

Despre ce este vorba?

Résumé: Le lecteur est invité à assister à l'effort de l'auteur de comprendre – de bien comprendre ! – ce dont on parle quand on parle communication. Des distinctions sont faites et des clarifications sont suggérées. L'effort s'inscrit dans une lignée d'études de l'auteur visant l'hygiène terminologique dans les sciences.

Mots clés: communication, communication verbale, communication non-verbale, communication para-verbale.

Deși întrebarea din titlu este una dintre cele mai des puse, de data aceasta am pus-o pentru a lansa o nouă discuție pe tema terminologiei în științele comunicării. Domeniul care mă/ne preocupă este unul încă neașezat: o disciplină lipsită de disciplină, un domeniu în care se poate manifesta – și, regretabil !, se și manifestă – oricine, un domeniu în care, însă, nevoia de acuratețe în utilizarea termenilor este mai necesară decât în multe altele, dat fiind faptul că termenii specifici sînt, în marea lor majoritate, termeni din limbajul comun, cărora li se atribuie alte înțelesuri. Ideea de a scrie acest studiu vine mai mult din nevoia proprie de a înțelege discursurile domeniului și de a mă asigura că, la rîndu-mi, înțeleg despre ce este vorba atunci cînd se vorbește despre comunicare, despre discurs și despre alte concepte/teme din științele comunicării. Orice utopie – spunea undeva Oscar Wilde – duce spre progres... Mă lansez în aceasta, cu speranța că măcar voi întîlni pe cineva pe drum.

1. Înțelesuri și înțelegeri

A construi discursuri despre construcțiile discursive devine o ocupație din ce în

ce mai răspîndită. Analiza discursivă, logica discursivă, teoria argumentării, stilistica, retorica și neoretorica, lingvistica enunțurilor, psihologia comunicării, sociologia comunicării, semiotica și, cu ea, etnometodologia, analiza conversației, pragmatistica și teoriile interacțiunii sînt doar cîteva cîmpuri în care se pot înscrie demersuri metadiscursive, adică discursuri despre discursuri. Abordările din fiecare dintre aceste cîmpuri epistemologice sînt marcate de terminologia specifică domeniului: vom întîlni, așadar, termeni specifici sociologiei, psihologiei, lingvisticii, semioticii etc. Rămîn însă unii termeni pe care-i putem considera „transversali”, adică acei termeni care apar în orice construcție discursivă pe tema discursului sau pe tema mai largă a comunicării. Iată cîteva exemple: *discurs*, *text*, *enunț*, *comunicare*, *comunicare nonverbală*, *paraverbal*. Dificultatea de a dezvolta discuții privind perechi precum discurs vs. text, enunț vs. frază, nonverbal vs. paraverbal ș.a. are la bază tocmai chestiunea terminologiei, a acestei terminologii insuficient puse la punct și care este încă doar parțial acceptată de comunitatea cercetătorilor, dar și neîngrijt utilizată, acolo unde clarificările există și căderea de acord s-a produs.

Desigur, chestiunea terminologiei – mai ales în domenii în care abundă ter-

* Universitatea „Al. I. Cuza”, Iași

meni din limbajul comun, dar cu înțelesuri aparte – se sprijină pe înțelegeri pe care le fac între ei cei care evoluează în respectivele domenii științifice. Fără aceste înțelegeri, înțeleșurile vor fi mereu altele pentru termenii utilizați, iar consensul cu privire la noi pași făcuți în cunoașterea domeniului va fi greu de obținut sau va fi de conveniență (ceea ce este extrem de grav!). La rândul lor, înțeleșurile se fac pe baza definirii detaliate a termenilor, cu evidențierea acelor elemente care le asigură specificitatea în câmpul epistemologic dat și cu precizarea elementelor care le disociază de sensul/sensurile din limbajul comun. Vom vedea mai departe că specialistul în comunicare nu acceptă drept valabile expresiile „X nu comunică” sau „X nu vrea să comunice” (expresii perfect acceptabile în discuția comună), pentru că el știe că orice am face nu putem să nu comunicăm și, deci, el va prefera să spună, în astfel de cazuri, „X ne lasă să înțelegem că nu vrea să ne vorbească” ori „X ne comunică faptul că nu vrea să intre în interacțiune comunicațională cu noi”. Altceva este să vorbim despre conceptul de *incomunicare*, lansat de Dominique Wolton: incomunicarea este, de fapt, imposibilitatea reducerii identităților în comunicare, adică acea condiție *sine qua non* a actului de comunicare – *comunicare 2* – care este existența alterității (vezi și *infra*, p. 7).

Nu este lucru sigur că va exista vreodată o limbă funcțională perfect pusă la punct pentru cercetarea în domenii precum *comunicarea* sau *discursul*. Este, însă, lucru cert că orice efort în sensul adoptării unei terminologii larg asumate va duce către o regularizare a domeniilor și la o sporită consistență a creațiilor cercetătorilor din aceste spații. Pe de altă parte, orice abdicare de la acuratețe în utilizarea termenilor face demersurile științifice greu de urmărit, greu de înțeles, greu de clasificat și chiar și mai greu de recomandat (direct, ca recomandare bibliografică,

sau indirect, prin citare în altă lucrare). Uneori, se simte – mai degrabă decât se înțelege – că este ceva de reținut dintr-un text propus de câte un autor, dar simțim mai acută nevoia de a-l „edita” pentru a-l aduce la un standard de expresie științifică cu care ne-au obișnuit autorii riguroși. În alte situații, se simte limba sursă dedesubtul textului tradus în limba noastră. E ca la palimpsest: citești și textul explicit prezent în pagina din fața ochilor, citești și un text întrezărit, aproape vizibil și el, și-ți dai seama că traducătorul s-a lăsat păcălit de capcane ale traducerii. Am mai făcut referiri critice la astfel de calcuri prezentate drept traduceri (Stoica, 2004; Stoica, 2006) și am făcut și precizări terminologice (*comunicare vs. comunicație*), pornind de la virtuți ale limbii române fără corespondențe în alte limbi europene (Stoica, 2004). În prezenta lucrare mă voi ocupa însă de alte chestiuni, vizînd tot dobîndirea unei stabilități terminologice pentru științe ținînd de domeniul comunicării și de cel al discursului.

