

# Semnificație și înțelegere

## Signification et compréhension

(Résumé)

La signification est un phénomène social qui ne peut être compris de manière satisfaisante que par rapport à deux entités duales : une communauté et un langage. Elle se manifeste dans la sphère publique en tant que réponse discriminative à un stimulus sémiotique, c'est-à-dire en tant que réaction typique à un stimulus vicariant (qui rend possibles les expériences indirectes). Les modèles ou les schémas d'action sémiotique émergent de la conformité générale des membres d'une communauté à certaines conventions de langage. Si les réactions à un stimulus semblent contingentes ou complètement imprédictibles, on peut en déduire qu'aucune signification n'a été (re)produite. Les significations ne sont pas de propriétés des signes et ne sont pas déterminées causalement par ceux-ci. Par conséquent, elles ne peuvent pas être transférées d'une personne à l'autre en même temps que la transmission des stimuli sémiotiques. Lorsque les membres d'une communauté font l'effort de se conformer – en tant qu'agents rationnels normaux – aux conventions linguistiques en vigueur, ils (re)créent les significations à un niveau syntactique, sémantique et pragmatique, aussi bien au niveau du langage qu'au niveau du métalangage. De plus, ayant en vue les circonstances de la communication, ils préfèrent un certain degré de socialisation des significations véhiculées ; ce degré est situé entre le niveau strictement personnel des idiosyncrasies et le niveau conformiste des significations standardisées. Les communicateurs performants essaient d'éviter les deux extrêmes à la fois, étant suffisamment coopérants pour renforcer les conventions de langage existantes, qui rendent possibles les conventions de langage existantes, tout en rendant possible la compréhension ; en même temps, ils sont suffisamment hétérodoxes pour se rapporter à des significations qui stimulent leur ouverture, leur curiosité et leur flexibilité.

Conceptele de semnificație și înțelegere sunt marcate, în mod vădit, de imprecizie, însă „puterea de circulație“ de care se bucură le conferă o valoare deosebită în planul cunoașterii și comunicării. Menționăm, spre ilustrare, că motorul de căutare Google listează 504.000.000 de intrări (sau pagini web) pentru termenul *understanding* (înțelegere), 203.000.000 pentru termenul *meaning* (semnificație) și doar 47.400 pentru termenul *truth-conditional*

(veri-condițional), care se vrea o instanță mai clară și mai simplă de definit a termenului *meaning*.

Relația semnificație-înțelegere poate fi abordată sistematic cel puțin din perspectiva logicii, teoriei comunicării, teoriei informației, semioticii, filosofiei limbajului și filosofiei minții. Dată fiind această situație, credem că este contraproductiv să ne cantonăm în perimetrul unei singure discipline, cu atât mai mult cu cât granițele

disciplinelor menționate nu sunt ferm trasate. Nu prezentarea în manieră axiomatică a unor definiții și reguli, ci indicarea unor jocuri de limbaj și a unor experiențe de viață explicitează într-o măsură acceptabilă conceptele în cauză. De altfel, articolul de față poate fi privit și ca adăugire, mai mult sau mai puțin consistentă, la o altă încercare de contextualizare a termenilor de semnificație și înțelegere: *Jocurile de limbaj și înțelegerea progresivă a expresiilor* (Fârte, 2002).

În acord cu poziția lui John Dewey, socotim că a înțelege semnificația unui lucru, a unui eveniment sau a unei situații revine la a vedea lucrul, evenimentul sau situația în relație cu alte entități, la a ști de ce sunt cauzate, cum funcționează, ce consecințe au sau ce întrebări pot primi. *Mutatis mutandis*, pentru a înțelege semnificația unui semn este indicat să ne raportăm la doua entități relevante: (a) o populație sau comunitate C și (b) un limbaj L (Lewis, 1996).

