

## PARADIGMELE COMUNICĂRII ARTISTICE: PARTICULARITĂȚI DE CONSTITUIRE

### THE PARADIGMS OF ARTISTIC COMMUNICATION: PARTICULARS OF CONSTITUTION

**VERONICA CURCHI<sup>68</sup>,**

doctorandă,

Academia de Muzică, Teatru și Arte Plastice

<https://orcid.org/0000-0003-2302-602X>

**TATIANA COMENDANT<sup>69</sup>,**

doctor în sociologie, conferențiar universitar,

Academia de Muzică, Teatru și Arte Plastice

<https://orcid.org/0000-0003-2596-4714>

**CZU 316.77:7**

**DOI <https://doi.org/10.55383/ca.29>**

*Cercetarea reprezintă un studiu analitic asupra paradigmelor comunicării artistice, domeniu foarte puțin cercetat de comunitatea științifică. Autorul, referindu-se la lucrările și teoriile înaintate de cercetători, reprezentanții mai multe științe socioumanistice, încearcă o identificare și determinare a particularităților de constituire a paradigmelor comunicării artistice.*

*În procesul de conceptualizare au fost examinate paradigmele: funcționalistă, alternativă, unilateralității, interpretativă care vizează nemijlocit valorile culturale și comunicațional-artistice ale societății.*

**Cuvinte-cheie:** *paradigmă, comunicare artistică, funcționalistă, alternativă, unilateralității, interpretativă*

*The research represents an analytical study on the paradigms of artistic communication, a field very little researched by the scientific community. The author, referring to the works and theories put forward by researchers, representatives of several socio-humanistic sciences, tries to identify and determine the particularities of constituting artistic communication paradigms.*

*In the conceptualization process, the following paradigms were examined: functionalist, alternative, unilateral, interpretative that directly targets the cultural and communicational-artistic values of the society.*

**Keywords:** *paradigm, artistic communication, functionalist, alternative, unilateral, interpretive*

---

<sup>68</sup> E-mail: [alin.niko@yahoo.com](mailto:alin.niko@yahoo.com)

<sup>69</sup> E-mail: [tatiana.comendant@amtap.md](mailto:tatiana.comendant@amtap.md)

## Introducere

Comunicarea artistică este o formă a comunicării prin intermediul artei și este mai puțin cercetată comparativ cu alte tipuri de comunicare. Investigația asupra subiectului dat a scos în evidență faptul că în literatura de specialitate lipsesc studii cu referire la paradigmele comunicării artistice.

## Noțiunea de paradigmă

Comunicarea artistică reprezintă o simbioză între știința comunicării și știința artei. Pentru a formula paradigmele comunicării artistice mai întâi de toate am cercetat modelul paradigmatic de dezvoltare științifică a filosofului american Thomas Samuel Kuhn. Dânsul subliniază că „paradigmele sunt acele realizări științifice universal recunoscute care, pentru o perioadă, oferă probleme și soluții model unei comunități de practicieni” [1 p. 58]. Ea înglobează convingeri, valori, metode, teorii și modele care sunt utilizate în procesul de cercetare. „Formularea și rezolvarea de probleme pe baza cunoașterii tacite cuprinse în paradigme constituie ceea ce Kuhn numește știință normală sau cercetare normală” [1 p. 21], menționează Mircea Flonta în studiul introductiv realizat pentru lucrarea *Structura revoluțiilor științifice* de Thomas S. Kuhn. [1] Paradigmele pot fi aceleași pentru mai multe domenii, dar fiecare arie a științei o integrează în sfera ei de activitate.

## Aspecte de constituire ale paradigmelor comunicării artistice

Am examinat paradigmele comunicării în mai multe cercetări științifice, pentru ca într-un final, prin interpretare și comparație să deducem modelele teoretice necesare. Știința comunicării este un domeniu relativ tânăr care își are sursele de inspirație din științele socioumanistice mai experimentate, cum sunt: filosofia, sociologia, psihologia, lingvistica sau filologia, respectiv, și paradigmele comunicării reprezintă adevărate importuri din aceste domenii.

Teoreticianul britanic în științele comunicării Denis McQuail, în lucrarea sa *Mass Communication Theory, 6th edition (Teoria comunicării de masă, ediția a șasea)*, propune două tipuri de paradigme: *paradigma dominantă* care este de fapt cea *funcționalistă* și *paradigma alternativă* care mai este numită și *paradigma culturală* [2 p. 63-69]. În care din ele se regăsește comunicarea artistică urmează să le identificăm.

