

codurilor etc. din diverse sisteme particulare de semne și că aceste structuri generează **mituri, conotații** ș.a.m.d. A mers mai departe, prin a demonstra cum asemenea structuri și instrumente textuale, de exemplu, punctul de vedere, **modul de adresare** și **lectura preferată**, propun sau chiar fixează o poziție din care sensul poate fi extras de către cititor – poziționarea **subiectului**. La acest punct, devine clar că cititorul „efectiv” poate să nu ocupe poziția propusă pentru el de textele sau **discursurile ideologice** și, mai mult, că, până acum, s-a acordat prea multă atenție activităților **cognitive** și raționale implicate de lectură, dar nu suficientă atenție **plăcerii** și dorinței implicate. Astfel, semiotica a fost forțată să ia în considerare procesele sociale în care sunt întâlnite textele și rolul plăcerii în aceste contexte sociale.

În mod sigur, subiectele de acest gen nu sunt rezervate exclusiv semioticii; de fapt, a existat chiar un schimb fructuos între semiotică și alte întreprinderi intelectuale – în special **teoria psihanalitică**, marxismul, feminismul, precum și alte abordări sociologice.

Trăsătura distinctivă a semioticii rămâne, totuși, încercarea ei de a specifica, în general și în detaliu, modul în care înțelesul este produs social (și nu creat individual) și modul în care acesta devine subiect al relațiilor de putere și al luptelor pentru **putere**, la fel ca orice alt tip de produs social. Atunci când își îndreaptă atenția către cititorul individual, nu trebuie să înțelegem acest lucru ca o întoarcere la conceptul de **individ** abstract și nelegat de nimic, ci mai degrabă la individul-subiect, a cărui individualitate este, în mare, produsul discursurilor ideologice și al practicilor de semnificare care îi populează relațiile sociale sau pe care acesta le întâlnește în societate.

JH

♦ *Vezi și structuralism, studii culturale.*

● *Lecturi recomandate:* Culler (1976, 1983), Hawkes (1977), Fiske (1982).

SEM N

* Un semn posedă trei caracteristici esențiale: trebuie să aibă o formă fizică, trebuie să se refere la altceva decât sine și trebuie să fie recunoscut și folosit de oameni ca semn.* Barthes dă ca exemplu un trandafir: trandafirul este de obicei doar o floare, dar, dacă un

bărbat dăruiește această floare prietenei sale, trandafirul devine un semn, pentru că se referă la pasiunea romantică, iar ea recunoaște acest semn.

Semnele și modalitățile în care sunt ele organizate în **coduri** sau limbaje reprezintă baza oricărui studiu al comunicării. Ele pot avea o varietate de **forme**, cum ar fi cuvinte, gesturi, fotografii sau trăsături arhitecturale. **Semiotica**, cea care se ocupă de studiul semnelor, codurilor și al culturii, este preocupată de stabilirea trăsăturilor esențiale ale semnelor și ale modurilor în care ele operează în viața socială.

Saussure a divizat semnul în cele două elemente constitutive ale sale – **semnificantul** (forma lui fizică, așa cum este ea percepută de simțurile noastre) și **semnificatul** (conceptul mental sau acel lucru la care se referă semnul). Peirce crede că există trei tipuri de semne – **iconii**, **indicii** și **simbolurile**. Cei doi autori, în calitatea lor de autorități în domeniu, au avut o influență considerabilă asupra lucrărilor ulterioare pe această temă.

Saussure accentuează asupra faptului că un semn poate fi înțeles în mod corect doar în relație cu alte semne din același cod sau sistem: înțelesul său este determinat parțial de semnele care nu sunt alese. Semnificația unei pălării melon este clară dacă spunem că nu este joben și nici pălărie de fetru. Semnul băiat este înțeles ca non-bărbat și non-fată, iar om este non-animal și non-dumnezeu. Ca lingvist, Saussure este interesat în principal de relația semnelor cu celelalte semne din același cod, dar și de relația semnificantului și a semnificatului pentru același semn. El este mai puțin interesat de relația unui semn cu realitatea **referențială** (pe care o numește **semnificație**).

Pe de altă parte, Peirce accentuează asupra ultimei relații la fel de mult ca și asupra celorlalte. El, la fel ca și continuatorii săi, Ogden și Richards, preia punctul de vedere al unui filosof; el crede că semnul poate fi studiat doar în relație cu celelalte două elemente, pe care le-am putea simplifica numindu-le **realitatea mentală** și **realitatea referențială**. Termenii dați de Peirce pentru acestea sunt **interpretant**, respectiv **obiect**; termenii lui Ogden și Richards sunt **referință** și **referent**.

JF

♦ *Vezi și semnificant, semnificație, simbol.*

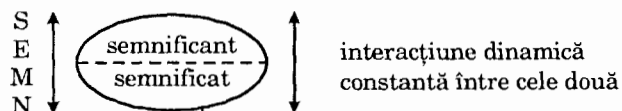
SEMNAL

* În teoria comunicării, forma fizică dată mesajului pentru a fi transmis: termenul nu se referă la conținut sau înțeles, ci doar la existența fizică sau la forma mesajului.*

JF

SEMNFICANT/SEMNFICAT

* După Saussure, perechea de concepte care, împreună, constituie un semn. Saussure a construit modelul următor:



Semnificantul este forma fizică a semnului așa cum o percepem noi cu ajutorul simțurilor – sunetele unui cuvânt sau imaginea, într-o fotografie. Semnificatul la care se referă semnul este conceptul mental al utilizatorului.* Relația dintre cele două este fie **arbitrară**, fie **iconică**. În semnul arbitrar nu există cu necesitate o relație între semnificant și semnificat: semnificantul ia forma pe care o are cu ajutorul unei **convenții** sau al unui acord între utilizatorii lui. În semnul iconic, natura semnificatului influențează forma semnificantului: acesta din urmă arată sau sună ca semnificantul (vezi **motivația semnului**).

Este important să realizăm că acești doi termeni sunt folosiți doar în scopuri analitice: un semn nu poate fi divizat efectiv în semnificant și semnificat, la fel cum o monedă nu poate fi despărțită în cap și pajură. Saussure credea că natura arbitrară a **limbajului** este principalul motiv al complexității, subtilității și abilității lui de a îndeplini un întreg șir de funcții.

JF

♦ Vezi și **motivația semnului, semn, semnificație**.

SEMNFICAȚIE

* Pentru Saussure, relația **semnului** sau sistemelor de semne cu realitatea referențială.* Barthes fructifică acest concept, folosindu-l

pentru a se referi la modul în care operează semnele într-o **cultură**: el adaugă dimensiunea **valorilor** culturale la utilizarea pe care Saussure o dăduse termenului.

Barthes identifică două **niveluri ale semnificației**: primul este cel al **denotației** (pe care Saussure o numește „semnificație”), iar al doilea este cel al **conotației și mitului**, care apare când înțelesurile semnului la primul nivel se întâlnesc cu valorile și **discursurile** consacrate ale unei culturi.

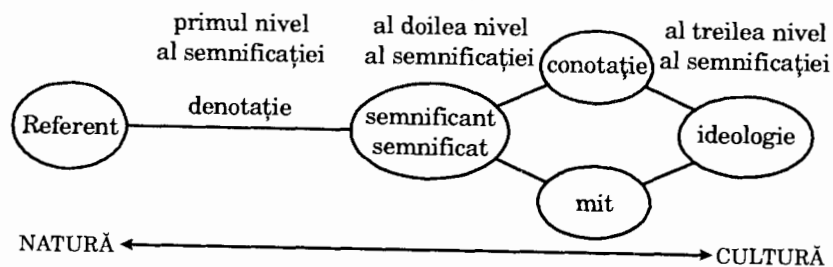
Primul nivel al semnificației: denotația. Aceasta se referă la relația simplă sau literală dintre un semn și **referentul** său. Se presupune că această relație este **obiectivă** și nelegată de valori conjuncturale – cu toate diferențele dintre ele, cuvintele „cal”, „armăsar” și „mârtoagă” semnifică același animal. Acțiunea mecanică/chimică a camerei video, producând o imagine a acelui obiect spre care este îndreptată, este ceea ce se cheamă denotație. Conceptul este util în general doar în scopuri analitice; în practică nu există un nivel de semnificare obiectiv și nelegat de diverse valori, exceptând acele limbaje super-specializate, cum ar fi cel al matematicii; $4 + 8 = 12$ este o afirmație pur denotativă.

Al doilea nivel al semnificației: conotația. Aceasta apare când înțelesul denotativ al semnului este făcut să înlocuiască sistemul de valori al culturii sau persoanei care îl folosește. El produce astfel „umbre de înțeles” asociative, expresive, **atitudinale** sau evaluative. În fotografie, procesele mecanice/chimice produc înțelesuri denotative, dar intervenția umană în alegerea unor caracteristici precum focalizarea, încadrarea sau iluminarea produc înțelesul conotativ. Conotația este deci determinată de forma semnificantului: schimbarea semnificantului și păstrarea semnificatului la primul nivel de semnificare reprezintă o modalitate de control al înțelesului conotativ. Iată câteva exemple: două fotografii ale aceleiași persoane, una focalizată, alta mai vagă; același cuvânt rostit cu intonații diferite ori tipărit cu fonturi diferite sau alegera operată între „cal”, „armăsar” și „mârtoagă”. Conotația operează cu ajutorul stilului și tonului, fiind legată mai degrabă de aspectul modal al comunicării, decât de cel cantitativ.

Al doilea nivel al semnificației: mitul. Utilizarea mai curând specializată pe care o dă Barthes cuvântului **mit** se referă la un lanț de concepte larg acceptate în interiorul unei culturi, prin care membrii acesteia conceptualizează și înțeleg un anume subiect sau o parte a experienței lor sociale. Astfel, *mitul* nostru referitor

la viața la țară constă într-un lanț de concepte de genul: acolo e bine, e natural, e proaspăt, e liniște, e frumos, e un loc de recreere și refacere. În schimb, *mitul* orașului conține concepte de tipul: natura lipsește, e un loc al constrângerilor, al muncii, tensiunii și stresului. Aceste mituri sunt arbitrare în raport cu referenții lor și sunt specifice fiecărei culturi. În secolul al XVIII-lea, de exemplu, orașul era *mitologizat* ca bun, civilizată, urban, spațiul politeții, iar „la țară” însemna: rău, un spațiu al necivilizației, al grosolăniei, al primitivismului. O reclamă tipică pentru secolul XX arată o familie fericită la picnic, într-o poieniță, aproape de o apă curgătoare. Mama pregătește masa, tatăl și fiul joacă fotbal, iar fiica adună floricele. Reclama acționează ca un declanșator care activează *miturile* noastre referitoare la viața la țară, familie, rolurile sexelor, relația muncă – plăcere ș.a.m.d. Pentru a înțelege această reclamă trebuie să ne amintim propriile noastre „modalități de a conceptualiza” aceste probleme (sau miturile noastre): dacă nu avem respectivele mituri, reclama va însemna ceva diferit sau este posibil să nu însemne chiar nimic. Deci termenul *mit* nu trebuie folosit în sensul empiric de „falsă credință”, ci în sensul antropologic de „modalitate culturală de conceptualizare a unui subiect abstract”. Miturile sunt conceptuale și operează în planul semnificatului; conotațiile sunt evaluative, legate de emotivitate și operează în planul semnificantului.