2. Comunicarea

Motto:

We firstly have vague concepts. They are easy to understand but are unable to describe the complexity of our reality, so we come regularly across a discourse filled with “communicators”, “respondents” and “message contents”... Those concepts constitute nothing but a ready-to-think paraphernalia which often gives us the false impression that we understand rather effortlessly: this illusion does not resist cross-examination.

(Bruno Ollivier, *Observer la communication. Naissance d'une ineterdiscipline*. Paris, Editions du CNRS. Versiunea în limba engleză)

Majoritatea cărților despre comunicare se deschid cu definirea conceptului. Unele chiar trec mai întîi în revistă cîteva definiții consacrate, adăugînd, eventual, și cîte un model dintre cele mai discutate, totul în

spiritul încadrării în cerințele științificității. Este cât se poate de firesc ca lucrurile să se petreacă astfel. Am făcut și eu același lucru (Stoica, 2004) și am constatat – în confruntarea cu studenții, cu colegii de breaslă și cu doctoranzi la examenele și referatele cărora am fost invitat în comisii – că persistă neclarități, se fac confuzii și se creează dificultăți în construirea discursurilor despre comunicare. Simt eu însumi, adesea, nevoia de a mă convinge că înțeleg corect obiectele cu care operez și relațiile dintre ele. Se cere, deci, o clarificare, dar, de data asta, limba română nu mai are cum să mă ajute. În atare situație, voi proceda asemenea lui Eugenio Coșeriu, care, într-o lucrare despre logică și limbaj (Coșeriu, 1974), pornea de la a semnala că termenul *logică* trimite la patru înțelesuri diferite (Logica 1a, Logica 1b, Logica 2a, Logica 2b) și că este necesară această distincție pentru claritatea și consistența discursurilor științifice pe aceste teme. Așadar, voi iniția termenii *comunicare 1* și *comunicare 2*.

Pe primul îl propun pentru a desemna fenomenul infinit și atoatecuprinzător, cel în care ne facem, fiecare, apariția, în care ne ducem existența și la care participăm fie că vrem, fie că nu vrem, fie că ne dăm seama, fie că o facem involuntar, și care nu se sfârșește când se sfârșește viața vreunui dintre noi. Am putea să acceptăm să numim acest fenomen cu termenul scris cu majusculă (*Comunicare*). Astfel, Comunicarea este vastul, necuprinsul fenomen în care trăim și care ne trăiește, la care participăm și care face parte din noi. Reluând o lectură din Dan Sperber (Sperber, 1995), reținem ideea capacității minții oricărei ființe umane de a și-i reprezenta pe semenii nu ca pe niște corpuri în mișcare, ci ca pe niște alte minți și, de aici, posibilitatea metareprezentărilor (și a meta-metareprezentărilor etc.). Or, simplul fapt că individul devine conștient de prezența alterității (la care se raportează

permanent) îl pune în comunicare cu ceilalți. Faptul că o persoană instruită, dintr-o cultură mai evoluată (în sensul dat de culturile de tip european termenului de *evoluat*, în astfel de cazuri) se raportează (cumva, nu în mod practic, evident, explicit) la cei peste 6 miliarde de locuitori ai Terrei, iar o persoană dintr-o cultură mai puțin deschisă (cum ar fi un membru al vreunui trib izolat din Amazonia) se raportează la un număr restrâns de indivizi (membrii tribului său și, eventual, membrii vreunui trib vecin) nu are relevanță pentru ideea pe care o susțin: a lua cunoștință/a deveni conștient de existența celorlalți înseamnă a intra în comunicare cu ei, prin mecanismul reprezentărilor și al metareprezentărilor. Socotind zig-zag-ul reprezentare/metareprezentare/meta-metareprezentare etc., înțelegem că nici nu se poate stabili un început al fenomenului. De aceea, când se vorbește despre comunicare, se are în vedere ceea ce eu propun să numim *comunicare 2*. Fenomenul infinit și atotcuprinzător nu cade sub directa cunoaștere a oamenilor. Nimeni nu-și pune problema aceasta și totuși toată lumea vorbește despre comunicare. *Comunicarea 2* (sau, simplu, *comunicarea*, fără majusculă) este, de fapt, aspectul discret al comunicării, instanța de comunicare, evenimentul, activitatea voluntară, acțiunea conștientă de a interacționa cu alteritatea¹. Fie că este verbală sau nonverbală, fie că este explicită sau implicită, interacțiunea

¹ Când spun „voluntar” sau „conștient”, nu mă refer doar la cel care trimite mesajul, ci îl am în vedere și pe receptor (sau interlocutor, pentru a stabili echilibrul între cele două poziții ale participanților la interacțiune): dacă receptorul declară ca a sesizat sosirea unui mesaj de la celălalt, atunci comunicarea poate fi considerată involuntară din punctul de vedere al emițătorului, dar va fi voluntară și conștientă din punctul de vedere al interlocutorului acestuia. Când spuneam despre comunicare că are la bază atitudini intenționale și implică ideea de schimb (Stoica 2004), îi aveam în vedere pe ambii participanți, în egală măsură.

