

MESAJELE COMUNICĂRII

Studiile culturale britanice și problemele comunicării. Contribuția lui Raymond Williams

Paul Dobrescu
SNSPA

Studiile culturale britanice (SCB) reprezintă o orientare culturală afirmată în anii '60 și '70 în Marea Britanie. Autorii care au activat în cadrul acestei orientări – Richard Hoggart, Raymond Williams, Edward Thompson și Stuart Hall – dezvoltă o concepție cu certe elemente de originalitate atât în ceea ce privește cultura, cât și comunicarea. De altfel, SCB se află la originea studiilor culturale aflate într-o impresionantă expansiune pe mai toate continentele. Analiza se concentrează cu deosebire asupra creației lui R. Williams, personalitatea cu contribuția cea mai „durabilă”, care a avut un rol esențial în modelarea viziunii despre cultură a acestei orientări și în regândirea concepției despre comunicare. Studiul prezintă pe larg concepția despre comunicare a lui R. Williams, o concepție „culturalicește mai bogată”, care deschide dezbaterea despre audiența activă și despre importanța momentului receptării. Comunicarea înseamnă transmitere, receptare și răspuns, iar acesta din urmă poate însemna atât aprobare, cât și dezaprobare. Într-o continuitate frapantă cu Școala de la Chicago, R. Williams dezvoltă ideea, după părerea noastră, foarte actuală, a comunității și experienței sale structurate, ca o condiție pentru elaborarea unui răspuns consistent, pentru care să diminueze „orgoliul sursei” și concepția potrivit căreia comunicarea înseamnă transmitere. Este o altă viziune despre comunicare în care nu avem de-a face doar cu două persoane, ci cu două lumi, cu două tipuri de experiențe sociale, ceea ce presupune înțelegeri și interpretări diferite și chiar coduri diferite.

Un grup de autori, dar nu o școală

În domeniul comunicării avem câteva școli de gândire de acum celebre: Școala de la Chicago, Școala de la Columbia, Școala de la Toronto, Școala de la Frankfurt, Școala de la Palo Alto. Fiecare grupează

un număr de autori de prestigiu care propun noi interpretări ale comunicării.

Există o analiză de răsunet a comunicării lansată de un grup de autori din spațiul britanic, dar care nu s-a materializat într-o școală. Autorii sunt nume cunoscute și recunoscute în literatura de profil: Richard Hoggart, Raymond Williams, Edward Thompson și Stuart Hall. Uneori,

se vorbește de patru întemeietori legați, indiscutabil, prin preocupări tematice, prin interpretări comune sau cel puțin similare date unor fenomene legate de cultură, educație, mass-media (Miller, 2006, 4). Alteori, se vorbește doar de trei: R. Hoggart, R. Williams și S. Hall (Katz, 2003, 214). La mijlocul anilor '60, ei s-au întâlnit la aceeași universitate, cea din Birmingham. Și, totuși, literatura de profil vorbește despre „studiile culturale britanice”, și nu despre „Școala de la Birmingham”.

De ce? O explicație ar fi că autorii respectivi au publicat lucrări reprezentative, poate chiar cele mai reprezentative, înainte de întâlnirea de la Birmingham. Cu alte cuvinte, în momentul întâlnirii erau deja personalități consacrate. Pe de altă parte, nu a existat un șef de școală care să confere o anumită unitate tematică, de abordare și, nu în ultimul rând, un tip de coeziune sufletească atât de necesară unei școli. Cei mai mulți specialiști consideră că personalitatea de cea mai mare anvergură a fost Raymond Williams. Însă Centrul de Studii Culturale de la Universitatea din Birmingham a fost înființat în 1964 de către Richard Hoggart, după care, în partea a doua a existenței acestei structuri, conducerea i-a revenit lui Stuart Hall. Se pare că nici nu a existat o foarte mare coeziune între membrii grupului, de vreme ce în volumul inițiat de Terry Eagleton (1989), ca un moment de celebrare a operei lui R. Williams, dintre întemeietorii curentului nu semnează decât Hall (Thompson, de pildă, declină invitația pe temeiul „altor angajamente”). Deși publicat într-un volum omagial (s-a întâmplat ca, pe parcursul tipăririi volumului, R. Williams să înceteze din viață), studiul semnat de S. Hall face câteva observații extrem de tăioase la adresa operei omagiate. Cum ar fi „absența elocventă” din lucrarea *Cultură și Societate* a unor autori

reprezentativi pentru Anglia – Locke, Hobbes, Adam Smith și Bentham, cei care alcătuiesc „heartland-ul ideologiei engleze”, tradiția critică de orientare conservatoare împotriva utilitarismului individualist (Hall, 1989, 60)

Dar poate cel mai important motiv este expansiunea incredibilă a studiilor culturale în lumea de astăzi, expansiune care s-a produs prin încorporarea unor teme precum feminismul, sexismul, rasismul, toate subculturile; se vorbește cu teme despre studiile culturale americane, germane, franceze sau spaniole. Sunt studii culturale orientate către culturalism și altele către structuralism. Focalizându-se pe problemele legate de cultură, de înțelesuri și semnificații, studiile culturale britanice au deschis și conturat un întreg orizont de înaintare de care societatea contemporană simțea nevoia. În această evoluție trepidantă, acaparatoare, studiile de început, cele desfășurate undeva în Anglia în anii '50-'70, au fost poate nu uitate, dar parcă topite în lava studiilor culturale care au cuprins practic întregul mapamond.

Câteva precizări despre autorii acestei orientări, despre ceea ce dă coerență și relief demersului lor de cercetare. Toți reprezentanții studiilor culturale britanice sunt intelectuali de stânga, aflați sub influența lui K. Marx, a lui A. Gramsci și, apoi, a lui Althusser. Este atmosfera pronunțată de stânga, atmosfera contestatară caracteristică anilor postbelici. McGuigan sesizează cu acuitate că, deși s-a autointitulat „studii culturale”, această mișcare „a avut tendința să se perceapă pe sine ca parte a unei mișcări intelectuale de gherilă purtând război la granițele cercetării academice oficiale. Această concepție eroică și romantică a studiilor culturale este acum în mod indiscutabil depășită” (McGuigan, 1997, 6). Graeme Turner subliniază „rădăcinile istorice foarte specifice” ale acestei mișcări culturale, asociate strâns cu situația

pe care o traversa Marea Britanie în perioada postbelică. Era o epocă de puternică discontinuitate, o epocă în care Marea Britanie renunța la Imperiu și căuta să-și centreze dezvoltarea în jurul ideii unui nou tip de capitalism, bazat pe producție modernă, iar în plan social pe „statul bunăstării generale”. Ideea unei „Britanii noi” începea să devină dominantă (Turner, 2003, 33).

Să mai notăm un lucru. Reprezentanții studiilor culturale britanice sunt persoane cu origini sociale modeste. Hoggart și Williams s-au născut în familii muncitorești, Hall provine din Jamaica. După încheierea studiilor universitare, primii doi au fost tutori în activitatea educativă cu adulții, deci în educația desfășurată dincolo de zidurile academice. Ceea ce i-a ajutat nu numai să nu privească de sus o asemenea activitate, dar și să capete o anumită înțelegere, mai adecvată, a culturii populare, a „culturii de masă” de mai târziu.

Redefinirea culturii „ca un adevărat mod de viață”

În articolul de față ne vom concentra asupra creației lui Raymond Williams. Vom începe analiza noastră cu viziunea lui Raymond Williams¹ despre cultură, sintetizată cu deosebire în *Culture and Society* (1958). În primul rând, pentru că orientarea căreia îi aparține poartă numele de „studii culturale britanice” și este firesc să înfățișăm, succint, viziunea despre conceptul care figurează în însăși denumirea orientării. Este vorba, apoi, despre o lucrare considerată „un document fondator recunoscut al studiilor culturale britanice” (Peters, 2003, 228), care prefigurează o viziune despre comunicare, o viziune cu consistență reală și cu elemente de originalitate de nimeni puse la îndoială.

