărilor retorice (mai ales când este vorba despre neoretorică), chestiunile legate de comunicare ce sînt aduse în discuția teoretică ar putea fi concentrate în ideea de exigență socială, care impune deliberarea colectivă și discuția practică (vezi și Habermas, *De l'éthique de la discussion*¹⁰). Un comunicator își câștigă interlocutorul sau publicul aplicînd a anumită metodă ce ține de o strategie, în care se îmbină abordarea logică cu cea emoțională și câștigă prin însăși forța discursului său. Retorica este arta care pune în evidență puterea cuvintelor, chiar dacă acestea sînt

¹⁰ Paris, Flammarion, 1991.

aparențe și nu realitate concretă, chiar dacă stilul nu este substanță, iar opinia nu este adevăr. Retorica nu presupune verificarea celor susținute în discurs prin probă practică. Ea pare să asume autenticul ca pe un mit periculos și susține ideea că o comunicare bună este o artă, deci ține de alegerea unei strategii adecvate. Cum rațiunea practică se bazează pe situații particulare și nu pe principii universale, retorica este cea care asigură discursului efectele, dar vorbim despre efecte situaționale și care nici nu pot fi prevăzute cu precizie. Retorica și „sora ei mai mică sau mai mare, argumentarea „ (cum spune Meyer) au o importanță din ce în ce mai mare și în discursurile de diverse tipuri din sfera socială, și în științele umaniste, constituite în metadiscursuri pe cele dintâi. Mai spune Michel Meyer: „Cît despre științele umane, ele argumentează mai mult decît demonstrează. Ele avansează judecăți care pot fi mereu reconsiderate sau reinterpretate pentru că omul însuși a devenit conștient că este o ființă problematică ce n-ar putea scăpa interogațiilor despre sine, despre lume, despre ceilalți”.

Aici găsim deja una dintre dificultățile despre care vorbeam: dacă acceptăm să spunem „comunicarea strategică este în mod inerent inautentică”, atunci experiența alterității este întotdeauna un eșec, iar dacă spunem că retoricii îi lipsește posibilitatea probei empirice, vom înțelege cît de nesigure sînt tehnicile discursive prin raport la intenția comunicatorului. Nu este lipsit de interes nici faptul că retorica ține de fiecare cultură în parte, ceea ce reduce efectele strategiilor și tehnicilor discursive la acțiuni punctuale, nesperate nici în cadrul aceleiași culturi și irepetabile de la o cultură la alta.

O altă dificultate pe care o putem repera deja este cea dată de imposibilitatea de a pune de acord semantica textuală cu semantica discursivă, acest fapt făcînd ca enunțiatorul să facă apel la elementele de construcție și de emiterie a discursului său urmărind eficiența discursului și nicidecum relația cu adevărul a celor spuse. Acesta este rolul argumentării discursive (ne-o spune Perelman) și acesta este obiectul de studiu al semioticii, ca știință care se ocupă de tot ceea ce poate servi pentru a mința (ne-o spune Umberto Eco). Un model în care fractura dintre intenția de discurs și realizarea discursivă propriu-zisă este evidentă, unde libertatea atît a vorbitorului, cît și a interlocutorului său de a da sens celor spuse efectiv este practic nelimitată, un discurs în care cunoașterea împărtășită specifică a interactanților poate fi determinată într-o măsură convenabilă, dar cunoașterea personală a fiecăruia rămîne necunoscută (uneori chiar și celui care o posedă!), este un model cu posibilități limitate de a fi recunoscut drept global.

II.3. Interacționismul simbolic

Dacă privim comunicarea ca pe o negociere intersubiectivă bazată pe semne, ne dăm seama că acest lucru presupune apelul interacțanților la un același sistem de semne și, chiar și așa, ne dăm seama de omniprezența posibilității ratării comunicării, adică posibilitatea de se ivi situația în care se ajunge la ireductibilitatea punctelor de vedere aflate în negociere¹¹.