comunicațională este punctuală, contextuală, reperabilă (chiar și de un nespecialist), descriptibilă. Putem spune că, de exemplu, „X îi spune P lui Y” sau că „X îl lasă pe Y să înțeleagă P din comportamentul său nonverbal”. Doar specialistul ajunge, însă, să-și pună problema justiției reprezentării pe care X o are despre Y, când îi spune P. Dacă adecvarea discursului P pentru Y și pentru situația de comunicare respectivă nu este optimă, specialistul își poate da seama că X nu l-a „interpretat” corect pe Y și, din acest motiv, a ratat atingerea scopului comunicării. Comunicare, oricum, a fost, numai că finalitatea a fost ratată: Y nu a înțeles/a înțeles greșit ce voia X de la el atunci când i-a spus P. Specialistul mai știe că nu se poate preciza cine a început secvența comunicațională „X îi spune P lui Y”. X i-a pregătit lui Y discursul P, pentru că Y l-a lăsat să înțeleagă (i-a transmis) că este capabil să decodeze P, iar Y i-a transmis lui X că poate să înțeleagă ce va fi să-i spună acesta pentru că și X i-a transmis lui Y că ar avea ceva de spus și că îl consideră un partener valabil pentru o intervenție comunicațională. Cine a fost primul? Unde începe comunicare? Aici, *comunicarea 2* se dovedește a fi doar o secvență detașabilă din *comunicarea 1*. Din acel continuum pe care e greu să-l descrii și să-l supui analizei, desprindem secvențe de *comunicare 2*, numite *instanțieri comunicaționale* sau *instanțe de comunicare*. Pe acestea le degajăm din continuum și le cercetăm. Despre ele putem discuta și despre ele pot discuta și nespecialiștii: ele sînt evidente; au prezență fizică, sînt reperabile și descriptibile, așa cum am mai spus.

De aceea, despre *Comunicare (comunicarea 1)*, voi continua să spun că este un proces continuu și dinamic, în vreme ce despre *comunicare (comunicarea 2)*, voi spune că avem de-a face cu un eveniment, cu o secvență (de lungime variabilă) detașată

din acel continuum de mai sus și judecată în sine, ca avînd început și sfîrșit. Uneori, este foarte greu să se facă diferența dintre *comunicarea 1* și *comunicarea 2*, mai ales cînd ne referim la nonverbal. Ca exemplu, vom vorbi despre obiceiul (din culturile cele mai răspîndite) de a ne îmbrăca înainte de a ieși din casă. O facem în mod mecanic, deși o facem pentru că ținem la părerea generală, aceea că „nu e frumos” să te arăți dezbrăcat în public. O facem, deci, pentru că ținem la reprezentarea pe care ceilalți o au/o vor avea despre noi, pornind de la lucruri dintre cele mai banale în aparență. Numai dacă cineva ne-ar spune, într-o bună dimineață, să ieșim dezbrăcați din casă, am conștientiza enormitatea unei astfel de propuneri, ne-am da seama că gestul mecanic pe care-l facem zilnic, acela de a ne îmbrăca înainte de a ieși, are la bază ideea că ne pasă de „ce va zice lumea despre noi”. Ne îmbrăcăm, însă, într-un fel anume pentru a merge la un interviu pentru ocuparea unui post într-o companie oarecare ori pentru a merge la stadion sau la picnic. Adecvarea vestimentației la fiecare dintre aceste situații ține de *comunicarea 2*, adică este ceva programat pentru o anumită secvență, în care vrem să atragem atenția asupra capacității noastre de a înțelege momentul și de a ne înscrie în rol. Nu mai avem de-a face cu acel gest mecanic, făcut parcă pentru toți cei 6 miliarde de alți oameni de pe planetă (gest inscriptibil la *comunicarea 1*), ci o facem conștient, în urma unei analize asupra unei anumite situații și avînd în vedere o anumită consistență concretă a alterității (gest inscriptibil la *comunicarea 2*).

Iată, deci, că putem acum accepta și definiția conform căreia

Comunicarea este un proces continuu și dinamic (comunicarea 1)

dar și pe aceea conform căreia

Comunicarea are la bază atitudini care sînt intenționale și care implică ideea de schimb (comunicarea 2).

Rămîne valabilă și susținerea lui Watzlawick (***orice am face, nu putem să nu comunicăm***), după cum este perfect valabilă și definiția lui I. A. Richards (***comunicarea este un aspect discret al activității umane...***(Richards, 1974)).

Gîndindu-se pe sine ca parte a umanității, individul se înscrie – cel mai adesea, involuntar – în fenomenul infinit al comunicării (comunicarea 1 sau *Comunicarea*); plănuiindu-și o anumită intervenție, într-o anumită situație și față de un anumit interlocutor, individul are în vedere o anumită instanță de comunicare (comunicarea 2 sau *comunicarea*). Desigur, celebra formulă de la Palo Alto, „orice ai face, nu poți să nu comunici”, privește Comunicarea, în vreme ce interacțiunile concrete (care se petrec într-un loc concret, într-un moment concret, între protagoniști concreți) țin de comunicare, de instanțiere. Despre aceasta din urmă se tratează cel mai adesea în studiile din domeniul științelor comunicării. De aceea vorbim despre interlocutor/alocutor sau despre audiență/auditor/auditoriu, în fine, despre alteritate, de aceea ne interesează deicticele și, mai ales, de aceea întîmplările acestea sînt/trebuie să fie tratate ca irepetabile. Tot la instanța de comunicare se referă cercetătorii atunci cînd fac clasificări ale comunicării. Din punctul de vedere al mijloacelor folosite, avem comunicare verbală și comunicare nonverbală; din punctul de vedere al dispozitivului comunicațional (cf. Pierre Lévy), avem comunicare intrapersonală, interpersonală, de grup și publică; din punctul de vedere al modului de a realiza contactul cu alteritatea, avem comunicare directă și comunicare mediată etc. Toate tipurile de

comunicare menționate mai sus sînt tipuri de instanțe de comunicare, tipuri de activități discrete, moduri de interacțiune decelabile în cadrul relațiilor interumane.

3. Clasificări folosite în cercetările din domeniul comunicării

Reluînd ultima parte a paragrafului anterior, constatăm că au fost trecute în revistă tipurile cele mai des întîlnite/prezentate/discutate de comunicare. În încercarea de a reduce numărul stereotipurilor de gîndire (care, în lumea științelor, sînt deosebit de periculoase), îmi propun să iau în discuție clasificările amintite mai sus și să încerc să deslușesc ce anume poate rămîne așa cum s-a obișnuit lumea să spună și ce anume trebuie reconsiderat, sub lumina unor lămuriri suplimentare.