În momentul apariției lucrării lui Williams, dominante în epocă erau criticile

culturale promovate de către Adorno și Horkheimer și, în spațiul britanic, de către Q.D. Leavis și F.R. Leavis (pentru care cultura reprezenta preocuparea unei „minorități educate” care se vede pusă în pericol prin asaltul standardizării, al culturii de masă). Criticile culturale s-au impus datorită tonului tăios, al problematicei sesizate: lumea culturală, ghidată de criterii estetice, apunea și făcea loc unei „industrii” care urmărea scopuri diferite. În analiza lor, criteriul estetic și moral, transformat în criteriu esențial de judecată, se aplica unei realități în bună măsură diferită. Williams schimbă termenii discuției, prin schimbarea termenului de referință. Cultura este văzută ca un proces viu în care tradiția culturală se îmbină cu activitatea de creație a unor noi înțelesuri, la care participă elitele culturale, dar și oamenii obișnuiți. Cultura devine „un adevărat mod de viață”, la care iau parte persoane sau segmente din întreg spectrul social. În felul acesta, cultura nu mai este problema „lor”, ci a „noastră”.

Perspectiva de analiză este una cu totul particulară. Amintind că în ultimele decenii ale secolului al XVIII-lea și în prima jumătate a secolului următor (cu alte cuvinte, atunci când se declanșează revoluția industrială, se configurează liniamentele vieții democratice, deci atunci când viața societății intră pe făgașul ei modern) un număr de cuvinte „de capitală importanță” au apărut în limba engleză ori au căpătat un nou înțeles, autorul precizează: „Există de fapt un *pattern* general al schimbării în aceste cuvinte și el poate fi folosit ca o hartă de tip special cu ajutorul căreia putem privi din nou la acele schimbări din viața și gândirea noastră pe care le reflectă în mod evident prefacerile din limbă. Sunt cinci cuvinte-cheie pe baza cărora se poate desena această hartă. Ele sunt «industrie», «democrație», «clasă», «artă» și «cultură». Importanța acestor

cuvinte în structura de înțelesuri a perioadei moderne este evidentă. În această perioadă esențială, schimbările pe care le înregistrează sensurile lor reprezintă un adevărat martor pentru schimbarea generală în legătură cu viața noastră comună: în legătură cu instituțiile sociale, economice și politice; cu scopurile pe care aceste instituții au fost proiectate să le întruchipeze; cu relațiile dintre aceste instituții și obiectivele activității noastre din domeniul instruirii, educației și artelor” (Williams, 1958, XIII).

Altfel spus, în viziunea lui Williams cuvintele sunt un gen de seismografe secrete ale transformărilor sociale. Nu doar ale transformărilor care ne apar nouă ca exterioare, ci și ale răspunsurilor noastre, raționale și afective. Cuvintele condensează o epocă, perioade de schimbări fundamentale și ne oferă un acces privilegiat la înțelesul experiențelor acumulate în asemenea momente. Ceea ce își propune autorul este un proces de „citire” a istoriei moderne a Angliei (din ultimele decenii ale secolului al XVIII-lea până la mijlocul secolului XX) prin intermediul unor cuvinte-cheie, de comparare a acestor cuvinte cu perioada care le-a zămislit, cel puțin într-o anumită formă, cu transformările care au survenit între timp și care nu se găsesc exprimate în acești termeni. Williams selectează pentru acest demers lucrările unor mari autori, precum Edmund Burke, Thomas Carlyle, John Milton, T.S. Eliot, George Orwell, autori reprezentativi pentru orientarea conservatoare din gândirea britanică.

De fiecare dată, Williams subliniază importanța transformărilor obiective și a impactului acestora asupra vieții spirituale de ansamblu, dar ține în mod deosebit să releve semnificația „reacțiilor noastre, raționale și afective, față de schimbarea condițiilor în viața noastră comună” (Williams, 1958, 295). Istoria ideii de cultură cumulează aceste răspunsuri și reacții apărute

în contexte deosebite, de transformări dramatice. Răspunsuri care nu au fost altceva decât procese de semnificare, de construire a unor înțelesuri pentru transformările din viața societății moderne.

Din punct de vedere istoric, procesul de semnificare de care am amintit a fost, la rândul lui, înrâurit profund de două procese fundamentale ale epocii moderne: industrializarea și democratizarea. Aceste procese ne-au modelat mai mult decât ne dăm seama existența, credințele și atitudinile de ansamblu. Ele au contribuit la conturarea unui anumit orizont, la furnizarea unor elemente esențiale de judecată și apreciere, la modelarea mentalităților noastre. Firește că înțelesurile și definițiile date diverselor evenimente au fost diferite, în funcție de contextele în care au trăit oamenii, de profunzimea înțelegerii și pătrunderii acelor fenomene, dar elementele de fundal cultural au fost furnizate de aceste procese – industria și democrația.

Fiecare dintre aceste procese a cunoscut, la rândul său, interpretări diferite, abordări specifice în funcție de epocă și dominantele acesteia. De pildă, în legătură cu democrația, care a proclamat de la început egalitatea persoanelor, a existat mai întâi suspiciunea că reprezintă o amenințare la adresa minorității. Supremația populară și puterea noilor mase au alimentat o asemenea raportare. După un timp, a apărut o altă temere, de data aceasta față de individualismul etic și practic, al societății capitaliste, ceea ce s-a întruchipat în ideea de comunitate, de „societate organică”. În secolul nostru, temerile primei faze au fost retematizate sub forma a ceea ce s-a numit „democrația de masă în noua lume a comunicării de masă” (Williams, 1958, 296).

Sucesiuni similare au avut loc și în cazul celorlalte procese majore. Prin urmare, o istorie a culturii trebuie să țină seama

de aceste schimbări ale preocupărilor și răspunsurilor, sub presiunea anumitor evoluții și fenomene. Schimbări care au condus la semnificarea diferită a aceluiași procese, la modificări de înțeles, la nuanțarea interpretărilor. Tradiția culturală consemnează aceste răspunsuri și interpretări într-o ierarhie, la rândul ei, proprie anumitor epoci. Față de ceea ce transmite tradiția, fiecare epocă are propria prismă de interpretare și de selectivitate. Fiecare epocă va căuta răspunsuri la propriile îngrijorări, puncte de sprijin pentru propriile viziuni. De pildă, epoca postbelică a readus în actualitate preocupările și interogațiile în legătură cu „democrația de masă”. „Existența unor mijloace de comunicare în masă extrem de puternice se află în inima acestor probleme, pentru că prin intermediul lor opinia publică a fost vizibil modelată și direcționată, adesea prin mijloace discutabile și pentru scopuri discutabile” (Williams, 1958, 298). De altfel, cum avea să mărturisească autorul, chiar punctul de plecare al lucrării este constituit din marile procese de expansiune culturală care au avut loc în perioada postbelică, precum alfabetizarea, ridicarea generală a nivelului de educație, prezența din ce în ce mai semnificativă a mass-media, toate acestea făcând „necesară și urgentă” „o revizie a istoriei culturale” și chiar „o nouă teorie generală a culturii” (Williams, 1958, VIII).

Williams își propune să așeze fundamente pentru o istorie a ideii de cultură, dar nu o istorie obișnuită, o istorie clasică, ci un „proiect cultural și politic”, un proces de resemnificare, de descoperire și îmbogățire retroactivă. Un demers prin care, așa cum remarca John Durham Peters, „urmașii pot da viață înaintașilor”. Acest sens mai adânc al demersului autorului englez a fost sesizat cu acuitate și de traducătorul în limba germană al lucrării,

care intitulează versiunea germană *Istoria intelectuală ca teorie socială* (Peters, 2003, 218).