Când spunem comunitate, ne referim la un grup (în principiu) numeros de oameni care încercă, asemenea celorlalte organisme (vii), să influențeze mediul sau să se acomodeze la el. Fiecare om se prezintă ca sistem comportamental relativ deschis, în măsura în care posedă capacitatea de a se autoorganiza, *id est* capacitatea de a-și elabora noi forme de organizare și noi modele sau structuri interne. Eforturile de modificare a mediului, respectiv de acomodare la el sunt direct influențate de abilitatea de a împărtăși anumite experiențe cu semenii. Este de remarcat faptul că, dintre toate formele de viață, numai omul are capacitatea de a împărtăși experiențe în mod indirect (*vicariously*) prin intermediul unor surrogate aparte, numite *semne* (Goyer, 1970: 7).

Definițiile semnului sunt de o mare varietate, acesta fiind tratat fie ca obiect

(material, mental sau mixt), fie ca funcție<sup>1</sup>. Un punct de plecare convenabil în această problemă pare să fie asumarea tezei că orice semn este, înainte de toate, un *stimul*, adică un factor care declanșează un proces fiziologic într-un organism viu. Însă, spre deosebire de ceilalți stimuli, semnele permit deopotrivă o *experiență directă* și una *indirectă*.

Semnele (indiferent dacă sunt cuvinte, indici, iconi sau simboluri) nu pot fi utilizate ca entități izolate, ci ca elemente ale unui sistem complex numit *limbaj*, sistem care cuprinde, în plus, un ansamblu de reguli de utilizare a semnelor. Limbajul poate fi analizat deopotrivă ca (i) sistem semantic independent de problemele oamenilor (în acest caz vorbind de o pluralitate de limbaje), dar și ca (ii) formă de activitate social-umană rațională și guvernată de convenții. Orice limbaj este, pe de o parte, o *funcție* care asociază semnificații unor secvențe de stimuli – semnificația fiind privită ca ceva care o dată ce este combinat cu o informație factuală (despre lumea actuală sau despre o lume posibilă) generează o valoare de adevăr sau o mulțime de lumi posibile –, iar pe de altă parte, un *fenomen social* (sau o sferă a acțiunii umane) în care oamenii construiesc șiruri de sunete sau secvențe de grafeme și răspund prin gânduri sau acțiuni la sunetele și grafemele produse (Lewis, 1996).

Dacă facem abstracție – sub raport metodologic – de agenții umani care folosesc limbajul, parvenim la o teorie semantică (în speță, veri-condițională) a semnificației, care poate asigura o bază solidă pentru înțelegerea fenomenului

<sup>1</sup> În lucrarea *Comunicarea*. O abordare praxiologică (Fârte, 2004), am ilustrat diversitatea definițiilor date semnului, trecând în revistă pozițiile lui John Locke, Gottlob Frege, Charles K. Ogden & Ivory A. Richards, Charles S. Peirce, Ferdinand de Saussure, Heinrich Plett și Umberto Eco.

social mult mai complex al semnificației. În limitele acestei construcții abstracte, producerea și înțelegerea semnificațiilor incumbă, printre altele, (a) realizarea unei tipologii riguroase a expresiilor (de exemplu, categoreme și sincategoreme; variabile, parametri sau constante descriptive și constante logice; termeni, funcții (de termen), predicate, propoziții de ordinul întâi, propoziții de ordinul doi; etc.), (b) sistematizarea regulilor de (bună) formare, care previn apariția paradoxurilor și a contrasensurilor, (c) identificarea obiectelor care pot fi asignate expresiilor sub o anumită interpretare și (d) determinarea condițiilor în care anumite expresii bine formate dobândesc valoarea adevăratul.