Semnificație și ideologie: al treilea nivel. Fiske și Hartley (1978) sugerează că miturile și conotațiile unei culturi sunt semne manifeste ale **ideologiei** ei. Modul în care diferite conotații și mituri se ajustează pentru a forma un tipar coerent sau un sens al întregului, adică modul în care acestea „semnifică”, reprezintă o dovadă a principiului organizator fundamental și invizibil – ideologia. Barthes identifică o relație similară atunci când numește conotații (semnificanții conotației) drept o „**retorică** a ideologiei”; Fiske și Hartley sugerează că ar putea fi util să gândim ideologia ca fiind al treilea nivel al semnificației.



♦ *Vezi și cod, ideologie, intersubiectivitate, semnificant /semnificat.*

SENS/RELAȚIILE SENSULUI

* Valoarea comunicativă asumată de un cuvânt sau de o expresie în virtutea locului ei într-un sistem lingvistic. * **Valoarea** precisă a unui cuvânt sau a unei expresii poate fi explorată în termenii relațiilor sale de înțeles cu alte cuvinte din același sistem. Un tip particular de relații de sens include relațiile de *antonimie*, *sinonimie* și *hiponomie* (vezi **semantică**), relații de înțeles opus, respectiv identic sau inclus. Desigur, toate cuvintele și expresiile sunt capabile să aibă senzuri multiple, deși contextul operează de obicei pentru accentuarea unui sens și excluderea celorlalte.

MM

♦ *Vezi și înțeles, multiaccentualitate, polisemie, pragmatică, semantică.*

● *Lecturi recomandate: Lyons (1981).*

SERVICIU PUBLIC DE RADIO ȘI TELEVIZIUNE

* **Canalele** de radio și televiziune care constituie mai curând un bun public decât bunuri private. Aceasta atrage organizarea lor ca **instituții** naționale de cultură, dedicate extinderii resurselor publice de informare, **reprezentare** și **divertisment**. * În multe state **naționale**, istoria dezvoltării sistemelor din audiovizual a fost profund influențată de **discursul** televiziunii sau radioului ca serviciu public, fie sub forma monopolului de stat, fie, mult mai târziu, ca element public semnificativ dintr-un sistem mixt, cel mai adesea permițând competiția cu variantele comerciale de radio și televiziune. În context britanic, componentele „centrale” ale serviciului public de radio și televiziune au avut tendința de a include următoarele principii. În primul rând, în calitate de serviciu public, emisia trebuie să fie universal disponibilă, pentru toți cetățenii, și să încerce să satisfacă atât nevoia de diversitate, cât și pe cea de unitate în interiorul **culturii** naționale și a comunităților. În al doilea rând, serviciul trebuie să fie susținut de și răspunzător față de un sistem simplu de finanțare publică, lucru care permite izolarea producătorilor de interesele finanțatorilor din guvern, partide politice, puterea corporatistă sau comercială. În cele din urmă, serviciile furnizate trebuie să fie de bună

„calitate” (termen-cheie în dezbaterile recente) și să răspundă nevoilor tuturor grupurilor dintr-o cultură modernă, indiferent de **puterea**, statutul sau influența lor.

Din perspectivă istorică, este important să amintim câteva dintre cele mai importante tensiuni și schimbări produse în ethosul și practicile asociate cu serviciul public (vezi Kumar, 1977). În Marea Britanie, criticile referitoare la **elitismul** și paternalismul cultural au fost însoțite, mai recent, de o critică bazată pe rațiuni de piață, referitoare la ineficiența unui sistem de serviciu public extins și la inabilitățile acestuia de a furniza programe populare, în acord cu multiplele cereri ale **audiențelor** din perioada modernă. Faza a coincis totodată cu apariția unor noi tehnologii multimedia și a unor produse precum cablul, satelitul și video-recorderul, care au adăugat greutate provocării la adresa rigidității învechite și a **hegemoniei** multor sisteme naționale din audiovizual. Ca un rezultat al acestui fapt și al altor forme de fragmentare, mulți teoreticieni contemporani au sugerat că serviciul public este un concept monolitic și fără relevanță, aparținând unui timp istoric depășit. Împotriva acestora și folosind experiența proceselor petrecute în sistemele dereglementate, unele tendințe recente din analiza serviciului public au încercat să restabilească, pentru democrațiile moderne de masă, importanța egalității **accesului** la o cultură împărtășită, publică. Din acest punct de vedere, erodarea unei astfel de facilități este înțeleasă ca slăbire politică a unui drept istoric important al cetățeanului și ca indiciu al fragmentării sociale și culturale moderne.

TO

♦ *Vezi și audiovizual, dereglementare, reithian, sfera publică.*

● *Lecturi recomandate:* Scannell (1989, 1990), Kumar (1977), MacCabe și Stewart (coord.) (1986), Schlesinger (1987), Hood (1986).

SFERA PUBLICĂ ȘI PRIVATĂ

* Mod de a descrie separarea produsă, în culturile moderne, între lumile „închise”, ale biograficului, personalului și domesticului, și spațiile „deschise” ale muncii, politicii, mass-media și acela, chiar mai larg, al afacerilor **instituționale**. * Originile și dinamica diviziunii moderne dintre aceste lumi duale ale culturii și **conștiinței** se găsesc în schimbările survenite în secolele al XIX-lea și XX

în procesul industrial și în redefinirea relațiilor dintre „casă” și „muncă”. Strategia conceptelor, așa cum a fost ea aplicată culturii și comunicării, a vizat în ultima vreme două probleme directe. Prima este legată de faptul că feministele și alți teoreticieni au atras atenția asupra unei diviziuni a muncii și asupra unor forme de putere diferențiate în funcție de sex, care au fost stimulate și naturalizate prin această dimensiune. În al doilea rând, studiile recente despre **comunicarea de masă** au relevat importanța conceptului de *sferă publică* – deschisă și accesibilă tuturor – considerat componenta esențială a unei vieți moderne, participative, democratice.

TO

♦ *Vezi și instituții, serviciu public de radiodifuziune și televiziune.*

SIMBOL

* În principiu, un semn, un obiect sau un act care stă în locul a ceva, în virtutea unui acord între membrii culturii care îl folosesc.* Cuvântul a fost utilizat în mod dezorganizat; fiecare context în parte ar trebui să fie studiat pentru a se stabili tipul particular de utilizare. Principalele tipuri ar fi următoarele:

1. Shannon și Weaver, Ogden și Richards și Berlo tind să folosească acest cuvânt într-un sens mai larg, pentru a se referi la orice tip de semn. O astfel de utilizare ar trebui, pe cât posibil, să fie evitată. Urmează tipuri mai precise, deși câteodată contradictorii.
2. Peirce folosește termenul pentru a se referi la o categorie de **semne** unde există o asemănare între acest semn și **obiectul** său. El îi opune simbolului celelalte tipuri de semne, în viziunea sa – **iconul** și **indicele**. Un cuvânt este un simbol; la fel și un semn de tipul ♀, care înseamnă feminin.
3. Freud îl folosește pentru a se referi la un obiect sau un act care înlocuiește ceva tabu sau la care nu ne gândim cu plăcere. În această utilizare freudiană există o oarecare asemănare între simbol și acel lucru pe care îl înlocuiește el, deși respectiva asemănare poate fi indirectă sau **metaforică**. Un penis este simbolizat de o stropitoare.
4. Barthes folosește termenul pentru a se referi la un obiect sau la un act care înlocuiește o idee abstractă sau o **valoare**.

O monedă de aur simbolizează bogăția, un păstor și oile sale simbolizează relația lui Iisus Christos cu apostolii săi. În acest sens, practicile religioase și **ritualurile** sociale sunt frecvent simbolice – de exemplu, creștinarea sau oferirea de cadouri de Crăciun.

5. Există și o utilizare literară și artistică a termenului, care este similară celei de la punctele (3) și (4) prin aceea că presupune o asemănare între simbol și obiect. În literatură și arte vizuale, simbolul cere atenție în sine, iar câteodată chiar mai multă atenție decât obiectul înlocuit.

Acest cuvânt este folosit atât de variat încât nu este recomandat să îl utilizăm în alte sensuri decât cele indicate de Peirce și Freud.

JF

♦ *Vezi și icon, imagine, motivația semnului, referent, referință, ritual, simbol.*

SIMȚ COMUN

* Categorie de cunoaștere ale cărei „adevăruri” sunt presupuse a fi evidente, naturale, inevitabile, eterne, de necontestat și „pe care le cunoaștem deja dintotdeauna”. Adică filosofia politică a non-filosofilor non-politici.*

Din perspectivă istorică, națiunea a fost folosită în polemici radicale împotriva cunoștințelor oficiale consacrate, promovate de Biserică sau de stat. A fost considerată o categorie de cunoaștere mai cuprinzătoare decât dogmele tradiționale, pornindu-se de la argumentul că experiența și credințele individuale contravin preceptelor Bisericii, ceea ce ar însemna că aceste dictate ale experienței individuale ar trebui să prevaleze. Din această cauză, simțul comun a devenit un instrument **retoric** important în conflictul pe care protestanții l-au deschis împotriva Bisericii Catolice reacționare medievale sau în cel dintre radicalii politici și statul secular consacrat al secolului al XIX-lea. De exemplu, distribuția inegală a bogăției între suveran, aristocrație și clasa de mijloc, pe de o parte, și muncitori și săraci, pe de altă parte, a fost reprezentată ca o ofensă la adresa simțului comun în pamfletele chartiste.

Totuși, astfel de exemple demonstrează că simțul comun nu are „conținut” – este o categorie, nu un repertor. Pentru că în aceste

vremuri mass-media, în special, au colonizat conceptul, folosindu-l pentru a „demonstra” că distribuția inegală a bogăției, departe de a fi o ofensă la adresa simțului comun, este singura explicabilă drept simț-comun – lucrurile sunt așa cum sunt, datorită altor noțiuni ale „simțului comun” cum ar fi „**natura** umană” (definită ca lacomă, competitivoare, nedemnă de încredere etc.).

Deci simțul comun este locul unor lupte sociale; grupurile sociale aflate în conflict caută să-și reprezinte modul lor de a privi lucrurile ca fiind de bun-simț. În măsura în care un **grup** sau un „bloc” reușește în a se consacra pe sine drept sursa și depozitarul simțului comun, el va fi capabil să-și mențină **hegemonia** asupra altor grupuri, al căror „simț” va apărea ca marginal, străin sau chiar periculos pentru „ale noastre”, singurele percepute, creditate ca adevărate.