„O cultură”, subliniază Williams, „nu constituie numai o colecție de produse intelectuale sau ale imaginației, ci este, în mod esențial, un adevărat mod de viață” (1958, 325). Înțelegând astfel cultura, Williams lărgeste mult sfera de cuprindere a termenului și legitimează cultura populară, cultura media și chiar formele de divertisment moderne. Cultura este o sumă de înțelesuri, de semnificații. Înțelesuri create de oameni, de diferite segmente sociale, de elite, dar și de oameni obișnuiți. În cultură se regăsesc semnificațiile elitei, dar și ale masei, ale cercurilor academice, dar și ale creației populare. Ar fi nu numai incomplet, ci și greșit să facem o istorie a culturii urmărind doar creația elitelor. Selecția autorilor conservatori pe care o operează Williams are și rostul de a arăta că limitarea istoriei culturii la asemenea creații, de indiscutabilă valoare, prezintă riscul de a oferi o imagine sărăcită și, în ultimă instanță, neîncăpătoare a conceptului de cultură.

Raymond Williams își propune să inaugureze o nouă tradiție a reflecției cu privire la acest domeniu, în care cultura și societatea alcătuiesc un tot. Cultura ne apare sub forma tradiției moștenite, dar și sub cea a creației care se adaugă acestei moșteniri. Elementele care leagă aceste două tronsoane sunt înțelesul prin care semnificăm și înțelesul împărtășit. Crearea de înțelesuri este o activitate permanentă și nu este limitată la anumite perimetre sociale. Oamenii obișnuiți, grupuri sociale dezavantajate au aceleași șanse de a contribui la creația culturală ca și elitele intelectuale. Într-o apreciere de tip răspuns la multe neînțelegeri în legătură cu această problemă, R. Williams preciza lămuritor, după părerea noastră: „O cultură are două

aspecte : înțelesurile și direcțiile cunoscute în spiritul cărora membrii societății sunt formați ; noile observații și înțelesuri, care sunt oferite și testate. Acestea sunt procese obișnuite ale societății și ale minții umane, iar noi privim prin ele natura culturii : ea este întotdeauna tradițională și creativă ; ea cuprinde deopotrivă atât cele mai obișnuite înțelesuri comune, cât și cele mai fine înțelesuri individuale. Folosim cuvântul *cultură* în aceste două sensuri : de a semnifica un adevărat mod de viață – înțelesurile comune ; de a semnifica artele și învățarea – adică procesele de descoperire și de efort creativ. Anumiți cercetători rezervă cuvântul *cultură* doar pentru unul sau altul din aceste înțelesuri. Eu insist asupra ambelor și asupra semnificației conjugării lor. Întrebările pe care le-am adresat privind cultura noastră sunt întrebări despre scopurile noastre generale și comune și, de asemenea, despre înțelesurile adânci și personale. Cultura este o prezență obișnuită în orice societate și în orice minte” (Williams, 1989, 37).

Prin modul cum prezintă procesul de semnificare, de atribuire de înțelesuri, Williams și, odată cu el, reprezentanții studiilor culturale britanice conferă un cu totul alt înțeles culturii decât cel tradițional, limitat la cercuri de elite. Cultura tinde să coincidă cu practica socială a creării de înțelesuri, unde acestea sunt nu numai produse, dar și împărtășite, negociate, compatibilizate, examinate printr-o viziune de toleranță. Astfel, cultura se deschide spre mijloacele de comunicare în masă, spre formele moderne de divertisment, spre muzica de largă audiență, de la clase și segmente sociale la grupuri contestatate, pentru că înțelesurile sunt produse într-o varietate de contexte.

În căutarea unei noi definiții a comunicării

Studiile culturale britanice transformă problemele de comunicare într-o prioritate indiscutabilă. Faptul este absolut justificat. Nu numai că problematica respectivă intrase în actualitatea cercetării, dar domeniul îmbrățișat de studiile culturale britanice – cultura, dominarea, represiunea, audiența – solicita o adâncire a problemelor de comunicare. Williams este cu totul nemulțumit de abordările unilaterale ale comunicării ca proces de transmitere, de supralicitare a importanței pe care o are sursa, de examinările comunicării ca proces înrăurit fundamental de tehnologie. De aceea, meritul său principal constă într-o viziune mai largă asupra comunicării, ca proces care implică mai multe etape, în schimbarea accentului de la tehnologie și efecte la perspectiva socială și participativă. „Comunicarea nu este doar transmitere ; ea este, de asemenea, receptare și răspuns” (Williams, 1958, 313). Această formulare, remarca John Durham Peters (2003, 223), ar putea fi un adevărat motto pentru existența de 40 de ani a studiilor culturale britanice (Peters, 2003, 223). La care noi ținem să adăugăm un alt citat, din aceeași lucrare a lui Williams, care precizează foarte exact parametrii de evaluare și examinare a comunicării : „Receptarea și răspunsul, care întregesc comunicarea, depind de alți factori decât de cei tehnici” (Williams, 1958, 302).

Ca să înțelegem mai bine viziunea lui Williams despre comunicare, este util să prezentăm modul cum înțelege autorul englez cuvinte-cheie precum *masă* și *comunicare de masă*. Să nu uităm, suntem în anii postbelici, când asemenea concepte au început să fie folosite foarte frecvent și cu sensuri diferite. Pentru o orientare care a definit cultura într-un sens mult mai larg și a recunoscut dreptul de

semnificare culturală pentru cercuri sociale mult mai largi, exprimarea poziției față de termenii *masă* și *comunicare de masă* devenea obligatorie. În fond, acest lucru presupunea, mai întâi, să fie lămurită întrebarea, ce se înțelege prin conceptele *masă* și *comunicare de masă*. Consecvent cu perspectiva socială de analiză promovată de toți reprezentanții studiilor culturale britanice, Williams consideră că avem de-a face nu cu o problemă tehnică, așa cum se considera de obicei, ci cu una de definire, de interpretare. „În fapt, nu există mase; există doar modalități de a percepe oamenii ca mase.” (Williams, 1958, 300)

Preponderentă în epocă era interpretarea potrivit căreia masele și comunicarea de masă au apărut ca urmare a exploziei posibilităților tehnice. Când se vorbea de mase, se avea în vedere concentrarea populației în zonele urbane, a muncitorilor în mari unități industriale și, implicit, apariția unor mase de lucrători; în ceea ce privește comunicarea de masă, totul era asociat cu apariția posibilităților tehnice de transmitere a mesajului și de multiplicare a acestuia. Pentru Williams, dezvoltarea tehnicii nu are nici o relevanță specială pentru apariția conceptului *comunicare de masă*. Singura remarcă posibilă este aceea că tehnicile moderne sunt impersonale comparativ cu cele clasice, care serveau aceleași scopuri. În timp ce teatrele prezentau actori, cinematograful prezintă imagini ale acestor actori; în timp ce la un miting putea fi văzută o persoană fizică în calitate de vorbitor, la radio se transmite numai vocea sa, iar la televizor – și vocea și imaginea. „Tipăriturile au reprezentat primul mijloc de comunicare impersonală.” (Williams, 1958, 301) Îmbrățișarea tehnicii ca factor explicativ al conceptului *comunicare de masă* conduce univoc la o anumită viziune despre comunicare, comunicarea ca transmitere. „Nu reușim să înțelegem, în acest domeniu, că cea mai mare parte

din ceea ce numim comunicare nu este nimic mai mult decât transmitere: ceea ce înseamnă transmitere unidirecțională de mesaje.” (Williams, 1958, 302) De aceea, autorul spune că, dacă am fi consecvenți cu acest punct de vedere, am putea numi comunicarea un gen de „transmisie diversificată”.