3.1. Verbal vs. nonverbal

Așa cum puțini oameni din domenii ale vizualului nu scapă nici o ocazie de a relua vestita formulă conform căreia „o imagine face cît o mie de cuvinte”, ajungem la o saturație din punctul de vedere al frecvenței cu care, în lucrări despre comunicare verbală și/sau nonverbală, se reia o ciudată statistică a unui francez, care zice nici mai mult nici mai puțin decît că, în comunicarea umană, doar 7% ar fi verbal, restul fiind nonverbal (55%) și paraverbal (38%). Cîteva observații ne vor ajuta să vedem ce nu stă în picioare la această statistică.

Nonverbalul

Mai întîi, avem de precizat că mintea noastră lucrează cu concepte, ale căror „suporturi” semantice sînt noțiunile. Raționăm făcînd operații cu concepte, deci lucrînd cu noțiunile care identifică aceste concepte. Nu degeaba scria Mario Bunge,

în *Tratatul* său de fundamente ale filosofiei (Bunge, 1974), că trebuie să se facă distincția dintre obiectele dintr-o clasă A (termen, literă pentru predicat, propoziție lingvistică) și obiectele dintr-o clasă B (concept, predicat, propoziție logică). Autorul invocă aici vede semnul (ca **obiect fizic** și ca eventual **denotat fizic**) drept diferit de ceea ce se găsește dincolo de el, adică sensul, înțelesul semnului. Semnul intră în relații fizice (de tipul: de 2 ori 3 = 33) sau în relații nonfizice, cum ar fi cele logice (de tipul: de 2 ori 3 = 6). La Mario Bunge, schema ontologică de bază propune o viziune pe două paliere asupra obiectului: factual (cu rafinarea pe extra-lingvistic și lingvistic) și conceptual (unde regăsim conceptul, schema propozițională și corpul conceptual, drept **constructe**). Desemnarea, în aceste condiții, aduce în discuție chestiunea **numelor**, care sînt acei termeni dintr-un limbaj care desemnează obiecte. Numai că, într-un limbaj conceptual (adică un limbaj care desemnează constructe în loc de fapte, sentimente etc.), toate numele desemnează constructe (cf. Bunge, 1974: v. 1, p. 21). Propozițiile, mai aflăm din *Tratatul* la care facem referință, nu sînt obiecte fizice; ele nu au realitate în afara proceselor din creier (tot așa cum mișcarea nu este independentă de faptul de a mișca obiecte).

De aceea este valabilă aserțiunea conform căreia nu există gîndire fără limbaj (vorbim aici, desigur, despre limbajul verbal). Nonverbalul funcționează, deci, pentru că, la receptare, ne traducem în verbal ceea ce am captat sub formă de nonverbal². Această traducere se face cu o viteză extrem de mare, încît pare să fie făcută instantaneu. În plus, ea se face involuntar, deci este insesizabilă chiar și

pentru cel care o face. Îl văd, de exemplu, pe X venit să-mi facă o vizită și constat că și-a pus costum, cravată și s-a dat cu un parfum de calitate: înțeleg imediat că, deși nu ne înțeleseserăm asupra tipului de vizită, el a decis să fie una protocolară, drept care mă voi strădui să pară că și eu vedeam lucrurile în același fel. Cum de am înțeles ce mi-a comunicat X prin ținuta pe care a ales-o? Cum de m-am hotărît să adopt o altă strategie decît cea pe care o alesesem (să spunem că-mi programasem să am cu X o întrevvedere informală)? Am perceput (vizual și olfactiv) mesajul transmis de X prin nonverbal, l-am tradus instantaneu în verbal și restul s-a petrecut în consecință. De fapt, în exemplul ales, nu trebuie să conteze decizia pe care am luat-o (puteam foarte bine să-l pun într-o situație stînjenitoare, tratîndu-l într-o cheie informală, pentru a-l face să se simtă împovărat de costum și de cravată). Ceea ce este important aici este faptul că am perceput, am decodat, am asimilat informația și am trecut la raționamente și judecăți. Or, toate acestea se fac pe bază de limbaj verbal. Așadar, statistica aceea cu 7% trebuie interpretată: în doar 7% din cazuri, comunicarea se face direct și explicit în limbaj verbal; în rest, ea se face pe baza altor coduri și mijloace, dar este ulterior tradusă în limbaj verbal și înțeleasă (adică își atinge scopul). Prin această mică amendare a viziunii despre raportul verbal/nonverbal am vrut să clarific o stare de lucruri care risca să rămîină camuflată și să producă unele confuzii celor care ar vrea să înțeleagă în profunzime și cu claritate cum funcționează mintea noastră în comunicare³. Nu se ascunde aici nici cea mai mică intenție de a

² O probă în sensul susținerii ar fi și ceea ce aflăm despre modul în care intervenția verbalului manipulează percepția vizuală. A se vedea, în acest sens, lucrări precum *Nu vedeți nimic* (Arasse, 2008) sau *Ways of seeing* (Berger, 1972).

³ După o seamă de lecturi (între care, Raffman, 1993), după ce l-am auzit pe celebrul Leonard Bernstein spunîndu-le elevilor săi că muzica nu înseamnă nimic și după reflecții, consider că doar muzica are/ poate avea un alt statut între formele nonverbalului. Probabil, voi reveni asupra acestei teme.

diminua importanța nonverbalului. Rolul acestuia rămâne deosebit de important, măcar din două puncte de vedere: pentru că are forță emoțională infinit mai mare decât verbalul⁴ și pentru că, în multe cazuri, ajută la dobândirea unei idei cât de cât clare despre Comunicare (*comunicarea* 1), prin rezistența în timp a elementelor care îl construiesc.

Ating aici un alt punct în care simt nevoia să mă opresc pentru a mă asigura că înțeleg corect lucrurile.