Semnul, instituit cultural, este actualizat în comunicare. Or, comunicare (proces) avem „atunci când posibilitățile oferite de un sistem de semnificare sînt exploatate pentru a produce FIZIC expresii, precum și pentru pentru diferite scopuri practice” (Eco 1982, p. 15). Este, deci, vorba despre o punere în context și știm prea bine că două contexte perfect asemenea nu există.

Din cele de mai sus decurg și dificultățile pe care le putem întâmpina dacă am încerca să pornim de la modelul semiotic (eventual, cel propus de Saussure) pentru a ajunge la o construcție teoretică totalizantă și, implicit, la un model global al comunicării. Codul, făcînd necesarmente parte din cunoașterea împărtășită, este presupus a face parte, de fapt, din ceea ce numeam mai sus „cunoaștere împărtășită specifică”. Chiar și așa, nu sînt rare cazurile în care enunțiatorul să facă eforturi pentru a se asigura că mesajul său ajunge să facă efectul scontat la destinatar (ceea ce Roman Jakobson descrie în acea funcție metalingvistică a limbajului).

Mai mult, lăsînd deoparte faptul că orice uzaj de semne este retoric, am putea constata că sensul (dobîndit prin actualizare, într-un context concret) constă, de fapt, în relații funcționale din cadrul sistemelor dinamice de informații (abordare cibernetică) și nu poate fi fixat într-un cod, el producîndu-se într-un loc de conflict social, fără ca semiotica să poată explica factorii care influențează producerea și interpretarea mesajelor (abordare psiho-socială, dar și abordare fiziologică).

II.4. Experiența alterității

Condiție *sine qua non* a existenței comunicării, alteritatea este *non-ego*, mergînd de la eul dedublat (în comunicarea intrapersonală) pînă la eul în confruntare cu mulțimile. Dintr-o perspectivă fenomenologică, am putea vedea comunicarea teoretizată în legătură cu probleme ținînd de absența

¹¹ Pe această temă, a se vedea și Dan Sperber, *How do we communicate?*, (1995), la adresa www.dan.sperber.com

relațiilor interumane sau de incapacitatea de a le susține. Triunghiul comunicare-comuniune-comunitate nu are la bază doar omofonii sau vreo asemănare întâmplătoare a rădăcinilor lexicale ale celor trei termeni: prin comunicare se ajunge la comuniune (de idei, de viziuni despre lume, de trăiri), iar aceasta este baza existenței comunităților.

Dar, o primă dificultate vine din însuși faptul că experiența alterității nu este făcută direct, ci doar ca fiind constituită în conștiința eului. În termenii ciberneticii, asta ar însemna că experiența despre care vorbim – ceva, deci, care ar trebui să aibă existență practică, concretă – are loc, de fapt, în creier, ca prelucrare de informație.

În plan social-cultural, analiza chestiunii arată că, de fapt, conștiința individuală este constituită social¹², deci este ideologic distorsionată, iar intersubiectivitatea este produsă de procese sociale pe care fenomenologia nu le poate explica.

Constatăm din cele de mai sus că avem de-a face cu o altă dificultate: punerea de acord a eului psihologic cu eul social, pentru a nu mai aminti despre dificultatea semnalată în studiile lui Lacan, aceea de a accepta izolarea de lume la care eul este supus de către limbaj.

II.5. Tradiții sociologice: tradiția psiho-socială și cea socio-culturală

Sub aceste perspective, comunicarea apare ca interacțiune între membrii societății și ca mod de (re)producere a ordinii sociale. Vorbim aici despre chestiuni legate de o comunicare teoretizată ca necesitate de a manipula cauzele comportamentelor sociale pentru a obține anumite rezultate (conform intenției), pentru a gestiona conflicte sau situații de alienare sau de incapacitate de integrare. De la comunicarea banală, care construiește existența cotidiană, pînă la ritualurile cele mai sofisticate ale fiecărei culturi, vorbim despre moduri de socializare, de interacțiune, dar și de o co-construire a regulii, a structurii, a identității culturale a comunității. În înțelegerea acestor lucruri, antropologia are un aport de o imensă importanță. Dar, ...