După Williams, nu perspectiva tehnică este cea potrivită, pentru că ea nu poate decât cel mult să explice diversificarea și amplificarea unui anumit mod de adresare impersonală care a apărut odată cu tiparul. Noi considerăm că tehnica și posibilitățile ei nu pot fi scoase complet din ecuație. Teatrul, cum am menționat, prezenta un grup de actori, pe când cinematograful – imaginile acestora. Aici găsim o explicație a apariției culturii de masă. Atât prin actorul în carne și oase, cât și prin audiență, care nu putea fi prea mare, teatrul punea stavile naturale caracterului de masă. În momentul în care s-a putut difuza imaginea actorului, aceste stavile au dispărut, iar difuzarea, cel puțin din punct de vedere tehnic, a fost eliberată de orice constrângeri.

Factorul cu adevărat nou, în opinia lui Williams, este expansiunea audienței, generată de doi factori: creșterea generală a nivelului de educație și diversificarea posibilităților tehnice de a difuza mesajul către un număr cât mai mare de receptori. Dar acest fenomen cu adevărat nou – creșterea exponențială a audienței – a fost interpretat „potrivit unei formule” și echivalat cu o „masă”, cu o mulțime nediferențiată, fără preferințe, fără gusturi, fără opțiuni. Conceptul *comunicare de masă* este transpunerea acestei viziuni în câmpul comunicării și consacarea transmișiei ca principală, dacă nu unică dimensiune a comunicării. La care se mai adaugă un element, intenția cu care transmitem. Pentru că atributul „de masă” decurge, de fapt, dintr-un mod de raportare, în cazul

comunicării, din intenția cu care transmitem mesajele. Atunci când avem în minte o mulțime de ființe diferențiate, iar scopul nostru este de a transmite informații și opinii, de a cultiva gustul pentru artă și educație, de a împărtăși o experiență comună, atunci formula *comunicare de masă* nu are nici un fel de acoperire. Când, dimpotrivă, scopul nostru este manipularea – persuadarea unui mare număr de oameni de a cunoaște, de a gândi și simți într-un anumit fel –, formula convenabilă va fi *mase*. „Ideea de mase este expresia acestei concepții, iar ideea de comunicare de masă, un rezultat al funcționării sale.” (Williams, 1958, 304) În fond, ceea ce spunea autorul despre „mase” se poate spune foarte bine și despre „comunicarea de masă”: nu există comunicare de masă, există doar modalități diferite de a concepe comunicarea de masă.

Comunicarea ca teorie a comunității

Dacă dorim să înțelegem mai bine viziunea despre comunicare a lui Williams și, implicit, a studiilor culturale britanice, trebuie mai întâi să ne reprezentăm cum se cuvine formula lansată în *Culture and Society*: „orice teorie reală a comunicării este o teorie a comunității”² (313). În măsura în care vom pătrunde această formulă, vom înțelege și de ce Williams ne îndeamnă să căutăm „o nouă definiție a comunicării”, de ce consideră că, așa cum este practică, comunicarea de masă nu duce și nu poate duce decât la eșecuri, de ce comunicarea autentică presupune doi poli cu puteri și cu abilități foarte apropiate, că, înainte de a ne încumeta să propunem o teorie a comunicării, trebuie să ne reprezentăm foarte limpede ce înseamnă comunitatea și să încorporăm concluziile noastre în teoria și, mai ales, în practica activității de comunicare.

Când și unde are succes comunicarea de masă? În acele sisteme conduse de grupuri restrânse care, într-un fel sau altul, vor să domine și se adresează audienței de pe o asemenea poziție. Dar comunicarea de masă „eșuează și va continua să eșueze când eforturile sale de transmitere întâlnesc nu o nesiguranță confuză, ci o experiență structurată și consolidată” (Williams, 1958, 313). Experiența comună și structurată este caracteristica esențială a comunității. Ea are rolul de a filtra, de a evalua prin prisma intereselor și valorilor sale diferite mesaje. Deci, comunicarea autentică trebuie să definească mai întâi cui se adresează și care este menirea ei: să transmită mesaje către o audiență pe care o cunoaște foarte puțin, pe care vrea să o influențeze, în funcție de scopurile sale, ori să ia în considerare această audiență cu ceea ce are ea în comun, cu experiența ei? Pe de altă parte, comunicarea nu poate evita întrebarea: cui se adresează? Indivizilor dispersați sau grupurilor, segmentelor sociale? Iar un grup, o comunitate sunt definite de experiența lor comună. Mesajul nu va da roade și nu va prinde dacă nu ține cont de această experiență; dacă urmărește nu să penetreze neapărat mințile celor cărora se adresează, ci să dezbată o problemă de interes comun cu scopul de a ajunge la o soluție împărtășită, asumată de cei doi parteneri principali ai oricărui proces de comunicare: cel care transmite și cel ce primește mesajul³.

„Eșecul se datorează și preocupării arogante de a transmite, care se bizuie pe presupunerea că răspunsurile comune au fost deja găsite și nu mai au nevoie decât să fie aplicate.” (Williams, 1958, 314) Infatuarea sursei și capcana în care pică ea însăși, supraevaluându-și importanța. Ea poate, neîndoindu-se, să continue și să dezvolte această practică, numai că astfel bazele comunicării reale se erodează. Apare

paradoxul : comunicarea, care prin definiție presupune doi actori, se reduce la o continuă emiteră de mesaje. Comunicarea de masă anulează premisele dialogului cuprins în însăși denumirea sa. În mod normal, transmiterea ar trebui concepută ca „o ofertă”, care capătă sens în măsura în care declanșează receptarea și răspunsul ; în viziunea care concepe comunicarea doar ca transmitere, aceasta din urmă nu este punctul de plecare al unui proces, ci epuizează câmpul comunicării.

„Receptarea activă” și „răspunsul viu” depind, la rândul lor, de experiența comunității și de calitatea acesteia. „Ceea ce ne lipsește este experiența comună autentică” (Williams, 1958, 317), care nu mai apare decât în momentele de criză. În alți termeni, comunicarea autentică suferă pentru că însăși comunitatea înregistrează un declin vizibil, prin urmare și trăsătura ei esențială, experiența comună. Cea care ar avea rolul fundamental în conturarea unei audiențe active și a unui răspuns viu, experiența comună, se află ea însăși în suferință. Iar procesul de comunicare, cel care ar fi fundamental interesat de revitalizarea acestei experiențe și, implicit, a comunității, afectează poate cel mai mult bazele unui dialog și ale dezvoltării și împărtășirii unei experiențe comune. Se accentuează ceea ce literatura de specialitate numește *relație asimetrică*.

Pentru a-și preciza și mai limpede poziția, Williams nu este de acord cu formula *comunicare de masă*, din motivele pe care le-am menționat mai sus, și propune termenul de *comunicare culturală*, deoarece scopul ei nu este să convingă de ceva anume, ci să dezbată idei, să solicite opinii, într-un cuvânt, să propună abordări care să antreneze și, în felul acesta, să creeze un humus psihologic atât de necesar revitalizării comunității și creării condițiilor pentru o comunicare autentică. Vom avea o asemenea comunicare, pare a spune

autorul, când vom avea comunități autentice. Ceea ce pare puțin probabil, pentru că primul factor care lucrează pentru dezagregarea acestei experiențe comune este chiar comunicarea de masă. „Avem nevoie de o cultură comună nu de dragul unei abstracții, ci pentru că nu vom putea supraviețui fără ea” (Williams, 1958, 317), avertizează autorul. Pledoaria autorului nu a avut ecou. În *Communications* (1966), Williams precizează cu un regret pe care nu îl poate reprimă : „Problematika acestei cărți, comunicarea culturală, este încă denumită comunicare de masă” (15).