**Paradigma funcționalistă**, numită și *dominantă*, este o teorie care ar putea fi comparată cu un puzzle, pe care îl poți realiza doar dacă plasezi fiecare piesă în locul ei desemnat. Astfel, metaforic, ne explică sociologul american contemporan Kaleigh Allen teoria funcționalismului, bazându-se pe concepția fondatorului școlii franceze de sociologie, Emile Durkheim. Cercetătorul francez subliniază că funcționalismul explorează „faptele”, că societatea funcționează ca o unitate formată din unități mai mici care sunt interdependente și fiecare parte distinctă a societății servește unui scop specific. Teoria funcționalismului este importantă, deoarece conectează fiecare aspect al societății și explică modul în care acestea funcționează în tandem pentru bunăstarea societății [3].

Această paradigmă a fost preluată și adaptată pentru mai multe domenii socio-umane. Specialistul român în sociologia comunicării Ioan Drăgan, în lucrarea sa *Paradigme ale comunicării de masă* subliniază, că paradigma funcționalistă a comunicării stabilește criterii noi de a defini procesul de comunicare, elementele structurale ale comunicării și alte aspecte ce permit realizarea eficientă a procesului comunicării de masă între toți actorii ei. Este o paradigmă axată pe empiric și societate. Ea cercetează efectele comunicării asupra societății și promovează imaginea unei societăți independente, cu propriile sale viziuni [4 p. 160].

Preluând această teorie pentru tipul de comunicare artistică, obținem următoarea determinare: paradigma funcționalistă a comunicării artistice presupune normele de definire a comunicării prin artă, analiza structurală a întregului proces și relația dintre creator-operă-public, rolul ei în societate și efectele pe care le are asupra omului. Ea clarifică funcționalitatea fiecărui element în parte și a întregului proces în ansamblu.

Un alt element important al paradigmei dominante sau funcționalistă este studiul efectelor, pentru că anume ele stau la baza formării acestei paradigme. Cercetătorii români Paul Dobrescu, Alina Bârgăoanu și Nicoleta Corbu, în lucrarea lor comună *Istoria comunicării*, ne oferă mai multe detalii despre studiul efectelor comunicării de masă și accentuează importanța lor ca parte constituantă a paradigmei dominante pe care o mai numesc și paradigma efectelor. Au fost realizate cercetări empirice ale impactului comunicării media asupra comportamentului uman, rezultatele fiind evaluate la nivel micro sau la nivel macrostructural al societății, efectele media având rezultate pozitive sau negative cu impact puternic [5 p. 163-165]. Această practică poate fi atribuită și efectelor comunicării prin intermediul artei, a impactului pe care le are asupra individului și societății în ansamblu.

Practicarea unei forme de artă, fie ea muzică, dans, pictură sau alt gen de activitate artistică, poate avea un efect pozitiv asupra stării noastre psihologice. Exprimarea artistică prin artă, în viziunea marelui psihanalist austriac Sigmund Freud, este considerată ca o terapie pentru a îmbunătăți starea emoțională a unui om sănătos și a echilibra sau trata unele afecțiuni mentale. Fiind și critic de artă, Sigmund Freud a susținut că o operă de artă ar putea provoca un schimb puternic de energie între privitor și lucrarea artistică, comparând-o cu o experiență de empatie. Receptorul se poate identifica pe sine în opera de artă prin transpunerea simpatetică și prin trăirea afectivă a mesajului artistic ce îl transmite lucrarea. Freud a considerat foarte important rolul artei în societate [6]. „Arta îi ajută pe oameni să intre în contact cu emoțiile, simțămintele lor. Ne permite să accesăm în părți subconștiente ale minții noastre și să experimentăm diverse dimensiuni ale sinelui, ascunse, intangibile. Și, prin asta, ne putem forma propria, autentică noastră identitate, căci nu este numai o cale de exprimare a sinelui, ci și una de autocreare a acestuia” [7].

Creatorul comunică prin intermediul artei, exprimându-și gândurile chiar și cele mai ascunse, iar receptorul primește aceste mesaje prin prisma stării sale emoționale. Astfel, o pictură sau melodie poate avea un efect de regenerare sufletească, de fericire, atenuarea emoțiilor negative și inspirație sau din contra poate intensifica starea de anxietate și melancolie. Efectele comunicării artistice caracterizează funcționalitatea procesului comunicațional prin artă și relația creator-operă-public.