Evident, într-un asemenea sistem semantic abstract, problema producerii și înțelegerii semnificațiilor nu poate fi pe deplin rezolvată, cu atât mai mult cu cât limbajele naturale conțin, alături de propozițiile designative (evaluabile aletic), mai multe categorii de propoziții „a-teoretice” (i.e. neevaluabile sub raportul valorii de adevăr): *hortative* (ordine, rugăminți, întrebări, sfaturi etc.), *comisive* (promisiuni, amenințări, jurăminte, pariuri etc.), *expresive* (saluturi, înjurături, blesteme, urări etc.) și *declarative* (notări, promulgări, declarații de război, botezuri, cununii etc.). O posibilă extensie a teoriei veri-condiționale a semnificației ar presupune asocierea categoriilor propoziționale de mai sus cu valori analoge adevăratului, în limitele unui *limbaj polimodal*. Astfel, propozițiile hortative ar putea fi considerate sau îndeplinite, sau neîndeplinite, propozițiile comisive, sau respectate, sau încălcate, propozițiile expresive, sau politicoase sau nepoliticoase, iar propozițiile declarative, sau valide, sau nule și neavenite, *îndeplinirea, respectarea, politețea*, respectiv *validitatea* fiind, în ultimă instanță, valori corespondente ale adevăratului.

Transpus în viața socială a unei comunități, limbajul se prezintă sub forma unui cod, ce poate fi întrebunțat ca instrument de comunicare. În acest context pragmatic, semnificația dobândește noi valențe, iar înțelegerea ei are de înfruntat noi dificultăți. Revenind la definiția semnului ca *stimul vicariant*, care face posibile experiențele indirecte, subscriem la poziția lui Robert Goyer potrivit căreia semnificația este un *răspuns distinctiv, caracteristic sau tipic* (discriminative) *la un stimul* [semiotic]. Opusul termenului „distinctiv” ar fi termenul „întâmplător”, astfel încât am putea spune că răspunsurile întâmplătoare la stimulii semiotici sunt lipsite de semnificație (Goyer, 1970: 9).

În acord cu poziția lui David Berlo, credem că semnificațiile nu sunt proprietăți ale unor obiecte sau fenomene din realitatea fizică. Altfel spus, ele nu sunt părți constitutive ale stimulilor antrenați în procesul comunicării și nici nu se află într-o relație de cauzalitate cu aceștia (cf. Barnlund, 1962: 200). Dacă, de pildă, un coleg stă în fața mea și exclamă „Of, viața mea!”, eu nu primesc – o dată cu auzirea sunetelor respective – nici o semnificație și nici nu sunt (cauzal) determinat să acord vreuna. Semnificațiile nu stau în mesaje, ci în utilizatorii mesajelor.

Prezența semnificației trebuie constatată nu doar la nivelul receptorului, care reacționează distinctiv la un stimul semiotic (pe care îl putem numi și *mesaj*), ci și la nivelul emitentului, al aceluia care produce – tot în manieră tipică sau distinctivă – stimulul semiotic. În ultimă instanță, producerea mesajului de către emitent, deși pare a avea o dimensiune proactivă, este tot o reacție (cel puțin în parte) caracteristică și intenționată la un stimul, extern sau intern. Mesajul este un răspuns la o tensiune din sistemul nervos al emitentului, tensiune care poate fi provocată din exterior (lecturi, conferințe, filme, dispute,

demonstrații etc.) sau poate fi generată din interior (când este resimțit sentimentul inadecvării, ineficienței sau inconsistenței). Fără o intenție asociată, stimulii produși ar fi întâmplători și nestructurați, iar răspunsurile la ei s-ar pierde în noianul evenimentelor contingente (Barnlund, 1962).

Firește, rămâne să răspundem la întrebarea „Pentru cine este un anumit răspuns distinctiv *versus* întâmplător și pe ce teme se face această apreciere?” Într-un fel sau altul, semnificația trebuie să fie *verificabilă*, prin evidențierea în spațiul public a unor *regularități*, unele accidentale sau întâmplătoare, iar altele susceptibile de explicații. (Prin regularitate se înțelege proprietatea unui ansamblu de a fi alcătuit din elemente reciproc corespondente și de a prezenta, pe această bază, o armonie.) Anumite regularități în acțiune și gândire sunt arbitrare și se perpetuează datorită faptului că servesc unui interes comun. Ele pot fi numite *convenții*. Urmându-l pe David Lewis, putem spune că o regularitate (în acțiune sau gândire) R este o convenție în comunitatea C, dacă și numai dacă (1) fiecare individ se conformează la R, (2) fiecare individ crede că ceilalți se conformează la R, (3) încredințarea că ceilalți se conformează la R oferă fiecărui membru al comunității C un motiv temeinic de a se conforma la R, (4) există o preferință generală pentru o conformitate deplină la R, (5) R nu este singura regularitate posibilă, o alternativă R' putându-se perpetua în locul lui R și (6) condițiile (1) – (5) presupun o bază de cunoștințe comune sau mutuale (Lewis, 1996: 135-136).