Modele de comunicare și infrastructura lor instituțională

În lucrările ulterioare întâlnim trei accente care dezvoltă și întregesc viziunea despre comunicare. Este vorba, în primul rând, de importanța acestei activități. Privită mult timp ca un *late comer*, comunicării nu i s-a perceput de la bun început semnificația. Într-o filiație de netăgăduit cu Școala de la Chicago, autorii studiilor culturale britanice dezvoltă ideea importanței cardinale a comunicării într-o societate modernă. În mod tradițional, spune Williams, societatea este privită din perspectivă politică – și în acest caz se remarcă importanța decisivă a structurii de putere, a guvernului, a parlamentului etc. – și din perspectivă economică – și în acest caz accentul cade pe proprietate, pe producție, comerț etc. Astfel, în mod inerțial, societatea este privită doar ca relații de putere, de producție, de proprietate. Lipsește într-un fel ceea ce leagă toate acestea laolaltă, experiența socială, stocul de cunoștințe, acumulările istorice într-un domeniu sau altul, tot ceea ce istoria a păstrat și a fixat în reguli, norme, care ne învață și ne orientează atitudinea, comportamentul.

De aceea, perspectivele menționate mai sus – economice, politice – se cer împletite cu o altă perspectivă, cea a comunicării. În esența ei, „societatea este o formă de comunicare prin intermediul căreia experiența este descrisă, împărtășită, modificată și păstrată” (Williams, 1966, 18).

Williams nu dezvoltă această idee, dar este limpede că experiența istorică are o semnificație cu totul specială inclusiv pentru domeniul politic și economic; că modul în care o societate își organizează și își folosește experiența este un semn de înțelepciune; de asemenea, că raportul dintre experiența istorică deja fixată și inovarea, regândirea, îmbogățirea ei rămâne un semn de modernitate și de menținere în pas cu fluxul vremii.

Există, în opinia autorului englez, două modalități esențiale de a deforma importanța din ce în ce mai mare a comunicării în viața societății moderne. Cum procesul ca atare nu poate fi negat, se recurge la un procedeu oarecum clasic de a-i distorsiona potențialul. Mijloacele de comunicare sunt folosite abuziv, fie în scopul exercitării unui control politic (toate formele care sunt asociate cu propaganda, cu influențarea oamenilor în sensul unui interes exterior lor), fie în vederea obținerii unui profit comercial, prin dezvoltarea publicității. În ambele cazuri, avem de-a face cu o utilizare a acestor mijloace în alte scopuri decât amplificarea posibilității de a învăța, de a schimba idei și experiențe, de a-i conecta pe oameni la rigorile epocii în care trăiesc.

A doua modalitate este prezentarea activității de comunicare drept „secundară”, întrucât ea ar trebui să se raporteze la ceva existent, la realitate, la faptul că prima în ordinea importanței este această realitate, după care urmează comunicarea despre această realitate. Mai întâi viața și apoi evaluările și analizele acesteia. Williams relevă că noi degradăm esența comunicării

și a proceselor pe care le implică aceasta acceptând formula *activitate secundară*. „Ea este, în sine, o cale majoră în care realitatea este continuu modelată și schimbată. Ceea ce numim societate nu este numai o rețea de procese economice și politice, ci și un proces de învățare și comunicare.” (Williams, 1966, 19) În alți termeni, experiența nu este ceva care ne vine „împachetat” din istorie. Experiența este continuu structurată și restructurată. Experiența înseamnă și procesele actuale pe care le descifrăm și le „învățăm”. Nu pot fi separate două activități, două procese care sunt concomitente.

O altă dimensiune a definirii comunicării este cea legată de infrastructura sa tehnică, instituțională, și, strâns legat de aceasta, problema modelelor de comunicare. Să-l ascultăm pe Williams: „Înțelegem prin comunicare instituțiile și formele prin care ideile, informațiile și atitudinile sunt transmise și primite. Înțelegem prin educare procesul de transmitere și recepție” (1966, 17). Să remarcăm deci menționarea instituțiilor, aspect fundamental când vorbim de comunicare culturală; de asemenea, Williams precizează: nu vom mai insista asupra formulei *sunt transmise și receptate*, acest ultim termen putând însemna atât acceptare, cât și respingere.

Procesul de transmitere a ideilor, cunoștințelor, experienței are loc pe baza unor modele comunicaționale. La un moment dat, societatea își dă seama că aceste modele sunt depășite. Începe un efort de schimbare a modelelor, care, cum precizează Williams, nu este deloc mai puțin important decât prefacerile din domeniul economic și social. Pentru că prin model se optimizează procesul de schimb de idei și experiențe, se deschide societatea către realitate. Schimbarea acestor adevărate *pattern*-uri este însă mai dificilă, pentru că modelele respective sunt întruchipate în anumite instituții, sunt asimilate la nivel organizațional.

A lupta contra acestor modele înseamnă inclusiv a lupta împotriva instituțiilor care le întrușează și le răspândesc din punct de vedere social.

Williams oferă un exemplu edificator privind influența modelului convențional al structurii de clasă din Marea Britanie, model care împarte populația în grupuri: *upper, middle și lower*; modelul a funcționat și în domeniul educației, unde cele trei grupuri distincte au fost reduse la două, lucru care devine vizibil și în domeniul presei: *de calitate și populară*. Cum remarcă și autorul, situațiile din familii, din grupurile sociale mai mici sau mai largi nu sunt atât de puternic stratificate cum pare a sugera formula amintită. Cercetări de specialitate au relevat acest lucru și au semnalat mobilități semnificative, prefaceri, schimbări care estompează granițe foarte clar trasate. Era un timp când conținutul comunicării în această privință reflecta o realitate. Astăzi, acest conținut nu mai reflectă actuala distribuție și stratificare socială. Cu toate acestea, el se menține dincolo de realitatea propriu-zisă, am spune chiar în ciuda unor prefaceri evidente intervenite în realitatea propriu-zisă. De ce?

Comunicarea de orice tip se bazează pe un element de convenție, în cazul de față împărțirea în presă *de calitate și populară*. Sunt formule, scheme care pot fi foarte ușor învățate și care, odată însușite, ne constrâng să privim realitatea prin ochelarii lor. „Masele” sunt asociate în acest caz cu publicații care relatează despre crime, sex, divertisment, filme, sport, iar „minoritatea”, cu acele publicații care prezintă politica tradițională, arta „înaltă” etc. Această inerție a modelului comunicațional care persistă, în ciuda prefacerii din realitatea propriu-zisă, este problema care interesează sau ar trebui să intereseze specialiștii. Pentru că, în acest caz, modelul nu mai descrie adecvat o

realitate. Mai mult, ne face să privim și să apreciem o realitate într-un fel care nu mai este adecvat. Lucru sesizat cu acuitate de Williams: „Este o problemă de discutat dacă «masele» și «minoritatea» sunt realități sociale inevitabile sau dacă nu sunt modele comunicaționale care, în parte, creează și consolidează situația pe care, aparent, doar o descriu” (1966, 96). Problema centrală pe care o ridică autorul este: cum putem schimba această situație la nivelul mass-media, la nivelul comunicării de masă. Pentru că aceste domenii sunt cu deosebire afectate de rutină, de formulele omologate, de convențiile acceptate. Williams consideră că dezvoltarea și schimbarea, așa cum apar ele în viața reală, asimilarea acestora la nivel conceptual, lupta pentru schimbarea reprezentărilor noastre în acord cu schimbările din viața reală reprezintă problema centrală a discuției noastre. Dacă ai o idee preconcepțuită despre mase, nu poți să ieși în considerare evoluția și schimbarea maselor. Pe de altă parte, mass-media confirmă în cea mai mare parte ideile deja structurate. De aceea, multe dintre ideile și preferințele noastre sunt condamnate să rămână potențiale.