**Paradigma alternativă**, numită și *paradigma culturală*, în viziunea savantului britanic Denis McQuail, este axată pe o viziune ce nu acceptă modelul rațional-calculativ, utilitarist al vieții sociale, respinge principiile ascunse ale pluralismului și ale funcționalismului conservator. Ea urmărește o perspectivă interpretativă și construcționistă, având preferință și pentru teoriile culturale; se bazează pe o viziune mai completă a comunicării ca plenitudine, susținere și împărtășire de opinii, ca un ritual, nu doar ca un proces simplu de transmitere a mesajului. În lucrarea *Mass Communication Theory, 6th edition (Teoria comunicării de masă, ediția a șasea)*, McQuail descrie aspecte generale ale paradigmei alternative care pot fi valabile și pentru comunicarea artistică [2 p. 66-69].

Comunicarea artistică, fiind o simbioză între comunicare și artă, este deschisă mai multor interpretări. Ea poate fi văzută diferit și interpretată din mai multe perspective. Arta este o formă de exprimare și artistul e în drept să își reproducă cele mai ascunse gânduri, să comunice publicului printr-o formă inedită

cele mai neașteptate idei. Atât procesul de creare cât și cel de transmitere a mesajului artistic pot fi asemenea unui ritual. Ritualul este un fenomen foarte des întâlnit în diferite culturi ale lumii.

Cercetătorul român contemporan Delia Balaban în lucrarea *Comunicare mediatică* analizează caracteristicile principale ale *paradigmei alternative*, descriind teoriile ce fac parte din această ideologie [8 p. 27-37]. Considerăm că unele dintre ele sunt potrivite și pentru comunicarea artistică:

– Teoria funcțională ar viza obiectivele și funcțiile comunicării prin artă: funcția de educare estetică, funcția de comunicare artistică, funcția de continuitate culturală, funcția de conservare a valorilor estetice și sociale, funcția de terapie.

– Teoria critică ar presupune abilitatea publicului de a dezvolta o gândire critică față de lucrările artistice. La acest compartiment putem menționa și importanța expunerii consumatorului de artă față de industria culturală care presupune „reproducerea artei și astfel produce transformări în percepția conținuturilor” [8 p. 28]. Mesajul transmis și forma prin care el este redat nu mai este important, accentul fiind pus pe cantitate, dar nu pe conținut și valoare.

– Teoria culturală s-ar referi la elementele morale, normative și estetice ce vizează valorile culturale și comunicațional-artistice. Procesul de comunicare este bazat pe aspectul de ritual și interacțiune simbolică, iar mijloacele tehnologice de comunicare sunt subordonate înțeleșurilor culturale.

– Teoria normativă se caracterizează prin libertatea de exprimare, pentru că într-o societate democratică procesele comunicării artistice sunt foarte importante și nu ar fi corect să fie supuse anumitor reguli [8 p. 27-37].

Sociologul american Harold D. Lasswell propune *paradigma unilateralității* care provine de la formula procesului de comunicare. Ideea lui este axată pe efectele comunicării asupra receptorului, iar întregul proces trebuie să răspundă la cinci întrebări determinative: Cine spune?; Ce spune?; Prin ce canal?; Cui?; Cu ce efecte?. Conform acestei teorii accentul se pune pe comunicator, mesaj și efectul mesajului asupra receptorului. Efectul care este orice schimbare în comportamentul publicului cauzat de mesajul primit, și, întreg procesul este îndreptat într-o singură direcție, unilateral. Cercetătorul german contemporan Uwe Hasebrink, specialist în domeniul comunicării empirice, nu este de acord cu afirmația menționată mai sus, referindu-se la domeniul media. El susține că „efectul nu se manifestă doar asupra receptorilor, ci și receptorii au efect asupra media” [8 p. 92].

Raportând această teorie la procesul de comunicare artistică, venim cu următoarele constatări:

– Comunicarea artistică posedă caracteristici unilaterale în cazul în care autorul lucrării de artă face parte din trecut, iar lucrarea sa care a trecut prin timp este admirată de publicul ce aparține prezentului. În această situație mesajul artistic cristalizat într-o sculptură, o pictură rupestră, înregistrare muzicală sau video ajunge la receptor, influențându-l într-o măsură oarecare. Are loc un proces de comunicare artistică îndreptat într-o singură direcție și efectul comunicării este doar asupra receptorului.