JH

♦ *Vezi și experiență, hegemonie, naturalizare.*

● *Lecturi recomandate: Bennett et al. (coord.) (1981b), Hartley (1982), Fiske (1989a, 1989b).*

SIMULARE/JOC

* Proces care implică o reprezentare operațională a realității, cu scopul învățării prin experimentare directă.* În sens strict, simularea se poate referi cu ușurință și la alte concepte precum **modelul și experimentul**, deoarece și acestea din urmă construiesc lumi artificiale despre care se presupune că oglindesc realitatea. În studiile comunicării și cele culturale, de interes este folosirea simulării și a jocului ca instrumente metodologice care s-au dovedit utile în învățarea experimentală. Aceasta presupune o abordare centrată pe student, care țintește spre învățarea practică și explorarea unui număr de subiecte asociate cu comunicarea. Astfel de abordări au câștigat rapid popularitate în învățământul gimnazial și liceal, completând (sau chiar înlocuind) tehnicile de învățare „cu creta în mână” (vezi Jones, 1985, Marshall și Williams, 1986, Crookall și Saunders, coord., 1989). Conceptul de *joc* poate fi folosit ca sinonim pentru simulare, deoarece ambii termeni implică negocierea regulilor și rolurilor într-un context de tipul „fă-l să creadă”, adesea și cu elemente de competiție implicate. Distanța care poate fi făcută se leagă de identificarea jucătorilor: unii câștigă și

relațiile care se stabilesc între ele. Să spunem că toate societățile sunt, într-un fel sau altul, stratificate nu înseamnă, totuși, să sugerăm că sunt toate identice sau de neschimbat, de vreme ce atât societățile tradiționale, cât și cele **interculturale** prezintă diferite forme sau sisteme de stratificare socială. Pentru a înțelege aceste diferențe este important să observăm diferitele surse sau dimensiuni ale stratificării.

În multe ocazii, relațiile sociale dintre grupurile din societăți sunt guvernate de criterii economice sau materiale **obiective**. Poziția și **puterea** cuiva în societatea feudală, de exemplu, sunt dictate în mare de nașterea într-un grup proprietar de terenuri sau de avere, ori de nașterea ca șerb sau muncitor fără pământuri. În același fel, a deține sau nu avere divide în mod fundamental majoritatea societăților moderne în diferite **clase** sociale. Totuși, stratificarea poate opera în forme indirect economice, cum este cazul diferențelor de **statut** determinate pe baza vârstei, **genderului**, **rasei** sau castei. Importanța stratificării rezidă în modurile în care ea structurează relațiile dintre grupuri și **indivizi**. Aceste relații sunt esențiale pentru studiul comunicării, furnizând o tematică fundamentală.

TO

♦ *Vezi și clasă, cultură, putere, statut.*

● *Lecturi recomandate: Bilton et al. (1981), Worsley (coord.) (1977).*

STRUCTURA DE PROFUNZIME

* Mod de reprezentare a structurii unei fraze într-o formă cât mai abstractă posibil.* Pentru fiecare **limbă**, structura frazelor poate fi reprezentată la două niveluri – la nivelul structurii de suprafață și la nivelul structurii profunde. Reprezentarea structurii de suprafață este mai apropiată de forma frazei, așa cum este ea concretizată în diverse enunțuri. Reprezentarea structurii profunde este mai abstractă și încearcă să capteze trăsăturile generale de bază ale organizării sale. Distincția derivă din opera lingvistului american Noam Chomsky, care a justificat-o argumentând că reprezentările structurii profunde erau necesare pentru a explica fenomenele contradictorii de suprafață, cum ar fi ambiguitatea pe de o parte și frazele diferite ca structură, dar care înseamnă același lucru, pe de altă parte.

În cazul ambiguității, structura de suprafață a unei fraze de genul „împușcătura vânătorilor a fost groaznică” poate fi înțeleasă cel puțin în două feluri: fie vânătorul a tras prost, fie că „a fost groaznic că vânătorii au fost împușcați”. Cele două modalități de a înțelege fraza corespund celor două structuri alternative care se pot ascunde sub această formă de suprafață. În prima structură de profunzime, vânătorii sunt subiectul acțiunii de a împușca; în cealaltă, ei sunt obiect al acestei acțiuni. Fraza are, din această cauză, cel puțin două structuri profunde.

În cazul a două fraze care par diferite ca structură, nu există nici un tipar comun care să stea la baza lor. De exemplu, propoziția „Guvernul a interzis programul X.” este, la suprafață, diferită de propoziția „Programul X a fost interzis de către guvern”. Dar, în vreme ce ordinea elementelor este foarte diferită, înțelesul de bază este același. Aceasta deoarece cele două structuri de suprafață, diferite, împărtășesc o aceeași structură de bază, identică.

În opera sa, Chomsky a propus un set special de reguli care leagă cele două niveluri de reprezentare, unul de celălalt. Structurile profunde sunt **transformate** în structuri de suprafață prin operațiile **regulilor transformazionale**, care schimbă structura profundă prin re-ordonarea elementelor, prin inserarea sau ștergerea lor. Noțiunea de structură de profunzime nu necesită, totuși, restrângerea la frazele unei limbi. Ea poate fi aplicată de asemenea la un șir de obiecte **culturale** precum visurile, **miturile** și poveștile. Mituri care sunt diferite în structura de suprafață pot fi legate printr-o structură de profunzime comună. La fel, o poveste poate fi spusă din puncte de vedere diferite, astfel încât cele două versiuni să fie legate una de cealaltă prin împărtășirea unei structurii profunde comune.

MM

♦ *Vezi și sintaxă, transformare.*

● *Lecturi recomandate: Chomsky (1965, 1968).*

STRUCTURALISM

* Curent intelectual caracterizat prin atenția acordată sistemelor, relațiilor și formelor – structurilor – care fac înțelesul posibil în orice activitate culturală sau artefact.* Este asociat cu un număr de analiști francezi care au devenit influenți după anii '60.

Structuralismul nu este o abordare *interpretativă* a **înțeleșului**. Spre deosebire de anumite tipuri consacrate de critică literară și culturală, structuralismul nu încearcă să releve înțeleșul ascuns, esențial sau intrinsec al unui **text** sau artefact. Din contră, structuraliștii refuză însăși ideea de înțeleș esențial sau intrinsec, dar și ideea că textele luate individual sau indivizii sunt sursa înțeleșurilor pe care le generează. Structuralismul este o întreprindere analitică sau *teoretică*, dedicată elaborării sistematice de reguli și constrângeri operative, cum ar fi **regulile limbajului**, care fac posibilă, în primul rând, generarea înțeleșurilor.

Astfel, structuralismul timpuriu s-a distins prin folosirea lingvisticii saussuriene și a terminologiilor acesteia: în special noțiunile de **semnificant** și **semnificat**; **limbă** și **vorbire**; **sincronic** și **diacronic**; **paradigmă** și **sintagmă**. Acestea, precum și alte trăsături distinctive ale structurii limbajului au fost folosite pentru a arăta cum fenomene disparate și aparent neorganizate sunt de fapt instanțe ale acelorași tipare și relații structurale, dar și cum toate lucrurile diferite care pot fi spuse prin discurs depind de regulile și constrângerile **limbii**. Mai departe, structuralismul s-a preocupat să arate cum se pot găsi asemenea structuri în toate tipurile de activități culturale. Astfel, există analize structurale ale arhitecturii, modei, mâncării, relațiilor de rudenie sau ale inconștientului, dar și pentru „sistemele” de semnificație mai evidente ale cinematografului, televiziunii și literaturii.

Cele mai importante nume în structuralism sunt Roland Barthes (critică) și Claude Lévi-Strauss (antropologie). Alți autori influenți asociați cu acest demers sunt Louis Althusser (teoria marxistă), Jacques Lacan (psihanaliză) și Michel Foucault (studiul sexualității, nebuniei și al încarcerării, în termenii teoriei puterii, discursului și cunoașterii); vezi Sturrock (coord.) (1979).

În anii '70, structuralismul a suferit o transformare. Aceasta s-a datorat parțial proliferării diferitelor poziții din respectivul demers, care au ajuns până la urmă prea diverse pentru a fi înțelese ca o abordare unitară. Schimbarea a fost cauzată și de stânjeneala pe care unii dintre inițiatorii structuralismului au început să o exprime, referitoare la faptul că structuralismul devenea, el însuși, exact tipul de dogmă intelectuală pe care își propusese inițial să o pună sub semnul întrebării. Rezultatul acestei transformări a fost acela că s-au produs cel puțin trei tipuri diferite de domenii de studiu:

1. *Semiotica* a ajuns, de atunci, sinonimă cu structuralismul, care, la rândul lui, a fost consacrat în cadrul studiului **culturii populare**.
2. *Deconstructivismul*, care reprezintă în special un mod de analiză literară, a derivat din scrierile lui Jacques Derrida. Filosof francez, acesta a arătat cum presupunerile filosofice care stau la baza scrierilor nu reprezintă garanții ale înțeleșului respectivelor scrieri – dimpotrivă, **discursurile** în care asemenea supoziții sunt prezentate sistematic subminează filosofia. Această abordare a dat naștere unei întregi mișcări *deconstructiviste*, influență mai ales în studiile literare din Statele Unite. Sub noua înfățișare, abordarea devine o „metodă” al cărei singur precept este acela că nimic nu trebuie luat ca atare – îndoiala și chestionarea ridicate la rang de doctrină. Deconstrucția este deci una dintre concluziile logice ale structuralismului. Acesta a încercat să provoace presupunerile **simțului comun** care spun că înțeleșul este rezultatul intențiilor autorului sau că limbajul este pur și simplu o nomenclatură referențială (un instrument care doar numește o lume ce există deja). Deconstructivismul preia aceste noțiuni, preocupându-se apoi doar de **semnificant** (și nu de **semnificat** sau de **semnul** „fixat” social). Aplicat la studiul literaturii, deconstructivismul a produs o formă caracteristică de critică, în care virtuozitatea verbală a criticului este la fel de importantă ca și reflecțiile asupra obiectului de studiu. Obiectului de studiu (o operă literară, de exemplu) nu i se acordă de fapt nici un statut privilegiat; el nu este o justificare a lecturii sale. Din contră, deconstructivismul se dedică descoperirii a ceea ce este reprimat, marginalizat sau absent în discursul ales.
3. *Poststructuralismul* este greu de separat în practică de structuralism. Este mai atent la **teoria psihanalitică** și la rolul **plăcerii** în producerea și regularizarea înțeleșurilor decât structuralismul timpuriu, care era extrem de raționalist. Poststructuralismul se preocupă mai mult de structurile *exterioare* (proces sociale, **clasă**, **gender** și diviziuni **etnice**, schimbări istorice) care fac înțeleșul posibil decât se preocupa versiunea lui anterioară, care se cantona în principal în structurile textuale *interne* sau „imanente”. Deci structuralismul și-a comutat atenția de la text la **cititor**,

dar acest lucru nu trebuie luat ca o schimbare radicală – poststructuralismul se găsește, implicit, chiar în structuralism.