În sfârșit, un al treilea aspect privește agravarea acestei probleme prin viteza cu care se dezvoltă inovația tehnologică. De ce? Inovația pretinde utilizarea ei socială. Inovațiile nu se fac pentru a figura în anumite rapoarte. Utilizarea inovației înseamnă schimbarea și remodelarea instituțiilor, permanentizarea acestei înnoiri. Numai că instituțiile au la bază modele instituționale mai vechi, exprimate deja în atitudini larg împărtășite, în modele de comportament etc. Și pot manifesta reticență față de inovație și utilizarea ei socială. Ia naștere o situație paradoxală, care poate conduce la blocaje. Chiar la crize. În interpretarea lui Williams, aceasta a și fost explicația crizei din Marea Britanie

în deceniile postbelice. „Criza în comunicarea modernă a fost cauzată de viteza invenției și de dificultatea de a găsi instituțiile potrivite pentru ca aceste mijloace tehnice să fie folosite.” (1966, 20)

Autorul își dă seama că prioritatea societății moderne este asigurarea unui echilibru între ideile noi și cele existente. Dacă nu vom controla procesele de rutină, dacă vom lăsa comunicarea de masă să consolideze modele vechi, să stereotipeze atitudinile noastre culturale, atunci punem în pericol nu numai evoluția normală a societății, ci chiar tradiția acesteia. Pentru că standardizarea excesivă nu mai stimulează nimic, în afara unei acceptări nediferențiate. „Nimic nu te bucură și nimic nu îți atrage atenția, ci totul este doar o trecere de timp. Într-o asemenea atmosferă sufocantă, marea tradiție nu poate trăi.” (Williams, 1966, 106)

Critica poate fi oricât de severă, dar ea nu folosește decât dacă se conturează o alternativă. Din punctul de vedere al autorului, alternativa ar consta într-o radicală înnoire a instituțiilor cu atribuții în domeniul cultural și comunicațional. Pentru că instituțiile întruchipează modelele de care am vorbit. Procesul comunicării generale în societatea modernă are și o puternică latură instituțională. Nu vom putea înțelege coordonatele comunicării fără să avem în vedere instituțiile care întruchipează modele culturale și fără examinarea căilor de a modela și remodela asemenea instituții, care pot fi înțelese ca adevărate noduri ale comunicării, generatoare de modele atitudinale.

Deși preocupat în primul rând de probleme culturale, Williams descoperă continentul comunicării, asupra căruia se apleacă atent, atașat ideii de interdisciplinaritate pe care a promovat-o împreună cu ceilalți reprezentanți ai studiilor culturale britanice. Nu este o descoperire întâmplătoare, ci rezultatul efortului său de a explica

societatea britanică postbelică și de a construi o nouă viziune despre cultură. Dacă întâlnirea cu domeniul comunicării ar fi fost oarecum întâmplătoare sau exterioară preocupărilor sale intelectuale, ar fi rezultat o serie de considerații de circumstanță. Analiza comunicării întreprinsă de Williams este substanțială și cu elemente de originalitate de nimeni puse la îndoială.

Broadcasting-ul ca putere a lumii moderne

O dovadă în plus a acestui atașament de substanță este faptul că, după aproximativ zece ani, Williams revine asupra problemelor de comunicare într-o lucrare de sine stătătoare: *Television, Technology and Cultural Form* (2003 [1974]). La începutul volumului, Williams redă o situație pe care a trăit-o la începutul anilor '70. Urma să beneficieze de un stagiu de cercetare de un an de zile la Facultatea de Comunicare a Universității Stanford. Pentru a ajunge în Statele Unite alesese calea maritimă. Iată relatarea: „Într-o noapte la Miami, încă amețit după o săptămână de călătorie cu vaporul peste Atlantic, am început să mă uit la un film și de la început am avut anumite dificultăți în a mă adapta la o prea mare frecvență a «înruperilor» pentru reclama comercială. Și totuși, aceasta s-a dovedit o problemă minoră comparativ cu ceea ce s-a întâmplat după aceea. Scene din alte două filme, care urmau să fie prezentate pe același canal, dar în serile următoare, au început să fie inserate promo-uri. O crimă din San Francisco (subiectul unui film original) a început să opereze ca un extraordinar contrapunct nu numai la deodorante și reclame comerciale, ci la întâmplări romantice din Paris și la apariția unui monstru preistoric care a devastat New York-ul. [...] Încă nu pot fi sigur ce am

reținut din acest flux neîntrerupt. Sunt sigur că am înregistrat câteva incidente care au avut loc în film și câteva personaje din reclamele publicitare presărate de-a lungul episoadelor peliculei în ceea ce a ajuns să mi se pară – peste toate aceste disparități bizare – un unic și iresponsabil flux de imagini și sentimente” (2003, 92).

Este probabil și paragraful cel mai des citat și, poate, cel mai cunoscut al acestei cărți. O contribuție a avut-o și relatarea în ton reportericesc a șocului trăit. În California, unde „viața era extrem de cuminte și liniștită”, Williams a avut timp să mediteze și să caute răspunsuri și explicații la ceea ce văzuse. A urmărit programele de televiziune americane, uneori toată ziua. Pentru că erau șase canale de televiziune (dintre care numai unul era public) care emiteau zi și noapte. Diferența dintre ceea ce se prezenta pe rețelele comerciale de televiziune din America și ceea ce știa autorul despre programul postului public de televiziune din Marea Britanie era izbitoare. Paragraful amintit este atât de citat și pentru că situația pe care o înfățișează a reprezentat un punct de plecare pentru o idee teoretică: fluxul neîntrerupt al programelor de televiziune.

Prima contribuție a lucrării este chiar viziunea sa culturală asupra televiziunii, care apare cu atât mai importantă cu cât este formulată într-un context de vizibil triumf tehnologic, în care progresul apărea ca o înlănțuire de invenții. Fără a neglija latura tehnologică a oricărei mari prefaceri din viața oamenilor, Williams se concentrează asupra resorturilor sociale ale progresului tehnologic, a problemelor de ordin politic, economic, social care, la un moment dat, au luat forma unor cerințe, a unor nevoi sociale presente. Tehnologia a fost răspunsul la asemenea nevoi. În această lumină este concepută lucrarea, autorul propunându-și să analizeze „televiziunea ca o tehnologie culturală particulară

și să privească dezvoltarea ei, instituțiile sale, formele și efectele sale în această dimensiune critică” (2003, 3).

Spre deosebire de celelalte tehnici comunicaționale, *broadcasting*-ul prezintă o particularitate distinctă. Din punct de vedere social, radioul și, mai târziu, televizorul corespund unei epoci de mare mobilitate și de adâncire a complexității sociale. Era nevoie de un mesaj venit de la centru, dar care să răspundă și acestei mobilități, să urmărească persoanele în mișcare, să asigure un „consum individualizat, sau „privatizat”, cum spune autorul. Aici nevoia socială s-a întâlnit în mod fericit cu o particularitate a dezvoltării tehnologice de ansamblu. În anii '20, avem de-a face cu o cotitură în dezvoltarea tehnologică. Până atunci trendul principal era reprezentat de tehnologiile publice: căi ferate, iluminat public etc. Din acel moment, se dezvoltă tehnologiile destinate unei folosiri de tip individual: automobilul, motocicletă, radioul etc. De această tendință se folosește *broadcasting*-ul. Ceea ce a generat particularități, dar a indus și un tip de paradox al acestei tehnologii comunicaționale. Particularitatea constă în faptul că mesajul este central, dar consumul e individualizat. Este o tehnologie „care a răspuns unui tip de existență în același timp mobilă și centrată pe locuință: o formă de privatizare mobilă. *Broadcasting*-ul în formele sale aplicate a fost un produs social al acestei tendințe distincte” (2003, 19).

Să ne amintim de noaptea petrecută de autor la Miami. Să ne întrebăm de ce șocul a fost așa de mare. Pentru că, în primul rând, așteptarea era diferită. Pe ce se întemeia o asemenea așteptare? Pe experiența autorului în legătură cu emisiunile televiziunii publice din propria țară, BBC. În același timp, pe experiența acumulată în legătură cu mijloacele, să le spunem clasice, de comunicare în masă. Oamenii cumpără un ziar, merg la o piesă

de teatru, la un concert, la un miting sau la un meci de fotbal cu o singură și predominantă așteptare. Sunt evenimente distincte care induc așteptări distincte.