– Altă situație este când creatorul aparține trecutului, dar lucrarea lui este vie și interpretată de către un muzician, un dansator sau o trupă de teatru. Fiecare din ei completează mesajul autorului cu trăirile sale personale, cu abilitățile de interpretare și multe alte aspecte ce „ambalează” opera pentru spectator. Atât autorul, cu mesajul său artistic, cât și interpreții lucrării, cu atitudinea lor, au un efect asupra publicului. Receptorul poate transmite un feed-back doar celor ce au interpretat opera, având un efect asupra lor, dar nicidecum nu poate influența creatorul. În acest proces artistic de comunicare multilateral *paradigma unilateralității* este valabilă doar pentru veriga autor-operă-public. În relația interpret-operă-spectator care există paralel formulei menționate anterior, efectul se manifestă atât asupra publicului, cât și publicul are efect asupra interpretului. Este o comunicare bilaterală în care este prezent atât mesajul artistic care

aparține creatorului cât și mesajul simplu al receptorului, ca reacție sau răspuns în urma percepției operei de artă.

– În situația în care toți actorii procesului comunicațional aparțin prezentului (de exemplu, în cazul unui spectacol, ne referim la întreaga echipă creativă de pe scenă și din spatele ei: de la scenarist și actori până la regizor de sunet și costumier), atunci nu mai este valabilă *paradigma unilateralității* pentru că nu doar publicul este influențat de opera artistică, dar și spectatorul direct sau indirect poate să aibă un efect atât asupra creatorului, exprimându-și opinia despre lucrarea și mesajul artistului, cât și asupra interpreților și tuturor participanților la transmiterea mesajului.

Dacă am analiza doar direcția mesajului artistic într-un proces de comunicare și ne-am abate de la efectul comunicării, atunci am vedea că mesajul artistic, de fapt, în majoritatea cazurilor este unilateral, pentru că feed-back-ul de la receptor în cele mai multe situații este un mesaj simplu ce nu conține elemente artistice. Mai rar putem fi martori la o reacție sau mesaj artistic al receptorului ca răspuns la un spectacol teatral ce l-a impresionat într-atât, încât iese din sala teatrului fredonând o melodie sau exclamând fraze din reprezentație.

Concluzionând cele spuse mai sus, menționăm că *paradigma unilateralității* poate descrie comunicarea artistică doar în cazurile ce îndeplinesc principiile acestei reguli: atât mesajul artistic cât și efectul lui este îndreptat unilateral către receptor.

***Paradigma interpretativă*** este un model de cercetare care presupune observarea, înțelegerea, descrierea și interpretarea a ceea ce este investigat. Este o paradigmă care a avut un rol important în dezvoltarea disciplinelor precum istoria, sociologia, psihologia, antropologia, și alte științe sociale și umaniste. Ea este utilizată de către savanți pentru a cerceta culturi diferite, tradiții, obiceiuri, religie, politică, economie, artă, limba vorbită și persoanele ce fac parte din aceste culturi. Adepții acestei paradigme nu cercetează subiectul dorit prin observații din afară, dar încearcă să-și realizeze cercetarea integrându-se în acel spațiu cultural, punându-se în locul entităților care, de fapt, reprezintă obiectul de cercetare. Orice cercetare a *paradigmei interpretative* este influențată de valorile și punctele de vedere ale persoanei care o realizează.

Unul dintre cei mai importanți savanți care au studiat *paradigma interpretativă* a fost Martin Heidegger – filosof german a cărui lucrări reprezintă o mare contribuție în domenii cum ar fi psihanaliza, ecologia, antropologia culturală și arta. Referindu-se la *paradigma interpretativă*, Heidegger considera că este important să studiem interpretările și semnificațiile pe care oamenii le dau realității. Dânsul apela la ideile interacțiunii simbolice care presupun analiza modului în care propriile interpretări ale lumii influențează modul în care o trăim [9].