Structuralismul a fost văzut ca fiind modul de înțelegere a lumii caracteristic secolului XX. Secolul al XIX-lea a rămas celebru pentru mai multe domenii în care s-au căutat, drept cadre de explicare a lumii, cauzele și originile (darwinismul, marxismul, freudismul). Structuralismul împărtășește cu alte curente ale secolului XX – mai ales fizica și astronomia – atenția acordată relațiilor și sistemelor drept cadre de explicare. În loc să trateze lumea ca pe un agregat de lucruri care au caracteristici intrinsece proprii, și structuralismul, și fizica încearcă să explice lumea socială și fizică ca sistem de relații în care caracteristicile unui „lucru” (fie el atom, **semn** sau **individ**) derivă din relațiile externe și interne ale acestuia.

JH

♦ *Vezi și diferență, discurs, postmodernism, semiotică.*

● *Lecturi recomandate:* Hawkes (1977), Culler (1983), Norris (1982), Sturrock (coord.) (1979).

STUDII CULTURALE

* Studiile culturale au pus accentul pe legătura dintre relațiile sociale și înțelesuri – sau, mai exact, pe modul în care li se dă un înțeles diferențelor sociale.* În termeni generali, cultura este văzută ca o sferă în care **clasa**, **genderul** sau **rasa**, precum și alte diferențe sunt **naturalizate** și **reprezentate** în forme care ascund (cât mai mult posibil) legătura dintre acestea și diferențele economice și politice. Mai mult, cultura este unealta prin care diferite grupuri subordonate acceptă și trăiesc subordonarea. Cultura este terenul pe care are loc și se consacră lupta pentru **hegemonie**; este deci scena „luptelor culturale”.

Cu siguranță, această abordare a culturii diferă destul de mult de cea clasică, elitistă, pentru care cultura reprezintă sfera valorilor creative, ale artei, **esteticii** și moralei. Mai important, ea încearcă să explice diferențele și practicile culturale nu prin referire la valori intrinsece sau eterne (cât e de bună?), ci făcând referire la tabloul general al relațiilor sociale (în interesul cui există?). Astfel, orice distincție între oamenii (și practicile) „culți (culte)” și cei (cele) „inculți (inculte)”, moștenită din tradițiile

elitiste ale studiului culturii, este văzută acum în termeni de **clasă**. Înseși distincțiile și evaluările, precum și „discriminările” asociate cu acestea sunt analizate (dar nu și asumate): ele sunt reprezentări ideologice.

Forma pe care au luat-o studiile culturale a fost determinată în mod direct de eforturile de de-colonizare a conceptului moștenit și de critica tendinței sale de a-și suprima propriul rol în reproducerea inegalităților de clasă și a celorlalte inegalități. Astfel, studiile culturale și-au dezvoltat un corpus de opere care încearcă să recupereze și să plaseze culturile grupurilor neglijate până acum. Inițial, acest lucru a atras atenția asupra dezvoltării istorice și a formelor culturii clasei muncitoare, ducând la analize ale formelor contemporane ale **culturii populare** și mediatice.

Spre deosebire de disciplinele academice tradiționale, studiile culturale nu au (sau nu caută) un domeniu disciplinar sau intelectual bine definit. Ele au înflorit pe marginea și prin întâlnirea cu diferitele **discursuri** instituționalizate, mai ales cu cele ale studiilor literare, sociologiei și istoriei și, într-o mai mică măsură, cu cele ale **semioticii**, antropologiei și **psihanalizei**. Parțial ca rezultat al acestui lucru și parțial ca răspuns la revoluțiile intelectuale și politice ale anilor '60 (ani care au cunoscut dezvoltarea rapidă, pe plan internațional, a **structuralismului**, **semioticii**, marxismului și feminismului), studiile culturale au intrat într-o perioadă intensă de teoretizare. Scopul era înțelegerea modului în care cultura (producția socială de sens și de conștiință) poate fi realizată în ea însăși și în relație cu economia (producția) și politica (relațiile sociale).

Aceasta a presupus elaborarea unor **modele** teoretice explicite și fundamentate istoric, precum și re-gândirea anumitor concepte organizatoare centrale (de exemplu, **clasă**, **ideologie**, **hegemonie**, **limbaj**, **subiectivitate**). Între timp, atenția, la nivelul empiric, s-a concentrat asupra studiilor etnografice și textuale ale acelor forme și practici culturale care păreau să arate în ce fel oamenii manipulează discursurile culturale existente ca o formă de rezistență la autoritatea ideologiei dominante. În particular, **subculturile** spectaculare ale tinerilor (rockeri, depecheri, motocicliști, hipioți, skinheads, punkeri) au fost studiate ca exemple de „rezistență prin **ritualuri**”.

În consecință, dezvoltarea teoriei și politicilor feministe a pus sub semnul întrebării monopolul de care s-au bucurat, în ceea

cartier cu strada din zona rezidențială vom putea vedea că înțelesul acelei străduțe este o unitate de înțeles. Comutările, într-o sintagmă, pot fi realizate și efectiv, iar schimbările survenite în ceea ce privește înțelesul pot fi evaluate **empiric**, cu ajutorul studiilor despre **audiențe**.

JF

♦ *Vezi și alegere, paradigmă, sintagmă.*

TEXT/MESAJ

* Cei doi termeni sunt frecvent folosiți alternativ și se referă la structura de semnificație compusă din **semne** și **coduri**, esențială pentru comunicare.* Această structură poate lua o mare varietate de forme, cum ar fi discursul, scrisul, filmul, îmbrăcămintea, tipul de mașină, gesturile ș.a.m.d.

În ciuda utilizării lor alternative frecvente, cei doi termeni prezintă diferențe, iar menținerea sau chiar extinderea lor reprezintă o latură importantă a cercetării. *Textul* se referă de obicei la un mesaj care are o existență fizică proprie, independentă de **emițător** sau de **receptor**, și ca atare compusă din coduri reprezentative. Cărțile, înregistrările, scrisorile, fotografiile sunt texte, ca și înregistrarea unei emisiuni de televiziune sau transcrierea unui discurs. Deși un gest sau o expresie facială transmit un mesaj, ele nu produc un text. Termenul de *mesaj* tinde să fie utilizat de aceia care văd în comunicare un proces, de sociologi, psihologi și ingineri, și este folosit sub definiția simplă de „ceea ce este transmis”. Frecvent, este văzut ca un termen care nu comportă probleme, fiind, în consecință, luat ca atare. Textul, pe de altă parte, derivă mai mult din școala **semiotică** sau lingvistică – deci implică definiția de „ceva ce este central pentru generarea și schimbul de **înțelesuri**”. Un text constă, așadar, într-o rețea de **coduri** care operează la mai multe niveluri și care sunt capabile să producă o varietate de înțelesuri, în funcție de **experiența** socio-culturală a cititorului. Prin aceasta, el este problematic și cere o analiză serioasă.

JF

♦ *Vezi și lectură preferată, mesaj.*

● *Lecturi recomandate*: Fiske (1989a).

TRANSFORMARE

* Un anume tip de **regulă sintactică** luând o succesiune de categorii sintactice sau simboluri și convertindu-le într-o altă succesiune, prin procese de adăugare, ștergere sau permutare.* În *gramaticile transformativ-generative*, relația dintre *structura de profunzime* și *cea de suprafață* este specificată de un set de reguli transformatoriale. Noțiunea nu ar trebui restrânsă totuși la reguli sintactice pentru enunțuri. Unele povestiri populare sau **mituri** sugerează că eterogenitatea lor este rezultatul efectiv al transformărilor pe care le-au suferit un număr mic de structuri sau formule fundamentale simple.

MM

♦ *Vezi și sintaxă, structură de profunzime.*

● *Lecturi recomandate*: Chomsky (1965), Lévi-Strauss (1967), Propp (1968).

TRANZACȚIONAL

* Comunicarea implică un schimb mutual de informație sau influență, bazat pe negociere sau reciprocitate.* Conceptul de tranzacție înlocuiește abordarea unilaterală, mai statică, a **percepției** – în care cel care percepe observă mediul fără să îl afecteze în vreun fel. Mortensen (1979) asemuiește abordarea statică cu un șir de piese de domino care cad și se dărâmă unele pe altele, unde A îl afectează pe B, B îl afectează pe C ș.a.m.d. Procesul ceva mai dinamic al tranzacției sugerează că B, atunci când este afectat de A, îl schimbă la rândul lui pe acest A.

Abordarea tranzacțională poate fi folosită destul de bine în analiza **comunicării nonverbale**, de exemplu. Argyle (1978) identifică un număr de **semnale** corporale care nu sunt complete luate izolat, ci care se leagă într-un **feedback** continuu, de la unul la celălalt. Analiza tranzacțională este un concept și mai specific, introdus de Berne (1964), ca să se refere la un proces de expunere a elementelor care intră în joc în relațiile sociale.

DS

♦ *Vezi și interacțiune.*

● *Lecturi recomandate*: Mortensen (1979), Berne (1964), Burton și Dimbleby (1988).

Competența este cea a „vorbitorului-ascultător, într-o comunitate de limbaj omogenă”. Ea nu este determinată socio-cultural, altfel decât de o facultate mentală de bază, pe care o avem toți și care este parte a sistemului nostru genetic. Astfel, Chomsky accentuează unitatea umanității în limbaj – ceea ce reprezintă pentru el accesul nostru comun la puterea discursului. Dar, prin omiterea deliberată a variației de limbaj de la o situație la alta, el însuși s-a lăsat descoperit în fața criticilor, pentru că a separat limbajul de contextul lui social și pentru că a evitat problema inegalităților instituționalizate în evaluarea socială a diferitelor maniere de a vorbi. În același timp, accentul pus pe competență l-a făcut să omită regularitățile semnificative în aparenta lipsă de fluentă a performanței – despre care lucrări mai recente sugerează că ar fi o parte a scopurilor sociale ale discursului (vezi **analiza conversațională**).

MM

♦ Vezi și **analiză conversațională, instituție, limbă, performanță, vorbire.**

● *Lecturi recomandate:* Chomsky (1965), Hymes (1981).

COMUNICARE

* Există două mari tipuri de definiții ale comunicării. Prima vede comunicarea ca fiind un proces prin care A trimite un mesaj lui B, mesaj care are un efect asupra acestuia. Cea de-a doua vede comunicarea drept negocierea și schimbul de semnificație, proces în care mesajele, persoanele determinate cultural și „realitatea” interacționează astfel încât să ajute înțelesul să fie produs, iar înțelegerea să apară.*

Scopul primei definiții este să identifice etapele prin care trece comunicarea, astfel încât fiecare etapă să poată fi studiată cum se cuvine, iar rolul lor în procesul comunicării, precum și efectele asupra procesului de comunicare să fie identificate. Lasswell (1948) fixează această perspectivă prin modelul său „*Cine spune ce/pe ce canal/cui/și cu ce efect?*”. În interiorul acestei abordări, există, bineînțeles, zone asupra cărora domnește dezacordul: una dintre acestea este legată de importanța intențiilor de comunicare. MacKey (1972), argumentează că un geolog poate extrage multe informații examinând o rocă, dar că roca nu poate comunica,

pentru că nu are nici intenția, nici puterea de alegere. Alți autori includ la capitolul comunicare toate mijloacele simbolice prin care o persoană (sau orice alt organism) influențează o altă persoană. Pentru un rezumat al acestei abordări, vezi și Nilson în Sereno și Mortensen (1970).