Convențiile limbajului sunt susținute de interesele comune ale celor care le iau în considerare. Aceste interese comune vizează capacitatea de a influența (sau chiar controla) afectele, atitudinile, opiniile, convingerile și comportamentele celorlalți prin intermediul semnelor. Convenția prin

care comunitatea C folosește limbajul L este o convenție a *sincerității* (truthfulness) și *încrederii* (trust) în L. Sinceritatea revine la evitarea rostirii unui enunț în L care nu este adevărat în L, iar încrederea la împărtășirea convingerii că interlocutorul evită rostirea unor enunțuri false în L. Limbajul presupune coordonarea dintre un vorbitor sincer și un ascultător încrezător (nu neapărat și credul). Ar fi de adăugat că, în orice comunitate C, se manifestă o preferință condițională pentru (deplină) conformitate: *fiecare se conformează dacă ceilalți o fac*.

Acțiunile participanților la comunicare de a produce și reproduce semnificații sunt *controlabile*, *criticabile* și *contextuale* (cf. Shimanoff, 1980: 89). O acțiune este controlabilă, în măsura în care nu este necesară, iar agentul ei poate, în mod practic, să o realizeze. Astfel, acțiunea de a rosti secvența „Votz, deci sunt cetățean” poate fi socotită controlabilă pe baza faptului, evident, că există cel puțin un om care nu a spus acest lucru, în timp ce clipitul din ochi trebuie considerat comportament necontrolabil (sau non-acțiune) întrucât nu putem să nu clipim din ochi. O acțiune este criticabilă din cauza faptului că poate fi evaluată prin instanțe ale valorilor *pozitiv* sau *negativ*. Spre exemplu, suntem îndreptățiți să considerăm negativă (în speță, nulă și neavenită) acțiunea de a căsători doi câini, dar nu și respirația sacadată a unui alergător. În sfârșit, o acțiune este contextuală fiindcă tinde să apară întotdeauna în împrejurări similare, orice acțiune individuală nefiind altceva decât ocurență a unei acțiuni generice. Pot spune, de pildă, că acționez atunci când adresez formula „Bună ziua!” datorită faptului că, în împrejurări similare (la întâlnire sau despărțire și într-o anumită parte a zilei), procedăm cu toții la fel.

Creator responsabil de semnificații, fiecare comunicator se comportă ca *agent rațional normal*, căutând să respecte

următoarele principii (Allwood, 1976: 46-55; Bourdieu, 1999: 31-33, 115-134): (a) raționalitatea și normalitatea agentului uman au o natură graduală; (b) acțiunile sunt comportamente controlabile manifestate sub o anumită intenție, în vederea atingerii unui scop; (c) agenții nu acționează împotriva propriei voințe; (d) acțiunile sunt motivate (nu însă și cauzal determinate); (e) agenții nu caută să-și diminueze plăcerea sau să-și sporească suferința; (f) acțiunile sunt realizate prin prisma criteriului eficienței; (g) agentul întreprinde o acțiune numai dacă are încredințarea că își poate atinge scopul propus; (h) toate acțiunile sunt evaluabile sub raport moral; (i) agenții tind să coopereze; (j) agenții au simțul jocului (de limbaj) în care se angajează, stăpânind în practică viitorul jocului; (k) după ce a interiorizat regulile jocului, jucătorul face ceea ce trebuie și când trebuie, fără să-și expliciteze întotdeauna tot ceea ce are de făcut; (l) agenților sociali nu li se cere să fie perfect în regulă, ci să dea semne vizibile că ar respecta regulile (în speță, convențiile de limbaj) dacă ar putea.