Majoritatea lucrărilor despre comunicarea nonverbală tratează aproape exclusiv despre ceea ce se mai cunoaște și sub denumirea de „limbaj al trupului”, doar unele mergînd și la studiul proxemicii și al atingerilor reciproce, al posturilor, al atitudinilor afișate. Puține merg și mai departe⁵. Să ne gîndim că nonverbalul cuprinde o arie mult mai vastă de mijloace de expresie, cum ar fi arhitectura (incluzînd aici și plasarea clădirii în spațiul comunității), portul diverselor obiecte (mai ales în mâini), cum ar fi un buchet de flori, o bîtă de baseball, un briceag, un

⁴ Citeam cîndva despre un experiment care a fost făcut pe doi subiecți, băieți de 8 ani, cu inteligență și educație comparabile. Ei au fost introduși în două studii separate și, în timp ce unuia i s-a pus un mic film documentar cu un tigru, celuilalt i s-a derulat pe ecran un text în care era descris tigrul. La final, le-au fost puse întrebări de genul „ce lungime are trupul tigrului?” sau „cite dungi poate avea un tigru matur pe o latură a corpului?”. Copilul care citise textul știa răspunsurile, celălalt, nu. Însă la întrebarea „V-a impresionat tigrul?”, cel care citise a spus că nu avea cum să se simtă impresionat de un text de prezentare, iar cel care văzuse filmul a spus că a simțit ceva fiori cînd chipul tigrului a fost prezentat în prim-plan și i-a văzut ochii, parcă privindu-l. Iată, deci, raportul informare/emoționare în utilizarea limbajului verbal și a celui nonverbal.

⁵ A se vedea: Edward T. Hall, *La dimension cachée*, trad. de l'anglais, Paris, Seuil, 1978, precum și Edward T. Hall, *Le langage silencieux*, trad. de l'anglais, Paris, Seuil, 1984.

șirag de mătăni, o anumită bijuterie sau anumite accesorii; ar mai fi alegerea locului în care să se producă întîlnirea cu interlocutorul, decorarea acestuia (interior sau exterior), aranjarea lucrurilor în așa fel încît la interacțiunea verbală prevăzută să mai fie cineva de față (ca participant non activ) etc. Acestea țin tot de nonverbal. Parfumul pe care-l poartă cineva la o întîlnire (întîlnire de orice fel), faptul că ajunge la timp sau alege să întîrzie ori chiar simplul fapt că este prezent într-un anumit loc, la un anumit moment sînt elemente de nonverbal. Ele comunică ceva, cuiva, dar numai pentru că receptorul are capacitatea de a-și traduce instantaneu în cuvinte ceea ce i-a fost prezentat prin nonverbal și astfel ajunge să înțeleagă și să aibă, eventual, o reacție.

Paraverbalul

Aici, lucrurile sînt mai simple și mai clare: paraverbalul nu poate exista decât însoțind verbalul. Aceasta ar fi de ajuns pentru a crea o dificultate în înțelegerea capacității cuiva de a distinge cît la sută e verbal și cît la sută e paraverbal într-o intervenție comunicațională. În rest, interpretarea paraverbalului se face pe aceleași temeuri ca și a nonverbalului: simt o nuanță de ton în rostirea interlocutorului meu și mi-o și traduc în verbal, de parcă mi-aș zice în gînd, cu viteza fulgerului „va să zică așa vrea el să-i iau eu spusele!”. Sau, pun o întrebare și interlocutorul meu ezită un timp (uneori, aproape imperceptibil ca durată) înainte de a-mi da răspunsul; după caz, pot interpreta această ezitare drept o reținere față de tema discuției, un timp luat pentru a decide dacă să-mi dea ori nu răspuns, un timp pentru a găsi minciuna potrivită pe care să mi-o spună. Fac aceste raționamente pentru că mi-am spus instantaneu în gînd

„Ia te uită! Ezită!” și am început să fac presupuneri cu privire la motivul ezitării. Ne putem gândi, în acest punct și la pauza cu rol fatic din discursul cuiva, acea pauză care are consistență, care le permite interlocutorilor să mai constate o dată că sînt cu adevărat în contact. Importanța paraverbalului în comunicare poate fi o temă de discuție. Să ne amintim de povestea evocată de Jakobson în scrierile lui despre nonverbal și paraverbal (Jakobson, 1987): era vorba acolo despre un actor rus care, la examenul pentru acceptarea sa în trupa unui vestit teatru moscovit, a reușit să facă ceea ce-i ceruse juriul și anume să rostească 40 de enunțuri diferite cu același conținut lingvistic („în această seară”). Este neîndoios faptul că, la nivelul comunicării, paraverbalul decide – în cele mai multe cazuri – de sensul care trebuie desprins dintr-o instanțiere discursivă, dar mi se pare imposibilă separarea lui de verbal și, deci, „cîntărirea” prezenței fiecăruia în actul comunicării.

Concluzie la clasificarea în verbal/nenverbal

Am făcut apel la câteva rudimente de cunoștințe despre modul de funcționare a creierului nostru, am evidențiat în scenarii cu rol de exemple modul în care funcționăm ca ființe comunicante, am adus în discuție virtuțile nonverbalului și pe cele ale verbalului.

Așadar, putem păstra în memorie statistici precum cea evocată mai sus, avînd grijă totodată să nu pierdem din vedere faptul că sîntem în comunicare, permanent, pentru că ne reprezentăm unii pe ceilalți ca pe niște minți, iar mințile funcționează permanent și funcționează pe bază de limbaj. Verbal !

3.2. Comunicarea cu sine și cu alteritatea

Clasificarea la care voi face referire în continuare nu pare a prezenta dificultăți în înțelegere. Din punctul de vedere al dispozitivului de comunicare (unu cu unu; unu cu mai mulți; mai mulți cu mai mulți), comunicarea poate fi clasificată în: intrapersonală, interpersonală, de grup și publică. Altfel spus, dacă avem în vedere numărul de participanți la o instanță comunicatională, distingem cele patru tipuri de mai sus.