A doua abordare este cea **structuralistă**, care accentuează relația dintre elementele constitutive necesare pentru ca înțelesul să apară. Aceste elemente se pot încadra în trei mari categorii:

- (1) **textul, semnele și codurile** lui;
- (2) **persoanele** care „citește” textul, experiența socială și culturală care i-a format atât pe ei, cât și semnele/codurile pe care le folosesc;
- (3) **conștiința** unei „*realități externe*” la care se referă atât textul, cât și oamenii. (Prin „realitate externă” înțelegem acel lucru la care se referă un text, altceva decât textul în sine.)

Unele autorități în domeniu, cum ar fi Saussure, pun în prim-plan gruparea elementelor care alcătuiesc un „text” (semne/coduri/limbaj); altele, cum ar fi Barthes, se concentrează pe interacțiunea text/cultură; pe când abordările mai filosofice, ale lui Peirce, Ogden și Richards, dau mai multă atenție „realității externe”, pe care o numesc **obiect** sau **referent**. Modalitatea în care se produce înțelesul, prin interacțiunea acestor trei grupări, este domeniul principal de studiu al **semioticii**.

JF

COMUNICARE DE MASĂ

* Înțeleasă de obicei ca încorporând ziarul, revistele, cinematograful, televiziunea, radioul și publicitatea; câteodată include și publicarea de cărți (în special ficțiune populară) și muzica (industria pop).*

Termenul în sine trebuie folosit cu multă atenție. Cuvântul „masă” ar putea încuraja o replică inconștientă a **teoriei societății de masă**, în vreme ce cuvântul „comunicare”, în acest context, maschează natura socială și industrială a mass-media, promovând o tendință de a gândi expresia în direcția **comunicării interpersonale**. Dar, atâta timp cât comunicarea de masă nu este nici masă și nici comunicare, așa cum sunt ele înțelese de obicei, termenul trebuie perceput ca asemănător unui nume propriu.

Comunicarea de masă nu este un concept care poate fi definit, ci o categorie a **simțului comun** folosită pentru a strânge sub același nume – într-o manieră non-analitică – un număr de fenomene diferite. Fără îndoială că există – chiar destul de multe – încercări de definire, dar ele eșuează toate. Această deoarece sunt forțate să fie prea restrictive, situație în care definiția nu se poate referi la toate lucrurile la care ne putem gândi ca fiind comunicare de masă (este greu să cuprindem diversitatea presupusă de presa scrisă, cinema, radio și televiziune într-o singură definiție). Sau sunt forțate să fie prea largi, definiția ajungând să se poată aplica și unor lucruri la care nu ne gândim, atunci când spunem comunicare de masă – cum ar fi educația, religia și chiar discursurile orale.

În consecință, trebuie să procedăm cu atenție la analiza conceptului. Comunicarea de masă este practica și produsul care furnizează informații și **divertisment** pentru timpul liber unei **audiențe** necunoscute, prin intermediul unor bunuri, care sunt produse pe scară industrială, în corporații, și care presupun tehnologii înalte, sunt reglementate de către stat și consumate în mod individual. Aceste bunuri țin de presa scrisă, cinematograful și de **audiovizual**.

JH

● *Lecturi recomandate*: McQuail (1987).

COMUNICARE FATICĂ

* Comunicare ale cărei scopuri sunt menținerea și întărirea relațiilor sociale, mai curând decât transmiterea de **informație** sau producerea de **texte** originale și creative.* Este **redundantă**, forma ei fiind determinată de **convențiile** sociale și textuale și se bazează pe experiența socială și culturală comună.

O bună parte a conversațiilor obișnuite sunt fatică; cea mai mare parte a artei populare este fatică; politețea este fatică. **Cultura populară** are o importantă funcție fatică, la fel cum se întâmplă și cu stilul vestimentar, limbajul special și gusturile muzicale ale unor **subculturi** – cum ar fi punkerii sau hippy. Comunicarea fatică ajută la legarea culturilor și comunităților deoarece ea reprezintă mijloacele de exprimare a comunității de gusturi, așteptări și experiențe și deci mijloacele de identificare și afirmare a apartenenței culturale. Jakobson descrie funcția fatică a unui **mesaj** ca

fiind **orientată spre canal**, adică funcția de a stabili și menține contactul cu **destinatarul**.

JF

♦ *Vezi și convenție, redundanță.*

COMUNICARE INTERPERSONALĂ

* Comunicarea dintre oameni care este nemediată de tehnologii media, cum ar fi televiziunea, presa scrisă, radioul sau cinematografia.* Este un concept la care se referă frecvent psihologii sociali interesați de comunicarea dintre **grupuri** și din interiorul grupurilor. Teoriile comunicării interpersonale se întind de la abordările evoluționiste care sugerează existența unei baze genetice a gregarității și comunicării dintre membrii unei specii (vezi Lorenz, 1966 și Morris, 1977) la abordările **behavioriste** care susțin o creștere a frecvenței **răspunsurilor** la unele stimulări selectiv (vezi Skinner, 1953). Ca în majoritatea disputelor **natură/cultură**, ar fi imprudent să cădem în capcana abordării de tip „sau/sau”, mai ales când există prea puține dovezi concludente pentru fiecare din variante.

Altă dihotomie populară este cea dintre comunicarea bine structurată și conversațiile spontane, mai creative. Prima se referă la un set de **reguli, ritualuri și coduri** care se dezvoltă cu ajutorul **experienței** și al repetării (Goffman, 1967). Cele din urmă se referă la aventura și la stilul actual al eliberării lingvistice aduse de publicitate, care pot fi transpuse sub o formă elicoidală (Dance, 1967), unde punctul final al unui conflict rămâne necunoscut majorității participanților. Comunicarea interpersonală este adesea prezentată în contrast cu formele intrapersonale, adică atunci când comunicarea are loc în interiorul individului.

DS

♦ *Vezi și comunicare nonverbală, diadă, dramaturgie, fațadă, grup, interacțiune, limbaj, norme, reguli, roluri, socializare.*

● *Lecturi recomandate*: Roloff și Miller (1987), Duck (1986), Argyle (1987), Burton și Dimbleby (1988).

COMUNICAREA NONVERBALĂ

* Comunicarea dintre oameni prin folosirea altor mijloace decât cele verbale.* Comunicarea nonverbală (CNV) derivă din următoarele surse majore :

1. contactul vizual (privirea asupra corpului și feței celeilalte persoane);
2. gura (în special zâmbetul și grimasele, în relația cu contactul vizual);
3. postura (de exemplu, a sta cu fața sau cu spatele);
4. gesturile (cum ar fi mișcările brațelor în timpul vorbirii);
5. orientarea (corpului spre cel căruia i se adresează);
6. distanța corporală (prea aproape sau prea departe de ceilalți);
7. mirosul (incluzând parfumurile);
8. pielea (incluzând pigmentarea, textura sau roșeața);
9. părul (lungimea, textura și stilul coafurii);
10. îmbrăcămintea (cu referire specială la modă).

Comunicarea nonverbală nu este întrutotul echivalentă cu „limbajul corpului”, deoarece orice pretenție legată de **limbaj** trebuie să se refere la o gramatică și la o sintaxă agreată și identificabilă. Comunicarea nonverbală nu este întotdeauna atât de precisă și de avansată; vocabularul **semnelor** nonverbale este mai limitat decât vorbirea. Chiar și așa, ar fi o greșeală să considerăm comunicarea nonverbală ca izolată de vorbire. Dimpotrivă, anumite interacțiuni complexe sunt considerate a se afla la intersecția cuvintelor cu **semnalele** corpului, iar acestea pot să nu fie întotdeauna complementare. Imaginați-vă în poziția de a-i intervieva pe solicitanții unui post. S-ar putea să nu angajați o persoană care refuză să vă privească, se încruntă, își saltă ambii umeri, transpiră abundent și are o tunsoare de mohican – și asta chiar dacă vă dă răspunsuri inteligente și interesante la întrebări. Cum sugerează și Argyle (1978), comunicarea nonverbală sau limbajul corpului pot reprezenta procese complexe.

Să luăm, drept exemplu, contactul vizual. Contactul vizual mutual (când persoanele se privesc în ochi) poate fi un semn de simpatie, dar o privire insistentă duce la disconfort. Goffman (1969), de exemplu, descrie privirea lungă, plină de ură, ca fiind întâlnită la albi americani intoleranți când se află în fața unui

negru. Contactul vizual direct violează **codul** privirii (unde contactul vizual este adesea întrerupt, dar apoi reluat) ducând la depersonalizarea victimei, deoarece agresorul sparge deliberat **regula** la care victima aderă. Contactul vizual este adesea legat de mărirea pupilei, mișcările sprâncenelor și zâmbet. Pupilele dilatate, privirea directă și fluturările rapide de gene sunt asociate de obicei cu atracția sexuală.

Există multe determinante și variațiuni **culturale** în comunicarea nonverbală. Mehrabian (1972), de exemplu, a descoperit că tiparele *gesticii* diferă la **grupurile** de evrei și italieni din SUA. Diferențe similare au fost observate în ceea ce privește distanța personală, adesea descrisă ca *spațiu personal* (vezi **proxemică**), care reprezintă distanța preferată de fiecare individ în interacțiunile cu ceilalți.

Nu pot fi făcute predicții simple referitoare la comportamentul nonverbal, deoarece acesta depinde în mare măsură de tipurile de relații și de comunicarea dintre oameni. Intimitatea și conținutul conversației trebuie să fie corelate cu situația în care ne găsim, la acel moment. Se pare că adesea căutăm un oarecare echilibru al comunicării, atunci când vorbim cu ajutorul trupului. Un criteriu major este acela al reciprocității, adică răspunsul dat întrebărilor corporale ale celuilalt. Negocierea subtilă dintre participanți este permanent luată în calcul. Aceasta implică monitorizarea și ajustarea constantă a „acțiunilor” altora : se garantează astfel reciprocitatea. Dacă cineva pe care abia l-am cunoscut stă prea aproape de noi, vom avea tendința să ne îndepărtăm. Cealaltă persoană va realiza că ne-a ofensat și își va arăta stânjenea sau se va scuza, mai puțin prin intermediul contactului vizual și mai mult roșind. Reacția noastră la această stânjenea poate fi tot o stânjenea și tot așa. Bineînțeles că toată povestea va afecta comunicarea nonverbală, iar întâlnirea se va dovedi, probabil, dezastruoasă.

DS

♦ Vezi și **cod, comunicare interpersonală, diadă, fațadă, întâlnire, paralimbaj, proxemică.**

● *Lecturi recomandate* : Argyle (1978), Mortensen (coord.) (1979), Corner și Hawthorn (coord.) (1989), Burton și Dimbleby (1988).