Încercând să se conformeze – ca agenți raționali normali – la convențiile de limbaj în vigoare, membrii unei comunități (re-) produc semnificații la nivel sintactic, semantic și pragmatic, atât în perimetrul limbajului-obiect, cât și în cel al metalimbajului.

În plan sintactic, semnificațiile sunt date de *performanța* emitentului de a produce un mesaj separabil de ceilalți stimuli din contextul spațio-temporal în care apare, respectiv de *competența* receptorului de a percepe – ca entitate distinctă – acel mesaj, pe baza convențiilor de limbaj urmate de ambii comunicatori. Pe de o parte, semnificația sintactică produsă de emitent este cu atât mai „substanțială“ cu cât mesajul este mai ingenios alcătuit și mai insolit, atrăgând și menținând focalizată

atenția a cât mai multor și diverși receptori. Spre exemplu, semnificația sintactică creată prin textul de față este direct dependentă de numărul și diversitatea cititorilor care îi acordă atenție, distingându-l în noianul de alte texte și, în general, de alte mesaje. Este de reținut precizarea că, la acest nivel, atenția receptorului trebuie atrasă și menținută exclusiv prin forma materială a semnelor, fără a se lua în considerare nici obiectele sau faptele la care se referă, nici obiectivele care pot fi atinse cu ajutorul lor. Pe de altă parte, semnificația sintactică recreată de receptor este cu atât mai mare cu cât mesajul este perceput mai adecvat (pe cât posibil, complet și distinct). Astfel, importanța semnificației sintactice produse de autorul poeziei „Tatăl meu“ (dintr-un vechi abecedar) este dată și de faptul că eu îmi amintesc, chiar și acum, nu numai majoritatea strofelor, ci și imaginile ilustrative. Cu fiecare mesaj formulat și receptat, comunicatorii se informează relativ la posibilitățile limbajului-cod folosit și întăresc convențiile pe care acesta se bazează. Menționăm, spre ilustrare, că respectăm regulile gramaticale nu pentru că au fost stipulate de o „instanță competentă“, ci pentru că ele sunt urmate, în măsura posibilităților, de toți congenerii noștri.

În plan semantic, mesajele sunt puse în corespondență cu acele obiecte sau stări de lucruri care le conferă valoarea *adevăratul*. Pe măsură ce formulează și receptează propoziții adevărate, membrii unei comunități structurează cadrul referențial (sau situația de comunicare), starea și evoluția obiectelor sau stărilor de lucruri devenind din ce în ce mai predictibile. Deși nu putem spune – ce e drept, în limitele logicii clasice – că o propoziție este mai adevărată decât alta, propozițiile adevărate pot fi diferențiate sub raportul „cantității“ de semnificație semantică pe care o pot primi; mai exact, ele se individualizează prin măsura în care fac mai predictibile

starea și evoluția obiectelor sau stărilor de lucruri din cadrul referențial. Spre exemplu, propoziția „Plouă sau nu plouă“ este (logic-) adevărată, însă, la nivelul limbajului-obiect, ea nu poate dobândi decât *semnificația semantică zero*, întrucât nu micșorează deloc impredictibilitatea situației de comunicare. Pe de altă, propozițiile contingente „Georges Bernanos a scris «Jurnalul unui preot de țară»“ și „Budapesta este capitala Ungariei“ – în egală măsură adevărate – pot primi varii semnificații semantice diferite de zero, în funcție de nivelul de cunoaștere al comunicatorilor.

În sfârșit, în plan pragmatic, mesajul este utilizat ca instrument (a) de *expresie* a personalității emitentului, (b) de *influențare* afectivă, cognitivă sau comportamentală a receptorului și (c) de stabilire, modificare sau anulare a unei *relații sociale* între emitent și receptor. Semnificația pragmatică acordată unui stimul semiotic este cu atât mai substanțială cu cât o persoană își poate satisface mai bine anumite nevoi, pe baza creșterii capacității de a prevedea comportamentele celorlalți membri ai comunității.