3.2.1 Dificultăți și clarificări

O primă dificultate apare dacă ne punem problema alterității drept condiție *sine qua non* a existenței comunicării. În *Penser la communication* și, apoi, în *Défendre la communication*, Dominique Wolton pune în circulație termenul de *incomunicare*, pentru a defini situația cînd locutorul și alocutarul ar ajunge să se suprapună, să se contopească, să fie unul și același. De fapt, termenul acesta atrage atenția asupra ireductibilității identităților în comunicare. Sub alte formulări, găsim aceleași lucruri și la matematicianul R. Rosen (Rosen, 1991): invitîndu-și cititorul „back to basis”, matematicianul-filosof vorbește despre cele două dualisme de bază pe care le operează spiritul uman. Primul, este între sine și rest („pentru fiecare dintre noi, această separare este absolută, indubitabilă, neechivocă”); al doilea este între obiectele lumii înconjurătoare, pe care le-am luat sub control (numindu-le!) și o zonă de vag a cărei prezență doar o intuim. Efortul spiritului uman este făcut în sensul de a reduce zona de vag intuit în favoarea lumii obiectelor cunoscute. Dintre aceste dualisme, cel care ne interesează în acest punct este primul.

Sub lumina celor de mai sus, comunicarea intrapersonală apare ca un nonsens. Și totuși, ea există și nu este vorba despre activitatea de a raționa, acea activitate specific umană, surprinsă de silogismul aristotelic, care se face conștient și voluntar: se pornește de la niște premise și se merge către concluzie. Comunicarea intrapersonală rămâne să fie interlocuția în care sînt angajați *ego* și *alter ego*, cu condiția să se producă inconștient. Tresărirea care le arată celor din jur că te-ai surprins vorbind cu tine însuși este și ceea ce marchează sfîrșitul brusc al comunicării intrapersonale. Se înțelege că nu luăm în discuție cazurile patologice, ci acele situații pe care le-am trăit mai toți, rareori sau mai adesea. Dedublarea eului produce apariția celor doi actori absolut necesari pentru a putea vorbi despre comunicare. Deci, comunicarea intrapersonală este un caz particular de comunicare interpersonală, unde ambii interlocutori sînt găzduiți în interiorul aceleiași persoane fizice.

3.2.2 *Comunicare de grup și comunicare publică*

Făcînd apel tot la instrumentul numit de Pierre Lévy *dispozitiv comunicațional*, constatăm că, atît comunicare de grup, cît și cea publică se încadrează la dispozitivul „unu cu mai mulți” sau la cel „mai mulți cu mai mulți”. Ne aflăm, deci, în situația de a găsi alte criterii capabile să ne dezvăluie diferența/diferențele dintre cele două tipuri de comunicare.

Am în vedere trei astfel de criterii: cel al gradului de omogenitate, cel al specificității modurilor de semnificare și cel al apartenenței vorbitorului la grupul-audiență. Mai pot fi găsite și alte criterii, dar acestea mi se par a fi cele mai relevante pentru discuția noastră.

Grupul – de la cel mai redus numeric, pînă la cel mai numeros – se caracterizează printr-un grad ridicat de omogenitate, măcar pe o coordonată (care poate fi: atracția pentru o anumită activitate, legăturile de sînge, împărtășirea unei ideologii, urmărirea unui interes comun etc.). Important pentru constituirea și menținerea grupului este faptul că membrii lui comunică direct între ei și sînt conștienți de apartenența lor la același grup. Dintre diversele definiții date noțiunii de *grup*, mă voi opri la aceea a lui Norman Goodman: „doi sau mai mulți indivizi care au un sentiment comun de identitate și se influențează unul pe altul în modalități structurate pe baza unui ansamblu comun de perspective referitoare la comportamentul fiecăruia” (Goodman, 1999, p. 87). Un locutor care știe care este elementul de legătură care face ca un număr de indivizi să poată fi considerat drept grup va ști și cum să-și acorde discursul (altfel spus, cum să comunice) cu respectivul grup. Fie că va alege să nu treacă pragul disonanței cognitive al membrilor grupului-țintă, fie că va alege să-i contrarieze (pentru a-i șoca și astfel să-i facă să vadă lucrurile și sub o altă perspectivă), el va ști cum să comunice cu ei, iar reacția grupului va fi, în mare măsură, într-un același ton. Dacă vorbim despre cazul în care vorbitorul face parte din grup (deci este recunoscut ca membru al grupului), atunci putem fi siguri de naturațea evoluției tuturor membrilor respectivului grup, dar și de utilizarea de către vorbitor cu maximă pricepere și, deci, cu maximă eficacitate a modurilor de semnificare/comunicare specifice grupului.

Publicul din comunicarea publică – chiar atunci cînd este selectat pe baza unor criterii care să-i asigure omogenitatea – este, de fapt, un public neomogen, din motive de ordin practic: cu cît numărul de

indivizi strânși într-un public este mai mare, cu atât șansele de a avea în acel public indivizi cu trăsături asemănătoare este mai mic; comunicarea din interiorul publicului (adică acea comunicare care s-ar institui între indivizii care compun publicul) este slabă și posibilă doar pe segmente mici. Astfel, un public adunat pentru a asculta o cuvântare – a președintelui țării, de exemplu – este alcătuit din persoane care nu se cunosc, care nu interacționează comunicațional decât foarte vag și care se regăsesc în același timp, în același loc din motive care pot fi foarte diferite (unii, pentru că vor să-i arate vorbitorului că-l sprijină în politica sa; alții, din curiozitate; o a treia categorie, pentru a le arăta oponenților politiciii președintelui că nu sînt de acord cu ei; unii, pentru că treceau pur și simplu pe-acolo și n-au mai reușit să iasă din mulțime etc.). Vorbitorului îi va fi, deci, mult mai greu să-și acorde discursul cu așteptările, cu dorințele, cu asumptiile cognitive ale unui astfel de auditoriu.