ELITĂ

* Fragment al secțiunii dominante a unei formațiuni sociale, care exercită sau pretinde conducerea socială și culturală, în virtutea unor calități de excelență asumate, despre care se presupune că aparțin în exclusivitate aceluia fragment.* Excelența pretinsă de obicei de elite în sfera culturală este una de natură intelectuală, creativă sau artistică; adesea prezentată ca abilitatea de a distinge sau de a judeca mai bine ca alții. Termenul implică deci o relație – de obicei între elită și *masă* (asupra căreia elita pretinde controlul). Ambii termeni – *masă* și *elită* – sunt de natură să inducă în eroare, datorând poate mai mult dezbaterilor politice decât rigorii analitice. Totuși, amândoi au fost importanți pentru studiile asupra mass-media, unde conceptul de elită a fost folosit atât pentru a-i descrie pe profesioniștii mass-media, care produc comunicarea de masă, cât și, în mod paradoxal, pentru a separa mass-media de o **cultură** „de elită”, ea însăși folosită ca un etalon pentru a judeca (de obicei cu dispreț) produsele mediatice. Prin urmare, nu ar trebui să folosim termenul ca pe o categorie descriptivă neutră, pentru că el tinde să reproducă exact acel tip de presupuneri **ideologice** pe care analiza ar trebui să le scoată la lumină și nu să le reproducă.

JH

♦ *Vezi și teoria societății de masă.*

EMIȚĂTOR/RECEPTOR

* În sens larg, punctele-cheie de la începutul și sfârșitul modelului linear al procesului comunicării – deși, în unele modele, acestea ar putea fi precedate de termeni precum *sursă* și urmate de termeni ca *reacție*.* Termenii *emițător* și *receptor* sunt generali și ușor de înțeles de către neofiți. Însă, în interiorul acestui câmp de semnificație, ne vom lovi de un număr de termeni ceva mai specifici. Cei mai comuni sunt următorii:

Cel care codifică / cel care decodifică. Folosirea acestor termeni presupune că noi ne imaginăm că **mesajul** are o existență abstractă, căruia cel care codifică îi dă **forma** concretă în care acesta poate fi transmis. Decodificarea va putea deci să redea conținutul sau

înțelesul original al mesajului. Acestea sunt implicații ale folosirii acestor termeni de către cercetătorii care consideră comunicarea drept proces. Dar acești termeni (sau, mai adesea, formele lor verbale *codificare/decodificare*) sunt folosiți, de asemenea, de către reprezentanții școlii **semioticii** și lingvisticii. Aceștia se referă la faptul că **textul** este compus dintr-un număr de coduri care sunt derivate din alte texte și produse culturale: codificatori și decodificatori, care împărtășesc, în mare, **coduri** similare (ca rezultat al unei **experiențe culturale** relativ similare), vor genera înțelesuri similare în textele lor; dar cei cu o experiență culturală diferită, deci cu coduri diferite, pot găsi, în aceste texte, înțelesuri care diferă semnificativ.

Destinatar / expeditor. Acești termeni sunt folosiți de lingvistul Roman Jakobson; ei se referă la relația dintre cele două părți, în care sunt adecvate numai anumite **moduri de adresare**. Expeditorul are o anumită **orientare** față de destinatar, care va afecta atât forma, cât și funcțiile mesajului.

Emițător / receptor. Aceștia reprezintă instrumentele tehnologice folosite pentru a extinde puterile umane de transmitere și deci pentru a extinde amploarea **comunicării**; termenii mai sunt folosiți câteodată de cercetătorii care consideră comunicarea drept proces pentru a se referi la ființe umane.

Autor / cititor. Cei implicați în actul semiotic de codificare și decodificare (vezi mai sus). Cititorul este la fel de creativ ca și autorul, de vreme ce ambii aduc spre **text** propria lor experiență culturală, prin intermediul codurilor pe care le folosesc. Autorul poate, cu ajutorul instrumentelor textuale, să încerce să-și impună „autoritatea” sa asupra cititorului (adică să încerce să îl ghideze spre o **lectură preferată**), dar nu poate face acest lucru la modul absolut. Cititorul se află în punctul în care sistemul de **semnificații** al textului se intersectează cu sistemul de **valori** al culturii; lectura este generarea de înțelesuri care rezultă din acest proces.

JF

EMPIRISM

* O abordare care accentuează importanța probelor observabile, măsurabile și cuantificabile.* Sunt evidente trei presupuneri de bază: (a) empirismul presupune existența unei realități universale, **obiective**, disponibilă pentru a fi studiată; (b) empirismul

FONEMIC/FONETIC

* Distincție conceptuală utilă între două tipuri de elemente dintr-un sistem de semnificație – unul capabil de a genera înțeles, celălalt, nu.* Termenii sunt împrumutați din lingvistică, dar sunt aplicabili la orice sistem de semne. În lingvistică, *fonemele* sunt reprezentate de un număr limitat de sunete (în engleză sunt aproximativ 40 de sunete) care sunt *recunoscute* ca parte a unui sistem de astfel de sunete. Enunțările verbale sunt bazate pe selecția și combinația de grupuri de astfel de foneme, într-o ordine guvernată de reguli.

Fonetica, pe de altă parte, descrie sunetele efectiv rostite de un vorbitor. Aceasta problemă presupune două aspecte:

1. Fiecare vorbitor își va folosi resursele fiziologice, regionale, contextuale etc., pentru a produce o versiune unică a fonemului general recunoscut. Nimeni nu spune „I”(=„eu”) exact la fel ca altcineva, dar fiecare membru al unei comunități de discurs va recunoaște fonemul „I”, când acesta este folosit de un vorbitor nativ al acelei limbi.
2. Toate limbile recunosc ca fiind „la fel” sunete-fonem care sunt în realitate diferite. De exemplu, sunetul „c”, așa cum se aude el în cuvintele „chin” și „câine” *sună* „la fel” pentru cel care îl rostește sau ascultă. Dar ele sunt sunete *efectiv* diferite, produse în mod diferit. Încercați și voi.

Din punct de vedere conceptual, referitor la distincția de mai sus există alte două probleme de discutat:

1. Dacă am fi atenți mai degrabă la sunetele pe care le producem *efectiv* decât la cele *recunoscute de limbă*, ne-ar fi aproape imposibil să mai înțelegem ceva – pentru că există prea multe diferențe între acestea.
2. Puterea **limbajului** (ca opusă rostirii cotidiene a sunetelor) este atât de mare încât devine dificil pentru noi să percepem ceva în afara elementelor lui recunoscute: noi am putea să nu fim de acord că sunetul „c” din exemplul de mai sus diferă, dar un osciloscop ne va arăta cum stau lucrurile cu adevărat.

Nu există nici un mister legat de această proprietate a limbajului. După Saussure, putem spune că fonemele sunt abstracte, că aparțin **limbii**, iar sistemul fonetic este concret, aparținând **vorbirii**.

JH

♦ *Vezi și diferență, fonologie.*

● *Lecturi recomandate*: Hawkes (1977).

FONOLOGIE

* Ramură a lingvisticii preocupată de studierea tiparelor sonore ale **limbajului**.* Organele vocale umane sunt capabile să producă o gamă extrem de largă de sunete diferite. Fiecare limbă se bazează, pentru comunicare, doar pe o mică parte a acestei game. Fonologia examinează acel ansamblu de posibile sunete care constituie setul fundamental, dotat cu înțeles, al fiecărei limbi. În primă instanță, acest lucru se realizează prin construirea de perechi de sunete contrastante, pe principiul că, pentru fiecare limbă, înlocuirea anumitor sunete va cauza schimbări în înțelesul cuvintelor, iar a altora nu. Dacă schimbăm prima literă din cuvântul /par/, din /p/ în /b/, vom sfârși prin a schimba cuvântul într-un altul – din *par* în *bar*. Folosind acest test, cunoscut ca testul perechii minimale, este posibil să descoperim care substituții de sunete pot cauza o diferență de înțeles. Fiecare schimbare de înțeles izolează un nou element al structurii fundamentale de sunete a limbii, fiecare element fiind cunoscut sub numele de **fonem**. Astfel, perechea minimală

Par versus *bar* izolează fonemul /p/ de /b/
Pur versus *pun* izolează fonemul /r/ de /n/
Ten versus *ren* izolează fonemul /t/ de /r/
Rit versus *mit* izolează fonemul /r/ de /m/

ș.a.m.d. Inventarul final al fonemelor, construit cu ajutorul acestei metode, este *specific unei limbi*. Contrastul dintre /r/ și /l/ din engleză, de exemplu, nu se potrivește cu contrastul identic din anumite **dialecte** ale limbii chineze.

Analizele fonologice sunt diferite de analizele **fonetice**, unde accentul cade asupra descrierii și clasificării sunetelor vorbirii, independent de înțelesul lor.

MM

♦ *Vezi și fonemic/fonetic.*

L

LECTURA PREFERATĂ

* Un **text** este deschis unui număr larg de lecturi potențiale, dar el „preferă” în general una dintre acestea (sau, câteodată, mai multe). * Analizarea structurii interne a unui text poate identifica această preferință.

Textul, după Eco (1981), poate fi deschis sau închis. Un *text închis* are o lectură care este în mod evident preferată celorlalte; un *text deschis* cere un număr mai mare de lecturi simultane, astfel încât „bogația” sau „textura” lui să poată fi apreciate pe deplin (pentru a folosi termeni din domeniul analizei literare). Textele deschise tind să fie pretențioase, să aparțină culturii înalte, pe când textele închise tind să fie mai populare, integrându-se culturii de masă. Cele mai multe texte mediaticе sunt închise în așa măsură încât preferă o anumită lectură particulară.

Lecturile alternative derivă de obicei din diferențele între poziția socială și/sau experiența culturală a **autorului și cititorului**, sau din diferențele dintre *cititor* și *cititor*. Eco folosește teoria **decodării aberante** pentru a explica acest lucru, iar Hall și Morley au produs explicații ceva mai subtile și sofisticate, bazate pe teoria lui Parkin (1972) despre **sistemele de semnificații**. Hall *et al.* (coord.) au propus trei mari tipuri de decodare sau lectură a textelor de televiziune, care țin de răspunsul cititorului la condiția sa socială și nu la structura textului. Acestea sunt:

1. Tipul *dominant-hegemonic*, care acceptă textul „direct și în întregime”, în conformitate cu presupunerile celui care codifică. Aceasta este lectura preferată și corespunde sistemului de înțeles dominant, la Parkin.
2. *Lectura negociată*, care recunoaște legitimitatea codurilor dominante, dar adaptează lectura la condițiile sociale specifice cititorului. Corespunde sistemului de înțeles subordonat, la Parkin.

3. *Lectura opozițională*, care produce o decodare radicală, adică radical opusă lecturii preferate, deoarece derivă dintr-un sistem opus, alternativ. Sistemul de înțeles radical, în terminologia lui Parkin.