Nu este de ignorat nici faptul că orice secvență de comunicare presupune antrenarea unor *metasemnificații*, în măsura în care participanții la actul comunicării tatonează sau controlează modul în care sunt respectate convențiile de limbaj la care încearcă să se conformeze.

Ca răspunsuri distinctive la stimulii semiotici, semnificațiile antrenate în procesul comunicării se plasează pe o axă a socializării între nivelul de jos al *idiosincrasilor* și nivelul de sus al *semnificațiilor standardizate*. Semnificațiile-idiosincrasii sunt strict personalizate și, de aceea, ele sunt greu – dacă nu imposibil – de înțeles în contextul comunicării. Spre exemplu, cineva poate avea o reacție tipică și proprie de aversiune la conotațiile negative ale unor termeni precum „mârșav“, „sodo-

mit“, „bolșevic“ etc., aversiune pe care cu greu o poate face cunoscută celorlalți prin intermediul convențiilor de limbaj. La polul opus s-ar situa, de pildă, semnificațiile-standard ale formulelor de salut (de felul, „La revedere!“), care nu ridică deloc probleme de transmitere și înțelegere. Este de remarcat faptul că semnificațiile „standardizate“ sunt însoțite întodeauna de semnificații personalizate, acestea din urmă constituind obiectul eforturilor de *socializare* întreprinse de comunicatori.

Producerea și înțelegerea semnificațiilor este parte a procesului de învățare, a învăța însemnând a asimila *noi* fapte, informații sau termeni, dar și a manifesta *noi* comportamente. Înțelegerea nu poate fi restrânsă la asimilarea unui „produs finit“ printr-o anumită procedură de transfer, chiar dacă putem accepta – până la un punct – că ea este produsă de un *mecanism reconstructiv*. Ideea că semnificația ar fi un soi de *memă*, adică o anumită unitate de material cultural care se transferă – într-un climat de competiție, pe baza criteriilor de *acceptabilitate* și *memorabilitate* – de la o minte la alta pare destul de plauzibilă, însă nu este deloc îndreptățită. Imitația sau duplicația nu poate susține procesul înțelegerii semnificațiilor, cu atât mai mult cu cât una și aceeași persoană este incapabilă să reproducă aiudoma o reacție (fie ea și tipică) la un stimul semiotic.

A înțelege semnificația unui mesaj revine la *extragerea convenției* respectate din contingența jocurilor de limbaj în care apare și *întărirea* ei prin comportamente care o confirmă. Spre exemplu, mesajul rostit „Bună ziua!“ este înțeles numai dacă destinatarul lui îl tratează ca *formulă convențională de salut*, spunând, la rândul lui, „Bună ziua!“. Acest exemplu pare să sugereze faptul că semnificațiile sunt reductibile la ceea ce este codificat prin convențiile explicite (în speță, lingvistice) ale unei comunități. Or, regularitățile care

susțin producerea și înțelegerea semnificațiilor au și o natură *intențională*, ele fiind întărite sau modificate prin cooperarea (pozitivă sau negativă) a unor persoane care acționează în mod conștient și voluntar.

Una dintre caracteristicile esențiale ale convențiilor de limbaj este aceea că nu pot fi modificate în mod voluntarist, întrucât nimeni nu poate obține vreun avantaj pe seama semenilor săi prin schimbarea unilaterală a convențiilor. Jocul comunicării se află în *Nash equilibrium*, astfel încât cel care dorește să-și modifice strategia de acțiune trebuie să-și cointerece partenerii în adoptarea noutății intervenite în joc. Altfel spus, cineva poate încerca să modifice o convenție numai dacă îi poate convinge pe ceilalți să confirme noua convenție pe baza avantajelor prezumtive ale modificării intenționate. Spre exemplu, în cazul a doi colegi care se salută cu formula convențională „Bună ziua!“, unul dintre ei poate schimba strategia de comunicare – folosind salutul informal „Servus, dragule!“ – numai dacă obține acordul celuilalt, acord făcut manifest de renunțarea la convenționalul „Bună ziua!“ și adoptarea unui salut concordant cu noutatea intervenită. Dacă acesta din urmă rămâne la formula convențională inițială, schimbarea salutului conduce la blocarea jocului de comunicare.