Pe de altă parte, este lesne de înțeles că va fi întotdeauna o diferență de percepție din partea auditoriului atunci cînd locutorul face parte din grupul celor cărora se adresează, față de situația cînd locutorul nu este un membru recunoscut al publicului său. În cazul comunicării de grup, locutorul este perceput ca împărtășind același univers intertextual cultural și aceeași *doxa*, ca avînd aceleași viziuni, aceleași pasiuni, aceleași orientare ca și membrii publicului său, de unde, o receptare mai atentă și mai binevoitoare a discursului său și, deci, un succes asigurat în mare măsură în ceea ce privește atingerea scopului urmărit prin intervenția comunicațională respectivă. Nu același lucru se va putea spune despre situația în care inițiatorul instanței comunicaționale este exterior publicului său și este și perceput ca atare. În astfel de situații –

care descriu comunicarea publică – , arta captării atenției și bunăvoinței publicului trebuie să fie stăpînită la cel mai bun nivel de către vorbitor, iar garantarea succesului intervenției discursive este problematică. Cu o zonă restrînsă de coextensivitate a intertextului cultural (al vorbitorului și al fiecărui individ din public), cu o *doxa* relativ redusă (ca funcție a diferențelor culturale dintre vorbitor și publicul său), interacțiunea vorbitor-public cere practicarea artei oratorice la cel mai bun nivel și aplicarea cunoștințelor din domenii precum semiotica comunicării, pragmatistica, teoria argumentării etc., atît în pregătirea discursului, cît și în derularea lui.

Concluzii la clasele „comunicare de grup” și „comunicare publică”

Din cele de mai sus, putem trage concluzia că, deși se deosebesc prin unele aspecte, cele două tipuri de comunicare au ceva esențial în comun: faptul că alocutorul este multiplu. Am putea spune, în consecință, despre comunicarea de grup că este o formă aparte a comunicării publice, o formă care înlesnește obținerea efectului dorit prin instanța comunicațională respectivă, datorită gradului ridicat de omogenitate și datorită faptului că vorbitorul este membru al publicului său. Nu insist nici asupra elementelor de asemănare, nici asupra celor de distincție în discuția despre cele două tipuri de comunicare. Am vrut doar să atrag atenția asupra imposibilității de a fixa aceste clase într-o eventuală încercare de mapare a domeniului *comunicare* după criteriul dispozitivului comunicațional. Și aceasta, pentru a nu extinde discuția și asupra celorlalte elemente care constituie acest instrument, dispozitivul comunicațional: modul în care se dă vorbitorul pe sine în discurs (imaginea pe care o propune el auditoriului);

imaginea pe care vorbitorul o dă în discurs despre reprezentarea sa despre interlocutor/audiiență; poziția pe care o are vorbitorul față de propriul discurs, așa cum transpare ea din actul comunicațional; contractul de comunicare pe care îl are vorbitorul cu publicul său. Aceste detalii au fost implicit prezente în dezvoltările de mai sus cu privire la asemănările și distincțiile dintre comunicarea de grup și cea publică și, pentru interesul acestei lucrări, am considerat că esențialul a fost atins.

Ar mai fi poate de adăugat un comentariu: ceea ce, dintr-un punct de vedere, poate constitui un grup (cum ar fi, de pildă, membrii asociației de proprietari dintr-un bloc de locuințe, atunci când este vorba despre felul în care se comportă copiii colocatarilor în spațiile comune), din altă perspectivă poate foarte bine să nu fie grup (cum ar fi din punctul de vedere al opțiunilor politice și electorale sau din punctul de vedere al opțiunilor privind școala copiilor). Această situație, oarecum „volatilă”, ridică problema determinării unui anumit ansamblu de persoane drept grup sau nu în funcție de tema pe care ar urma să se desfășoare intervenția comunicațională. Înțelegem, așadar, că distincția „comunicare de grup-comunicare publică” nu este una netă, dar mai reținem și faptul că este o distincție importantă în plan pragmatic.

3.3. Comunicarea directă și comunicarea mediată

O precizare este necesară chiar de la început: vom înțelege, aici, prin „comunicare *directă*” acea comunicare care are loc în coprezența protagoniștilor. Ea poate fi verbală (cu tot paraverbalul antrenat în precizarea sensurilor) sau nonverbală, dar trebuie ca transmiterea/perceperea mesa-

jelor să se facă direct, fără intervenția niciunui aparat sau mijloc intermediar. Singurul canal rămîne să fie atmosfera, iar simțurile angajate pot fi toate cele cinci cu care sîntem dotați. Desigur, intervenția altui mijloc în transmiterea mesajului va face să vorbim despre comunicare mediată. În acest de-al doilea caz, nonverbalul și/sau paraverbalul ar putea să nu fie posibile sau să fie descrise sau „traduse” în diverse coduri pentru a putea fi transmise, ca să nu mai vorbim despre funcționarea deicticelor. Să ne imaginăm cît de clar este un enunț de genul „Îmi trebuie o sîrmă cam atîta de lungă” spus la telefon sau să ne gîndim la ce putem înțelege dintr-un bilet pe care scrie „Vin în cinci minute”, atunci cînd nu știm care a fost momentul scrierii acelor cuvinte!...

În comunicarea directă, intercomprehenșiunea pe care o urmăresc interlocutorii se realizează mai ușor, dat fiind faptul că pot fi utilizate toate elementele de verbal, de paraverbal și de nonverbal necesare precizării sensurilor de transmis. În acest tip de comunicare, totul joacă un rol și este suficient ca fiecare să aibă abilitatea de a pune în discurs cît mai clar propriile intenții de comunicare și pe aceea de a decoda rapid și corect sensurile sugerate de întregul comportament de comunicare al interlocutorului, pentru ca scopul intervenției comunicaționale să fie atins. Am lăsat deoparte discuția despre bunăvoința participanților la instanța de comunicare, acel comportament pe care Paul Grice îl descrie în elaborarea principiului cooperativ în conversație.