...dificultăți pot fi sesizate și în cadrul acestei abordări, în sensul barierelor care stau în calea generalizării rezultatelor teoriilor din aceste spații epistemologice, în scopul realizării unui model global al comunicării. Dacă din punct de vedere fenomenologic se așteaptă depășirea dihotomiei

¹² A se vedea și Malcolm Gladwell, *Blink. The power of thinking without thinking*, Back Bay Books, Little, Brown and Company, N.Y., Boston, 2005.

subiect-obiect (din psiho-sociologie), o dificultate și mai mare pare să fie chestiunea cauzalității: în plan socio-cultural, legile stabilite de psiho-sociologie sînt dependente, de fapt, de cultură și sînt influențate de individualism, cauzalitatea pe care sînt ele constituite fiind lineară și nu circulară, așa cum implică procesul de comunicare. Pe de altă parte, putem socoti evident faptul că, în vreme ce teoria socio-culturală privilegiază (cf. și Partea I, *supra*) ideea de consens (față de ideea de conflict și de schimbare), abordarea retorică și cea semiotică propun influențarea ca mod de interacțiune, influențare văzută dintr-o perspectivă amorală, deci imposibil de determinat în efectele ei sociale.

III. Întoarcerea la dispozitiv

Deși Michel Foucault, inițiatorul conceptului de *dispozitiv*, scria: „dispozitivul însuși este rețeaua care poate fi stabilită între elemente” (Foucault 1944, p. 299, apud Peeters & Charlier, 1999, pp. 15-16), caracterul normativ al dispozitivului îl face ușor inadecvat aplicării în teoriile comunicării. Vorbind despre „ideologia dispozitivă”, Hugues Peeters și Philippe Charlier (op. cit.) notează: „... ne dăm seama că conceptul de dispozitiv este un concept situat. El este legat de o anumită „viziune despre lume”, se articulează și participă la conceperea unui model, a unui ideal de societate. Din acest motiv, el prezintă, fie că vrem, fie că nu vrem, un oarecare caracter normativ” (p. 20). Aceiași autori atrag atenția asupra pericolului de a nu fi destul de vigilenți și de a lăsa ca tematizarea conceptului în discuție să nu alunece către o concepție ideologică, ceea ce ar împieta asupra valorii conceptului de dispozitiv în planul raportului dintre libertate și constrîngere. Or, comunicarea, ca fenomen, este locul unde se joacă pe aceste două mize, fără a privilegia pe vreuna dintre ele. A o închide, deci, într-un dispozitiv totalitar (cu veleități de totalizant) echivalează cu cedarea în fața ideologicului și, în consecință, cu moartea dispozitivului, eșecul teoriei și ratarea modelului.

O abordare „conciliatorie” a problemei dispozitivului este menționată de autorii mai sus invocați și asta permite păstrarea speranței în posibilitatea unui model global al comunicării. Este de știut, însă, că nu va fi curînd...

Științele comunicării își caută locuri de intersecție a planurilor, locuri pe care abordări relativ recente – etnometodologia, de exemplu, cu domeniile subsumate ale analizei conversației și indexicalității – au șansa de a le găsi. Asemenea limbajului, care, în viziunea lui Eugeniu Coșeriu, este