Flexibilitatea convențiilor de limbaj și tendința constantă a comunicatorilor de a-și socializa idiosincraziile fac ca procesul de învățare a semnificațiilor să fie nesfârșit. O persoană se angajează în comunicare pentru a dobândi semnificațiile susceptibile de a-i satisface anumite nevoi și, aparent, ar

urma să încheie comunicarea de îndată ce respectivele semnificații sunt obținute. Or, fiecare om este un sistem mai curând homeostatic decât static. Semnificațiile standardizate (caracterizate de un înalt grad de socializare) sunt „parazitate“ de idiosincrasii, fapt care nu numai că le împiedică să satisfacă pe deplin nevoile personale ale altcuiva, ci determină, în mod fatal, alte nevoi (de comunicare). Semnificațiile (re-) produse în procesul comunicării ne ajută să ne menținem constante anumite caracteristici ale mediului intern, însă ele ne schimbă permanent alte atribute personale, obligându-ne să căutăm cel mai favorabil raport între conformitatea deplină și neconformitatea totală la convențiile de limbaj.

După cum se poate bănuși, două tipuri de persoane eșuează în procesul de înțelegere și însușire a semnificațiilor: (a) comunicatorul conformist, care evită riscul neînțelegerii, limitându-se la procesarea semnificațiilor înalt standardizate și (b) comunicatorul nonconformist, care acționează în răspărul convențiilor în vigoare, căutând cu obstinație să-și socializeze idiosincraziile. Între cele două extreme, la fel de pernicioase, se plasează comunicatorii rezonabili, suficient de cooperanți pentru a întări convențiile de limbaj existente și pentru a face posibilă, astfel, înțelegerea, dar și suficient de heterodocși pentru a se raporta la semnificații care îi stimulează deschiderea, curiozitatea și flexibilitatea. Doar asemenea semnificații ne fac independenți și încrezători în propriile judecăți și evaluări. Numai ele pot motiva îndeajuns angajarea într-un proces de comunicare.

## Bibliografie

- Allwood, Jens, 1976, *Linguistic Communication as Action and Cooperation*. A Study in Pragmatics, Department of Linguistics, University of Göteborg
- Barnlund, Dean, 1962, *Toward a Meaning-Centered Philosophy of Communication*, în „Journal of Communication“, 12 (4), p. 197-211
- Bourdieu, Pierre, 1999, *Rațiuni practice*. O teorie a acțiunii, Editura Meridiane, București
- Cushman, Donald și Whiting, Gordon C., *An Approach to Communication Theory: Toward Consensus on Rules*, în „Journal of Communication“, 22 (3), p. 217-238
- Fârte, Gheorghe-Ilie, 2002, *Jocurile de limbaj și înțelegerea progresivă a expresiilor*, în Mircea Flonta și Gheorghe Ștefanov (eds.), *Ludwig Wittgenstein în filosofia secolului XX*, Editura Polirom, Iași, p. 43-48;
- Fârte, Gheorghe-Ilie, 2004, *Comunicarea*. O abordare praxiologică, Demiurg, Iași
- Goyer, Robert S., 1970, *Communication, Communicative Process, Meaning: Toward a Unified Theory*, în „Journal of Communication“, 20 (1), p. 4-16
- Lewis, David, 1996, *Languages and Language*, în Heimir Geirsson și Michael Losonsky (eds.), *Readings in Language and Mind*, Blackwell Publishers, Oxford, p. 134-155
- Moxley, Rox A., 1997, *Skinner: From essentialist to Selectionist Meaning*, în „Behavior and Philosophy“, 25 (2), p. 95-119
- Shimanoff, Susan B., 1980, *Communication Rules*. Theory and Research, Sage Publications, Beverly Hills, London