Principala caracteristică a fluxului neîntrerupt propus de către televiziune este continuitatea sa, faptul că elemente disparate, sau pe care noi le percepeam ca disparate, sunt unificate într-un flux neîntrerupt. Aici descoperă Williams specificitatea televiziunii, în această funcție unificatoare, chiar dacă, așa cum mărturisește, nu poate oferi o explicație convingătoare privind mijloacele prin care această experiență unificatoare este realizată. Prefacerea esențială a avut loc atunci când s-a trecut de la programarea anumitor secvențe, care păstra specificitatea emisiunilor și granițele dintre ele, la înlănțuirea sub formă de flux (Williams, 2003, 89), când conceptul de interval a fost complet reevaluat, de fapt înlocuit de reclame publicitare, când emisiunile de sine stătătoare au fost „sparte” pentru a face loc fie reclamelor, fie anunțurilor despre alte emisiuni. Totul a luat forma unui show.

„Ceea ce se oferă nu este, așa cum eram obișnuiți, un program compus din secțiuni separate, inserate într-un anumit fel, ci un flux planificat, în care înlănțuirea reală nu este cea pe care o găsim publicată în ghidurile radio-TV, ci o înlănțuire transformată prin inserarea altei înlănțuiri, astfel încât acestea compun, împreună, un autentic flux, fluxul *broadcasting*. Tot mai frecvent, posturile de televiziune, atât publice, cât și private, au adăugat un alt tip de înlănțuire – anunțurile referitoare la programe ce urmează a fi difuzate, în aceeași zi sau chiar în alta ori sinteza știrilor. Această opțiune a fost îmbrățișată în condițiile intensificării competiției, când este important ca producătorii din audiovizual să rețină atenția publicului sau, așa cum se exprimă ei, să îl «prindă» pentru

tot restul serii. Iar odată cu unificarea acestor două sau trei înlănțuiri diferite, ia naștere un nou tip de comunicare, care trebuie recunoscut ca atare.” (Williams, 2003, 91)

Această înlănțuire neîntreruptă prilejuiește o percepție similară din partea telespectatorului. Faptul că dispunem de televiziune acasă și că o putem utiliza în fiecare moment, relevă Williams, „încurajează audiența să o considere ca pe un flux nediferențiat. Telespectatorii par nu atât să privească la diferite programe de televiziune, cât, pur și simplu, să privească la televizor” (2003, 95). Poate această realitate, precizează Andrew Cristell, în zilele noastre, explică faptul că, în timp ce ziarele au critici de specialitate, de teatru, de film, critici literari, televiziunea apelează la „critici de televiziune” (2006, 4).

Dacă principala caracteristică a fluxului este continuitatea, caracterul neîntrerupt, principala consecință este aceea că amputează serios posibilitatea de selecție. La un moment dat, nu știi dacă filmul este mai important sau reclamele pe care le prilejuiește. Posibilitatea de selecție s-ar putea manifesta între diferite posturi. Ceea ce este adevărat, dar toate posturile lucrează pe baza aceluiasi flux planificat. „Acest fenomen al fluxului planificat este poate caracteristica definitorie a *broadcasting*-ului, simultan ca tehnologie și ca formă culturală.” (Williams, 2003, 86) Firește că sunt interpretări care definesc, dimpotrivă, programele de televiziune prin secvențialitate, și nu prin flux. Firește că sunt multe alte interpretări care contrazic sau completează ceea ce a spus Raymond Williams. Cum remarcă și Roger Silverstone în prefața la ediția din 2003 a lucrării lui Williams, prin ideea de *flux neîntrerupt*, de instituționalizare particulară a culturii, ca și prin conceptul *mobile privatisation*, Williams rămâne un autor de primă mărime în cercetările asupra televiziunii.

Am insistat asupra viziunii despre comunicare a lui Raymond Williams pentru că, cel puțin pentru prima etapă de afirmare și dezvoltare a studiilor culturale britanice, este de departe cel mai semnificativ. Contribuția majoră a lucrărilor de început ale lui Williams este aceea că „regândește înțelesul politic, social și cultural al mass-media” (Peters, 2003, 219), conferă o nouă perspectivă de interpretare a comunicării. S-ar putea chiar spune că Williams mediază într-un fel între viziunea critică și cea empirică și prefigurează o soluție de depășire a acestei dihotomii. Autorul englez critică, după cum am văzut, comunicarea de masă, conceptul de masă, ca și școala critică, dar, spre deosebire de aceasta, recunoaște valoarea culturală a formelor noi, de la mass-media până la divertisment. Este împotriva standardizării, mai ales atunci când este vorba despre comunicare, dar nu consideră că audiența ar prelua necritic înțelesurile produselor culturale înseriate și promovează paradigma audienței active pe care o vor dezvolta reprezentanții de mai târziu ai studiilor culturale britanice. Chiar dacă Williams nu o spune deschis, ceea ce va apărea

mult mai limpede în lucrările din cea de-a doua perioadă a studiilor culturale britanice, audiența este parte a unui proces de modificare a sensului, de construire a înțelesului.

Când școala empirică vorbește despre canale, influențe, grupuri primare, Williams subliniază importanța comunității și a experienței sale structurate. Cu alte cuvinte, preocupării pentru efecte, pentru studierea modului cum media pot forma convingeri, Williams le opune un răspuns culturalicește mai bogat; convingerile nu se pot forma din nimic și, oricum, nu pot lua naștere doar în urma unui proces de transmitere.

Comunicarea de masă, spune el, „eșuează și va continua să eșueze atunci când eforturile sale de transmitere întâlnesc nu o nesiguranță confuză, ci o experiență structurată și consolidată” (1958, 313). Poziție limpede, conturând o altă viziune despre comunicare, în care nu avem de-a face doar cu două persoane, ci cu două lumi, cu două tipuri de experiențe sociale. De aceea, comunicarea adevărată presupune semnificații, înțelesuri și, am spune noi, coduri.

Note

1. Toți reprezentanții studiilor culturale britanice au fost personalități influente în epocă. Dacă totuși ar fi să identificăm contribuția cea mai durabilă, aceea este a lui Raymond Williams (Barker, 2003, 39). Există și opinii mai abrupte în această privință. Terry Eagleton (1989, 9) afirmă despre R. Williams că „a transformat studiile culturale din stadiul primar în care le-a găsit într-o construcție impresionant de bogată și de adâncă”, mai mult, că „a modificat ireversibil harta intelectuală și politică a Marii Britanii”, ceea ce trebuie înțeles, neîndoind, și în contextul volumului omagial pe care l-a coordonat Eagleton. Însă asemenea aprecieri, chiar dacă mult mai nuanțate, nu sunt deloc singulare. De pildă, Turner spune despre Williams că a avut „o contribuție mult mai profundă decât a oricărui alt membru la modelarea viziunii culturale a acestei orientări” (Turner, 2003, 42). Născut într-un sat din Țara Galilor, Raymond Williams își face studiile universitare la Cambridge, după care participă activ, în timpul ultimei conflagrații mondiale, la luptele din Franța. Apoi devine și el tutore timp de câțiva ani în activitatea educativă cu adulții. Predă, după aceea, literatură la Universitatea din Cambridge, după care se mută la Birmingham. Se stinge din viață în 1989.
2. În lucrarea sa *Keywords* (1983), Raymond Williams insistă asupra termenului *comun* și asupra înțelesurilor sale. Întrucât multe dintre informațiile furnizate pot ajuta la înțelegerea considerațiilor de față privind comunicarea, vom relata mai pe larg prezentarea autorului englez. În engleză, precizează Williams, *common* are o arie largă de înțelesuri. *Communis*