definit ca fenomen complex „implicând mai multe aspecte simultane, dar care se prezintă în planuri diferite și pot fi abordate, prin urmare, din puncte de vedere diferite” (Coșeriu 1995, p. 92), comunicarea trebuie asumată ca obiect de studiu sub aceeași formă, cea de fenomen complex. Dacă, la Saussure, teama exprimată era ca nu cumva obiectul lingvisticii să ne apară drept „o îngrămădire confuză de lucruri eteroclite, fără legătură între ele”, la Coșeriu, ideea de fenomen complex îngăduie speranța de a atinge o viziune holistică asupra obiectului de studiu, ceea ce îi încurajează și pe cercetătorii din domeniul comunicării să vadă lucrurile în aceeași manieră. Dacă ar fi să luăm din exprimarea savantului român ceea ce se referă la limbaj și am transfera viziunea asupra comunicării, am putea constata că avem o soluție pentru surprinderea fenomenului acestuia în toată complexitatea lui, într-o imagine holistică. Limbajul, ne spune Coșeriu, este un fenomen unic în felul său. Faptul că îl numim cu un termen articulat cu articol hotărât de singular trebuie înțeles cu sensul de a se referi la un obiect unic și solidar, nu obiect unitar și omogen. El trebuie înțeles ca un asamblaj de părți organizate diferit, în legătură cu care trebuie să recunoaștem empiric că se țin laolaltă, fără să li se poată recunoaște vreo homorfie sau vreo omogenitate. E limpede că această susținere își păstrează valabilitatea și atunci când, în loc de limbaj, tratăm despre comunicare.

În ceea ce-l privește, Saussure considera drept incorectă metoda prin care științe precum psihologia, antropologia, gramatica normativă filologia și altele ar putea revendica limbajul ca fiind unul dintre obiectele lor. A fost, în timp, depășită și spaima aceasta. Acum înțelegem că limbajul, ca domeniu al multor științe – printre care și cele enumerate în cursul lui Saussure – , trebuie să existe ca obiect definit și cu proprietăți coerente, dar aceste proprietăți, în spațiul fiecărei științe, nu vor fi generale și analitice, ci vor fi specifice și sintetice. Eugeniu Coșeriu dă consistență definirii aparent slabe și incomplete („limbajul este un fenomen complex”, vezi *supra*), arătând că acest fenomen are o realitate ideală (limba) și o realitate concretă (actul lingvistic). Rămâne de stabilit în ce măsură și comunicarea – unde, cu siguranță, regăsim cele două realități, pe lângă care avem de semnalat intersubiectivitatea și presiunea (nu doar normativă) a mediului social-cultural – se poate menține, în descrierile diverselor științe, ca obiect unic și solidar.

Am putut urmări, în cele de mai sus, prezența diverselor perspective în studiul comunicării prin limbaj, perspective întemeiate în diferite științe – majoritatea ținând de cogniție – și, deci, am putut constata o atât de largă gamă de întretăieri de planuri, încât este de natura evidenței faptul că nu este

ușor de construit un model global al comunicării. De fapt, este atât de greu, încât o astfel de construcție nu a fost încă realizată de o manieră care să o facă acceptată pe deplin. Coexistența întrebărilor și a problemelor legate de descrierea mentală a actelor de comunicare și a fenomenului comunicării în integralitatea sa ne învață doar un lucru: avem de-a face cu un fenomen complex, greu – dacă nu chiar imposibil ! – de prins într-o descriere unitară convenabilă. Rămîne deopotrivă valabilă înclinarea de a păstra toate perspectivele și de a privi obiectul de studiu din toate unghiurile posibile, asigurînd astfel deschiderea și pe mai departe spre inter- ori chiar trans-disciplinaritate a studiului în acest domeniu.

Bibliografie

Coșeriu, Eugeniu, *Introducere în lingvistică*, Cluj, Editura Echinoc, 1995.

Eco, Umberto, *Tratat de semiotică generală*, București, Editura Științifică și Enciclopedică, 1982.

Gladwell, Malcolm, *Blink. The power of thinking without thinking*, Back Bay Books, Little, Brown and Company, N.Y., Boston, 2005.

Meunier, Jean-Pierre, Dispositif et theories de la communication, in *Hermès*, 25/1999, pp. 83-91.

Peeters, Hugues, Charlier, Philippe, Contribution à une théorie du dispositif, in *Hermès*, 25/1999, pp. 15-23.