La comunicarea mediată, subcategoriile sînt numeroase și fiecare este importantă pentru studiu, dintr-un anumit punct de vedere. Am putea spune, de exemplu, că avem comunicare mediată sincronică (prin utilizarea acelor medii care permit simultaneitatea traserii și a

receptării (telefon, web, e-mail/messenger) și comunicare mediată decalată în timp (scrisorile, creațiile literare și, în general, creațiile artistice, jurnalismul⁶). Când decalarea este și spațială (cum ar fi în cazul publicațiilor britanice, de pildă, citite de un public din România), dificultățile de receptare și decodare cresc. Nu este vorba despre dificultăți date de așa-numitele „bariere lingvistice”, ci despre faptul că diferențele culturale (*doxa*, mai ales) îi cer cititorului român să facă un efort suplimentar, acela de a se abstrage mediului în care trăiește, pentru a se imagina în mediul care a creat publicația pe care o citește, aliniindu-se astfel publicului britanic cititor al publicației respective. Decalarea spațială pune probleme în utilizarea deicticelor, chiar atunci când comunicarea este sincronă. Cum lumea nu mai are un imperiu ca cel spaniol în care soarele nu apunea niciodată, un „bună seara!” de la Beijing îi prinde pe englezi la cafeaua de dimineață, iar urarea de „An Nou fericit!” venită de la cineva din America ne găsește pe noi, pe români, deja obosiți de noaptea de Revelion și de prima dimineață a noului an. Ca să nu mai vorbim despre știri, unde este necesară precizarea „ora Coastei de Est a Americii” în contexte descrise cu termeni de genul „la această oră matinală”.

Există, apoi, comunicare mediată de un singur mijloc intermediar și comunicare mediată în mai multe trepte, cu intervenția mai multor intermediari. Dacă intermediarii nu sînt doar aparate, ci apar și ființe umane, problema care apare este în primul rînd de natură semantică și pragmatică. V-ați gîndit vreodată la drumul parcurs de textul dramatic, de la autorul său, la public? Intervine, mai întîi,

regizorul, care extrage un anumit sens din lectura textului scris de autor; el se va strădui să se facă înțeles de către actori, cărora le cere să joace în așa fel încît să redea acel înțeles pe care-l va fi extras el din lectura textului; la rîndul lor, actorii vor înțelege în felul lor ceea ce le transmite regizorul și, jucînd vor încerca să transmită publicului de teatru ceea ce vor fi înțeles ei din ceea ce va fi fost ce a extras regizorul din lectura operei scriitorului. La fiecare etapă, cite cineva preia mesajul (în forma în care a ajuns pînă la el) și încearcă să-l retransmită mai departe. În final, publicul spectator de teatru va spune că a văzut piesa autorului X, fără să-și pună problema că a văzut și înțeles ceva din ceea ce a înțeles actorul din ceea ce a înțeles regizorul din ceea ce a scris autorul... Medierea mesajului nu este doar prin scris-explicat-rostit și jucat (adică prin trecerea prin mai multe instanțe fizice diferite a mesajului original), dar și prin a înțelege ce e de înțeles din ce va fi înțeles actorul din ce a înțeles regizorul din ce a scris autorul⁷...

4. Deci, ...

... multe dintre conceptele utilizate în discursuri despre comunicare sînt încă de discutat și de definit, pentru diminuarea progresivă a zonei de vag din construcțiile domeniului. Încercarea la care v-am invitat să fiți martori este doar expresia efortului personal de a mă asigura că înțeleg despre ce este vorba. Așa cum se poate constata, au rămas multe concepte de supus aceluiași efort de clarificare. De altfel, nici pentru acele concepte despre care am

⁶ În cazul jurnalismului, trebuie să avem în vedere că se face distincția între presa tipărită (cu receptare decalată în timp) și presa audio-vizuală și cea online, cu receptare sincronă.

⁷ Același lucru intră în discuție atunci cînd este vorba despre tradiții: tradițiile se realizează și se mențin prin trecere – comunicare – de la om la om, deci sînt supuse deformărilor la fiecare astfel de trecere.

tratat în rîndurile de mai sus nu se poate susține că s-a epuizat tot ce era de spus întru clarificarea lor, în plan semantic și pragmatic. Aveam însă nevoie să mă întreb în legătură cu ele și am ales s-o fac cu voce tare.

Referințe

- Daniel Arasse (2008), *Nu vedeți nimic. Descrieri*, București, Art.
- John Berger (1972), *Ways of seeing*, London, BBC and Penguin Books.
- Mario Bunge (1974), *Treatise on Basic Philosophy*, Dordrecht; Boston, D. Reidel Publ. Co., vol. 1-3 (Vol. 1: *Semantics: Sense and Reference*).
- Eugenio Coșeriu (1974), „Logique du langage et logique de la grammaire”, in *Actes du Colloque organisé par le Centre d'Analyse syntaxique de l'Université de Metz (7-8 novembre 1974)*, publiés par Jean David et Robert Martin, pp. 15-33.
- Norman Goodman (1999), *Introducere în sociologie*, București, Editura Lider.
- Edward T. Hall (1978), *La dimension cachée*, trad. de l'anglais, Paris, Seuil.
- Edward T. Hall (1984), *Le langage silencieux*, trad. de l'anglais, Paris, Seuil.
- Roman Jakobson (1987), *Language in Literature*, Cambridge, MASS, Harvard University Press, pp. 466-503.
- Marc Paillet (1974), *Le journalisme: fonctions et langages du quatrième pouvoir*, Paris, Dunod/Denoël.
- Diana Raffman (1993), *Language, music, and mind*, Cambridge, MASS, The MIT Press.
- I. A. Richards (1974), *Principii ale criticii literare*, București, Univers.
- R. Rosen (1991), „Some Necessary Epistemological Considerations”, in *Life itself*, New York, Columbia University.
- Dan Stoica (2004), *Comunicare publică. Relații publice*, Iași, Editura Universității „Al. I. Cuza”.
- Dan Stoica (2006), „Relații publice vs. Relații cu publicul sau Pleoară pentru igiena terminologică în științe”, in *SIGNA IN REBUS. Studia Semiologica et Linguistica in Honorem M. Carșov. Supliment al secțiunilor Lingvistică și Limbi străine (2005) ale Analelor Științifice ale Universității „Al. I. Cuza” din Iași*. Editorii volumului: Mihaela Lupu, Eugen Munteanu, Florin-Teodor Olariu, Iulian Popescu. Iași, Editura Universității „Al. I. Cuza”, pp. 315-320.
- Dominique Wolton (1997), *Penser la communication*, Paris, Flammarion.
- Dominique Wolton (2005), *Il faut sauver la communication*, Paris, Flammarion.
- <http://www.dan.sperber.com/communi.htm> (site vizitat la 1 sept. 2008).