Ca ilustrație, putem lua lecturile potențiale ale unei serii de reclame care portretizează femeile ca obiecte sexuale, modele sau figuri materne. O lectură preferată în funcție de codul dominant-hegemonic este să acceptăm această portretizare și să fim de acord cu ea ca fiind naturală, corectă și atractivă. O lectură negociată poate fi produsă de femeia din clasa de mijloc, preocupată de carieră, care acceptă, în mare parte, lectura preferată, dar „pentru altele, nu pentru mine!”. Ea își rezervă dreptul de a-și produce propria lectură a reclamei, care corespunde condiției sale sociale de femeie independentă. O lectură opozițională poate fi produsă de o feministă; ea va vedea reclama ca insultătoare, degradantă, restrictivă, o dovadă a exploatării femeii de către bărbat. Prima lectură poate fi produsă de o femeie care ar vrea să cumpere produsele, a doua, de o femeie care ar cumpăra produsele dacă i-ar fi utile, iar a treia, de către o femeie care nu le-ar cumpăra.

La baza acestei teorii stă o definiție a lecturii ca generare de înțeles; aceasta apare când structurile unui text se întâlnesc cu sistemele de înțeles ale cititorului sau cu **discursurile** lui localizate social. Textul poate prefera o lectură, dar cititorul va avea întotdeauna resursele propriului său sistem de înțeles pentru a-și produce „propria” lectură. Morley (1980) a demonstrat acest lucru luând una dintre edițiile unei emisiuni consacrate evenimentelor curente, *Nationwide*, arătând-o unor tipuri diferite de **audiențe** și studiind varietatea de lecturi astfel produse. Totuși, într-un post-scriptum explicativ al studiului său, Morley (1981) a notat existența unei serii de tensiuni-cheie, care au înconjurat conceptul și folosirea lui în cercetare. Ele priveau măsura în care lectura preferată urma să fie înțeleasă ca fiind principala proprietate a textului respectiv, a cititorului acestui text sau chiar a analistului care se ocupă de interacțiunea text-cititor. Tensiunea a provocat numeroase cercetări și dezbateri la sfârșitul anilor '80 și începutul anilor '90, multe dintre ele având ca scop înțelegerea cititorului în context și specificarea mai precisă a condițiilor culturale în care oamenii își construiesc „propria” lor lectură a textelor date. Marea majoritate a acestor lucrări s-a concentrat asupra programelor de televiziune în context domestic, iar tendința lor a fost să contraatace

excesele studiilor anterioare, care susțineau **puterea** textului de a produce semnificații, deci **determinarea** textuală.

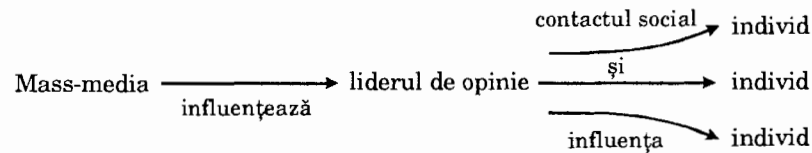
JF/TO

♦ *Vezi și capital cultural, cod, cultură populară, discurs, ideologie, închidere, negociere, sisteme de semnificații.*

● *Lecturi recomandate:* Morley (1989, 1992), Turner (1990), Fiske (1987, 1989a, 1989b), Moores (1992).

LIDERI DE OPINIE

* Acei oameni care joacă un rol de intermediere influent în transmiterea mesajului mediatic spre grupurile sociale. Termenul își are originea în studiile americane despre mass-media și comportamentul electoratului (Lazarsfeld *et al.*, 1944). * Liderii de opinie sunt mult mai atenți, în general, la produsele mediatice decât ceilalți oameni, iar apoi transmit informația relevantă persoanelor care nu sunt direct expuse mesajelor mediatice. În acest fel, ei selectează în mod activ și interpretează materialele mass-media, acționând ca un „conductor” important între mass-media și comunitate; ei „traduc” realitatea mediatică pentru experiența **grupurilor** locale. Dezvoltarea ulterioară a termenului marchează declinul **modelului acului hipodermic al efectelor** mass-media și substituția lui cu **modelul fluxului în doi pași**, care încearcă să lege influența mass-media de dinamica și structurile relațiilor sociale existente.



TO

♦ *Vezi și efecte, grup, modelul acului hipodermic, modelul fluxului în doi pași.*

● *Lecturi recomandate:* Lazarsfeld *et al.* (1944), Katz și Lazarsfeld (1955), McQuail și Windahl (1981).

LIMBĂ

* În lingvistica saussuriană sistem abstract de semne și convenții care stă la baza actelor individuale de enunțare. * Prin urmare, rolul limbii poate fi văzut ca analog celui pe care îl au partitura muzicală aflată la baza unei interpretări particulare a unei simfonii sau regulile de șah care fac posibilă o varietate nelimitată de partide concrete. Simfonia, de exemplu, există independent de interpretarea ei efectivă – în care pot apărea note false, pot fi adoptate anumite variante de tempo ș.a.m.d. În același mod, șahul poate fi jucat ca o înșiruire de secvențe de mutări diferite de la partidă la partidă, pe table de șah de diferite mărimi, cu diferite tipuri de piese – dar rămâne tot șah, atâta vreme cât regulile de bază ale jocului sunt respectate. La fel, pentru engleză, ca și pentru limbile swahili sau gujarati, există un stoc de convenții sau reguli de bază necesare pe care vorbitorii unui limbaj le folosesc atunci când își construiesc enunțurile. Pentru respectivul limbaj, aceste convenții constituie limba. Folosirea lor garantează inteligibilitatea între vorbitorii aceluși limbaj. În acest sens, limba este în mare măsură un produs social împărtășit de membrii unui grup social ca tot și aflat în întregime în afara controlului oricăruia dintre indivizi.

La fel cum se întâmplă cu mulți termeni importanți din lingvistica modernă, noțiunea de limbă s-a dezvoltat inițial din opera lingvistului elvețian Ferdinand de Saussure. Pentru el, punerea limbii (*langue*) în contrast cu **vorbirea** (*parole*) a fost un pas metodologic important pentru izolarea obiectului cercetării lingvistice, prin accentuarea **instituției** (limba), mai degrabă decât a evenimentului (vorbirea). Distincția este formulată asemănător în lingvisticile mai moderne, fie prin **competență versus performanță** în opera lui Chomsky, fie prin comportament lingvistic potențial *versus* comportament lingvistic efectiv, la Halliday. În **structuralism** și în **semiotică**, noțiunea de limbă a fost extinsă pentru a cuprinde și alte tipuri de semne în afara celor pur lingvistice. De aceea, structurile de rudenie, organizarea socială a modei, mobile și a hranei au fost considerate, toate, exemple de sisteme subiacente care stau la baza societății.

MM

♦ *Vezi și cod, competență, sintagmă, vorbire.*

● *Lecturi recomandate: Saussure (1974), Culler (1976).*

LIMBAJ

* De obicei, se consideră că termenul se referă la întregul corpus de cuvinte (vocabular) și la modurile de combinare a acestora (gramatica), folosite de o **națiune, popor sau rasă**. Dar termenul a ajuns să fie asociat cu diverse utilizări și probleme specializate din studiul comunicării.* Utilizarea lui obișnuită tinde să presupună că limbajul este (a) un limbaj specific, cum ar fi engleza sau franceza, (b) un nomenclator – un instrument de denumire a obiectelor care există pe lume și (c) un instrument de exprimare a gândurilor care există în interiorul nostru.

Nici una dintre aceste utilizări nu a supraviețuit intactă în studiul comunicării. Mai întâi, limbajul este studiat ca o *capacitate generală* și nu ca un agregat de limbaje individuale. Apoi, relațiile dintre gânduri, cuvinte și obiectele exterioare au constituit subiectul multor teorii, al căror rezultat este, în final, acela de a pune sub semnul întrebării orice idee referitoare la capacitatea cuvintelor de a denumi pur și simplu obiectele și de a exprima gândurile. Ideile prezentate mai sus presupun că limbajul este mai curând o reflectare a ceva care (după cum rezultă) nu este limbaj – în cazul nostru, gânduri și lucruri. Obiecția la o asemenea presupunere este aceea că se neagă orice forță activă a limbajului, reducându-l la un simplu instrument, și că eșuează în încercarea de a lua în considerare măsura în care atât gândurile, cât și obiectele pot fi cunoscute numai cu ajutorul reprezentării lor, în una din formele limbajului.

La fel cum fizica atomică a început prin a izola atomi luați individual, dar a sfârșit prin a identifica particule și forțe mult mai mici, și lingvistica a identificat limbajul ca incluzând structuri și reguli care operează între elemente din interiorul cuvintelor. La bază se află **fonemul** sau unitatea de sunete distincte și recognoscibile care se concretizează într-un limbaj particular. Diferite limbaje au diferite foneme (nu există /h/ în franceză și nici /ll/ sau /rh/ în engleză). Dar toate limbajele operează cu un număr finit de foneme care se pot combina apoi pentru a forma cuvinte. Astfel, limbajul nu mai este văzut ca un „corpus de cuvinte”, ci mai degrabă ca o structură generativă – sau **limbă** – care este capabilă

să producă semne. În afară de analiza fonemică, lingvistica s-a dezvoltat în jurul studiului **semanticii** și al sintaxei (regulile de combinare).

Lingvistica s-a ocupat mai ales de discurs. **Semiotica**, pe de altă parte, a preluat modelul saussurian al limbajului și l-a folosit pentru a analiza toate tipurile de **semnificație**, altele decât discursul – scrierea, arhitectura, televiziunea, cinematograful, mâncarea, vestimentația sau stilul mobilei, de exemplu. Nu există nici o îndoială că aceste sisteme de semne semnifică (adică modul de selectare și combinare a elementelor servește la a comunica înțelesuri). Dar dacă o fac în calitate de limbaj sau doar așa cum ar face-o un limbaj rămâne o problemă de discutat.

Există, în studiile culturale și ale comunicării, un acord în legătură cu faptul că, studiate fie ca limbaj, fie ca structuri asemănătoare unui limbaj, sistemele de semnificații împărtășesc, toate, aceleași caracteristici. Acestea sunt: (a) **înțelesul** nu este un rezultat al unor proprietăți intrinseci ale semnelor sau cuvintelor individuale, ci al relațiilor sistemice dintre diferitele elemente; (b) limbajul nu este ceva **empiric**, ci o capacitate socială; (c) **indivizii** nu sunt sursa limbajului, ci produsul acestuia – limbajul se gândește pe sine, ca atare, în indivizi. Limbajul scapă întotdeauna voinței individuale și chiar celei sociale. Câteva dintre cele mai importante concepte și termenii asociați cu studiul limbajului sunt tratați în acest dicționar.