a derivat fie de la *com*, „împreună”, și *munis*, „aflat sub obligație”, ori de la *com* și *unus*, „unul”. Aceste sensuri s-au contopit, *common* devenind „comunitate”, ceea ce însemna, din secolul al XIV-lea, „o structură organizată de persoane, de la un grup specific la umanitatea întreagă” (Williams, 1983, 70). Interesantă este folosirea foarte timpurie a cuvântului *common* ca adjectiv și ca substantiv, *the common and commons*, prin contrast cu lorzii, cu nobilimea. *Common* poate fi folosit pentru a afirma ceva care este împărțit sau pentru a descrie ceva care este obișnuit. Este dificil să dăăm sensul peiorativ al termenului *common*, care, după mărturisirea autorului, atunci când a apărut era foarte firav. Este semnificativ că membrii armatei Parlamentului în războiul civil din secolul al XVII-lea au refuzat să fie numiți *common soldiers* și au insistat asupra denumirii *private soldiers*. Interesant acest lucru, deși aceeași armată lupta pentru *the commons* (pentru Parlamentul de atunci). Opțiunea lor este interesantă pentru că au vrut să precizeze că ei erau oameni care își aparțineau; deci, cum remarcă Williams, erau *private soldiers in a common cause*. Din această situație relatată pe larg de autor reiese limpede un adevăr: comunul nu exclude privatul, nu-l absoarbe, nu-l dizolvă. Mai mult, s-ar putea spune că adevăratul comun implică un nivel privat solid. Ce mai înseamnă comun atunci când totul este comun? Însăși semnificația sa dispare. „Comun” semnifică un nivel de existență, de nevoi, de aspirații, de procese, dar nu epuizează existența noastră. Există și celălalt nivel, la fel de important. Privatul simte nevoia de comun și comunul își poate găsi în privat cel mai solid suport. Apărute din secolul al XVI-lea, utilizările care înseamnă „vulgar”, „nerafinat” și, în cele din urmă, cele care fixează condiția de *low class* (clasa inferioară) se accentuează în secolul al XIX-lea. Formula *cuvântul său a fost foarte comun* (Williams, 1983, 71) are o conotație indubitabilă și acest sens se va extinde. Între timp, se folosesc și alte sensuri – atât neutre, cât și pozitive. Oamenii, adesea aceiași oameni, spun „este *common* (deci obișnuit) să mănânci înghețată pe stradă” dar și „este *common* să vorbești despre nevoia unui efort comun” (Williams, 1983, 72), deci despre un efort care trebuie neapărat făcut împreună.

- În aceeași lucrare, *Keywords*, Williams face o serie de considerații instructive și cu privire la devenirea termenului comunicare. *Communication* în sensul său modern cel mai general, precizează el, a fost prezent în limbă din secolul al XV-lea; *communicate* însemna a transforma ceva în bun comun, a împărțiși (*make common to many, impart*). *Comunicare* a desemnat în primul rând această acțiune și, apoi, din secolul al XV-lea, obiectul a devenit comun: *a communication*. Aceasta a rămas principala întrebuintare. Din secolul al XVII-lea a avut loc o importantă extensie a înțelesului acestui cuvânt, cu deosebire în formulări precum *linii de comunicații*. În perioada de dezvoltare a drumurilor, canalelor și căilor ferate, *communications* a fost adesea termenul general și abstract pentru asemenea facilități. De-abia în secolul XX, odată cu dezvoltarea altor mijloace de transmitere a informației și de menținere a contactului social, *comunicare* a ajuns să se refere într-un mod predominant la media, ca presă și *broadcasting*, deși acest sens (care a apărut mai repede în Statele Unite decât în Marea Britanie) nu este folosit înainte de secolul XX. Industria comunicării, cum este numită acum, este distinctă de industria transportului: comunicarea se referă la informații și idei prin intermediul presei scrise și al *broadcasting*-ului; transportul, la deplasarea la distanță a persoanelor fizice și a bunurilor. În controversele actuale este folositor să amintim înțelesul original al substantivului care se referă, pe de o parte, la a transmite, proces unidirecțional, și a împărțiși idei comune sau reciproce (Williams, 1983, 72). Astfel, această distincție apare în formulări contrastante precum *comunicarea manipulativă* și *comunicarea participativă* (Williams, 1983, 73).

Bibliografie

- Barker, Chris (ed.). (2003). *Cultural Studies. Theory and Practice*. Londra: Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.
- Cristell, Andrew. (2006). *A Study of Modern Television. Thinking Inside the Box*. New York: Palgrave Macmillan.

- Eagleton, Terry. (1989). *Raymond Williams. Critical Perspectives*. Cambridge, Marea Britanie : Polity Press/Basil Blackwell.
- Hall, Stuart. (1989). Politics and Letters. În Terry, Eagleton. (1989). *Raymond Williams. Critical Perspectives*. Cambridge, Marea Britanie : Polity Press/Basil Blackwell.
- Katz, Elihu; Peters, John Durham; Liebes, Tamar; Orlof, Avril (eds.). (2003). *Canonic Texts in Media Research*. Cambridge, Marea Britanie : Polity Press.
- McGuigan, Jim. (1997). An Introduction to Cultural Studies. În Chris, Barker (ed.). (2003). *Cultural Studies. Theory and Practice*. Londra : Thousand Oaks, New Delhi : Sage Publications.
- Toby, Miller (ed.). (2006). *A Companion to Cultural Studies*. Oxford : Blackwell Publishing.
- John Durham, Peters. (2003). Retroactive Enrichment : Raymond Williams's Culture and Society. În Elihu, Katz John Durham Peters, Tamar Liebes, Avril Orlof (eds). (2003). *Canonic Texts in Media Research*. Cambridge, Marea Britanie : Polity Press.
- Turner, Graeme. (2003) [1990]. *British Cultural Studies. An Introduction*. Londra și New York : Routledge.
- Williams, Raymond. (1958). *Culture and Society, 1780-1950*. Londra : Chatto & Windus.
- Williams, Raymond. (1961). *The Long Revolution*, Londra : Chatto & Windus.
- Williams Raymond. (1966) [1962]. *Communications*, Londra : Chatto & Windus.
- Williams, Raymond. (1983). *Keywords*, Londra : Fontana Paperbacks.
- Williams, Raymond. (1989). Questions of Culture and Ideology. În Chris, Barker (ed.). (2003). *Cultural Studies. Theory and Practice*. Londra : Thousand Oaks, New Delhi : Sage Publications.
- Williams, Raymond. (2003) [1974]. *Television. Technology and Cultural Form*. Londra și New York : Routledge.

Abstract

British Cultural Studies represent a cultural movement that flourished in the United Kingdom in the '60s and '70s. The main authors belonging to that movement – Richard Hoggart, Raymond Williams, Edward Thompson and Stuart Hall – put forth unique perspectives on culture and communication. Their contributions were the starting point for a wide array of concerns and research projects across all continents, that came to be united under the umbrella term „Cultural Studies”. This article focuses on Raymond Williams' work, based on the idea that his theoretical contribution to the study of communication and culture is the most enduring and encompassing one. Williams' view on communication is extensively analysed, with a focus on the features setting it apart from the prevailing thinking about culture, audience, and audience's response. According to this „culturally richer” view, communication means transmission, reception as well as response. Moreover, this response may mean either approval or rejection. Using terms that are strikingly similar to those used by the Chicago School thinkers, Williams underlines the idea that only the existence of a genuine community, with a well-structured experience can guarantee the possibility of the response to a certain message. These are prerequisites that influence the very possibility of a response. When in place, these prerequisites may diminish the prominence of the source and turn the communication process from a matter of mere transmission to genuine exchange. Thus, says Williams, when talking about communication, one does not deal with two persons talking to each other, but with two worlds, two types of social and cultural experience, involving different meanings, interpretations and even codes.