În domeniul comunicării artistice *paradigma interpretativă*, în viziunea noastră, ocupă un loc însemnat. Aici spațiul de interpretare este inepuizabil, pentru că arta în sine presupune un limbaj simbolic care este înțeles de fiecare receptor din perspectiva valorilor personale și cunoștințelor sale. În procesul de creație artistul, care este de fapt emițătorul, interpretează realitatea sau gândurile sale, trăirile așa cum simte el la moment și le transpune fie în note muzicale, în mișcări de dans sau forme și culori. Dânsul, folosind limbajul artistic, cifrează mesajul lăuntric într-o operă muzicală, dramatică sau plastică. Receptorul de artă, la rândul său, la fel interpretează mesajul artistic primit, dar el poate fi înțeles altfel, pentru că și în acest caz interpretarea este subiectivă.

*Paradigma interpretativă* în comunicarea artistică studiază cultura din care provine artistul, societatea, viața lui personală și profesională și tot ceea ce contribuie la înțelegerea personalității sale. Pentru o mai bună explicare a mesajului artistic este important să înțelegem trăirile autorului în momentul

creației și locul în care a conceput mesajul. Cercetător sau simplu receptor de artă, deseori poți doar intui și interpreta mesajul artistic primit, pentru că adevăratul sens al mesajului, cu toate nuanțele lui, îl deține doar creatorul. Mesajul artistic rămâne mereu o enigmă, cu niște paranteze nedeschise care oferă comunicării artistice unicitate.

### Concluzii

Cercetarea realizată reprezintă o analiză a paradigmelor socioculturale, preluate și adaptate în procesul de conceptualizare a particularităților de constituire a paradigmelor comunicării artistice.

Paradigma *funcționalistă*, numită și dominantă, se axează pe funcționarea întregului proces al comunicării artistice în cadrul societății. O importanță deosebită în cadrul acestei teorii o au efectele comunicării artistice asupra omului, fie el creator sau public.

Paradigma *alternativă* oferă posibilitatea de a interpreta mesajul artistic, accentuează funcția comunicării artistice, libertatea exprimării și valorizarea elementelor estetice și morale prin intermediul artei.

Paradigma *unilateralității* pune în evidență creatorul și efectul lucrării sale artistice asupra publicului. Procesul comunicării artistice este îndreptat într-o singură direcție – asupra publicului.

Paradigma *interpretativă* vizează cercetătorul care este și receptor al operei de artă, ce analizează mesajul artistic, canalele prin care este transmis acesta și însăși personalitatea creatorului operei de artă. Paradigma se referă și la creatorul lucrării care își interpretează gândurile în formă artistică, fie că realizează un rol într-o piesă de teatru sau elaborează un proiect arhitectural deosebit.

Paradigmele comunicării artistice facilitează înțelegerea și studierea întregului proces al comunicării artistice.

### Referințe bibliografice

1. KUHN, T.S. *Structura revoluțiilor științifice*. Trad.: Radu J. Bogdan; pref.: Mircea Flonta. București: Humanitas, 2008. ISBN 978-973-50-2030-9.
2. MCQUAIL, D. *Mass Communication Theory. 6th ed.*. New Delhi: SAGE South Asia Edition, 2010. ISBN 978-81-321-0579-4 (PB).
3. ALLEN, K. *Emile Durkheim & Functionalism Theory* [online]. [accesat 14 noiem. 2022]. Disponibil: <https://study.com/learn/lesson/emile-durkheim-theory-functionalism.html>
4. DRĂGAN, I. *Paradigme ale comunicării de masă*. București: Șansa, 1996. ISBN 973-9167-54-3.
5. DOBRESCU, P., BÂRGĂOANU, A., CORBU, N. *Istoria comunicării*. București: Comunicare.ro, 2007. ISBN 978-973-711-140-1.
6. LESSO, R. *The Impact of Sigmund Freud's Theories on Art* [online]. [accesat 17 noiem. 2022]. Disponibil: <https://www.thecollector.com/sigmund-freud-theories/>
7. POPESCU, D. *Efectele artei asupra psihologiei noastre* [online]. [accesat 17 noiem. 2022]. Disponibil: <https://www.diane.ro/2020/01/efectele-artei-asupra-psihologiei.html>
8. BALABAN, D. *Comunicare mediatică*. București: Tritonic, 2009. ISBN 978-973-733-313-1.
9. *Paradigma interpretativă în caracterele de cercetare, autori și exemple importante* [online]. [accesat 20 noiem. 2022]. Disponibil: <https://ro.thpanorama.com/blog/cultura-general/paradigma-interpretativo-en-investigacin-caractersticas-autores-importantes-y-ejemplos.html>