JH

♦ *Vezi și cod, comunicare nonverbală, discurs, fonemic/fonetică, limbă/vorbire, paradigmă/sintagmă, semiotică, semn, semnificant/semnificat, semnificație, sincron/diacronic, structuralism.*

● *Lecturi recomandate: Culler (1976), Halliday (1978), Montgomery (1986).*

LIMBAJ-STANDARD

* **Dialect** care și-a asumat autoritatea în interiorul unei comunități de limbaj, în așa măsură încât regulile lui interne au devenit standardul de corectitudine pentru întreaga comunitate.* Un limbaj-standard tinde să își atribuie mai mult prestigiu și autoritate decât variantele cu care concurează, în principal deoarece se dezvoltă din **dialectul** grupului dominant. Apariția unei limbi-standard este adesea legată de procesul de formare a națiunii și, la fel cum națiunile sunt comunități imaginare în sfera socială, tot

așa și limbajele-standard reprezintă sisteme imaginare în sfera lingvistică. Cei care vorbesc limbajul-standard nu sunt mulți; majoritatea cred că o fac sau că trebuie să o facă. Natura imaginată a acestor limbaje-standard este suprimată prin procesele elaborate de codificare, în cărți de gramatică prescriptive, ghiduri și dicționare. Toate acestea ajută la răspândirea unui fals aer de realism, poate cu un grad mai mare de succes decât cel obținut de discursul – televizat – de Crăciun al reginei Marii Britanii, care încerca să-și convingă telespectatorii că aparțin cu toții unei națiuni (sau *Commonwealth*).

MM

♦ *Vezi și dialect, registru, varietate.*

● *Lecturi recomandate: Milroy și Milroy (1987); Leith (1983).*

M

MASS-MEDIA ALTERNATIVE

* Acele mijloace de comunicare în masă care resping sau concurează intenționat politicile consacrate și instituționalizate, în sensul că susțin schimbarea în societate, sau cel puțin o reevaluare critică a ideilor tradiționale.* Se referă în același timp la mass-media radicale sau *underground* și se află în opoziție cu principalele producții, prin aceea că reprezintă doctrinele politice și sociale situate în afara limitelor definite ale **consensului** și ale dezbaterii parlamentare. Mass-media comunitare pot fi și ele adesea clasate ca alternative prin faptul că reprezintă frecvent grupuri care simt că preocupările și punctele lor de vedere nu sunt suficient de bine reprezentate în mass-media locale și naționale existente. Create adesea pentru a face **campanie** în favoarea unei cauze particulare, aceste mass-media se confruntă cu probleme considerabile privind supraviețuirea, dată fiind tendința de a fi sub-finanțate și deci neatractive pentru publicitate și piața comercială de masă.

TO

♦ *Vezi și acces, concentrare, independență, reprezentare.*

● *Lecturi recomandate: Minority Press Group (1980, vol. I și II, Royal Commission on the Press (1977), Noyce (1976), Fountain (1988).*

MATERIALUL BRUT

* Termen profesional pentru a desemna înregistrarea video pe bandă magnetică sau film folosită în știrile și reportajele de televiziune, care prezintă evenimentele așa cum s-au întâmplat*. Diferență de prezentarea din studio** și de înregistrările de arhivă.

* Poate fi întâlnit și ca „imaginea brută” sau „brutul”, în funcție de redacție; în engleză, *actuality* (n.t.).

** *Talking heads* – „capetele vorbitoare”, termen sugestiv (greu de tradus) (n.t.).

MIT

* Termen folosit în multe situații și în mod variat cu referire la modul în care o cultură înțelege, exprimă și își comunică ei înseși conceptele importante pentru identitatea ei.* Există trei mari tipuri de folosire a termenului – cel ritual/antropologic, cel literar și cel semiotic.

Tipul **ritual**/antropologic se referă la unele **narațiuni**, compuse anonim, care oferă explicații ale faptului că lumea este așa cum pare a fi și că oamenii sunt așa cum sunt. Această modalitate de explicare este specifică **culturii** în care mitul este produs, deși prezintă explicațiile ca fiind universale sau naturale. Mitul reprezintă o modalitate esențială de convertire a naturii în cultură – de aceea funcționează și reciproc, ca instituție de **naturalizare**.

În teoria literară, mitul devine o poveste despre sau o **imagine** a ceea ce se consideră a fi adevărurile eterne, permanent umane, de obicei de tip spiritual, moral sau **estetic**. El este asociat cu noțiunea de simboluri **arhetipale**, adică **simboluri** cu o semnificație transculturală, dacă nu chiar universală și aparține unei școli de gândire care afirmă frecvent că există similarități între funcțiile sociale ale religiei și literaturii. Folosirea termenului în acest context este, de obicei, semnul unei abordări idealiste, vagi și, la urma urmei, nejustificate a literaturii.

Înțelesul **semiotic** al mitului diferă semnificativ de primele două. Se referă la un lanț nearticulat de concepte asociate, prin care membrii unei culturi înțeleg unele subiecte. Operează la nivel inconștient și **intersubiectiv**. Este asociativ și nu narativ; este specific unei culturi, nu transcultural sau universal; se schimbă în timp, în loc să fie etern; este nearticulat și nu exprimat textual. Funcția lui principală este să facă în așa fel încât culturalul să pară natural, împărțind astfel cu alte concepte funcția de naturalizare. Utilizarea semiotică, așa cum este propusă de Barthes, este discutată mai pe larg la termenul **semnificație**.

JF

† Vezi și **cultură, intersubiectivitate, naturalizare**.

● *Lecturi recomandate*: Fiske (1982).

MOD DE ADRESARE

* Modalitatea în care sunt construite acele aspecte ale unui **text** sau enunț, ce stabilesc *relațiile* dintre emițător și destinatar, ca opuse aspectelor care construiesc *reprezentări*; modul în care mass-media se adresează audienței și cititorilor.* Modul de adresare este direct în comunicarea față în față; el include trăsăturile lingvistice, paralingvistice și contextuale ale enunțului sau dialogului, care **orientează** fiecare vorbitor spre celălalt, luând în considerare intimitatea dintre ei sau statutul, dar și **genul** de situație în care apare dialogul. Putem compara modul de adresare adecvat fiecărui **gen discursiv** prin încercarea de a descrie *același* eveniment unui prieten, în fața juraților, pentru un ziar sau într-o scrisoare trimisă rudelor.

Modul de adresare este o componentă obligatorie a comunicării; de aceea, este prezent nu doar în comunicarea față în față, ci și în mass-media, unde părțile nu au un context de comunicare personal, ci doar textual. În aceste circumstanțe, modul de adresare este, de asemenea, **ideologic** – o parte a procesului de **interpelare**, unde **comunicarea de masă** „interpelează” indivizii, ca **subiecți** ai discursului ei. Altfel spus, textele mediatice inventează o imagine fictivă a caracteristicilor **audienței** lor preferate, iar apoi se adresează acestui personaj fictiv.

Producătorii de la posturile radio private din Marea Britanie au dat un nume persoanei fictive căreia i se adresează. Ea se numește Doreen, locuiește în Basildon, are un soț pe nume Bill, o capacitate redusă de concentrare și, deși nu este proastă, ascultă radioul doar cu o ureche, astfel încât regula de aur este: „Spune-i că o să îi spui; spune-i ce ai de spus, apoi spune-i că i-ai spus”. Se presupune că Doreen nu este interesată de politica externă, exceptând cazurile când această politică se răsfrânge direct asupra activităților ei cotidiene, cum ar fi cumpărăturile la supermarket. Iată câteva sfaturi pentru cei care învață să scrie știri:

Dacă aveți o informație pe care trebuie să i-o comunicați lui Doreen, asigurați-vă că înțelegeți exact ce trebuie ea să știe și de ce. „Bună, Doreen – Tamiliii din Sri Lanka au blocat porturile insulei, în urma unei greve serioase”. Vreți să spuneți că proviziile de ceai ale lui Doreen sunt în pericol? Atunci spuneți acest lucru!

(Școala Națională de Radio/CBC Radio)

Media

Tim O'Sullivan, John Hartley,
Danny Saunders, Martin Montgomery, John Fiske

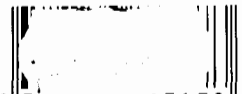
**CONCEPTE
FUNDAMENTALE
DIN ȘTIINȚELE COMUNICĂRII
ȘI STUDIILE CULTURALE**

„Într-o perioadă în care, în România, tot mai multe studii, programe de cercetare, cursuri și conferințe își revendică o identitate prin referirea la domeniul general al științelor comunicării și al studiilor culturale, un dicționar de concepte fundamentale folosite în acest domeniu este mai mult decât necesar. Mai ales atunci când textul prezentat publicului român este TEXTUL de referință, este dicționarul-program realizat de autori care constituie numele majore ale curentului. Este, de fapt, instrumentul principal, unicul (cel puțin până în acest moment) prin care pot fi înțelese, în identitatea lor profundă, temele majore din studiile culturale și din științele comunicării.”

Mihai Coman

Collegium

ISBN 973-683-717-3



9 789136 837173



Ediția POLIROM
www.polirom.ro

Media

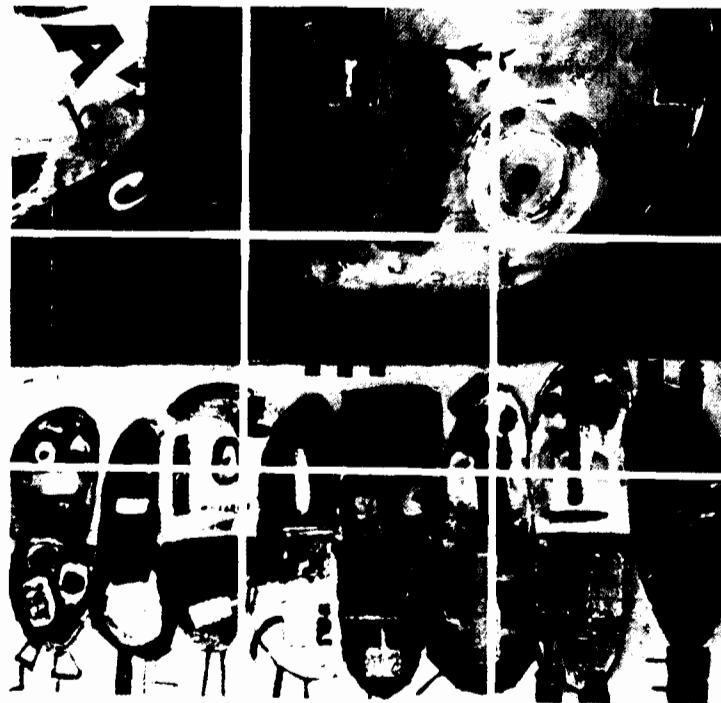
CONCEPTE FUNDAMENTALE DIN ȘTIINȚELE COMUNICĂRII ȘI STUDIILE CULTURALE

Collegium

Media

Tim O'Sullivan, John Hartley,
Danny Saunders, Martin Montgomery, John Fiske

**CONCEPTE
FUNDAMENTALE
DIN ȘTIINȚELE COMUNICĂRII
ȘI STUDIILE CULTURALE**



Collegium
POLIROM