

COMUNICARE CULTURALĂ ȘI PERSONALITATE

Florin Ciotea

1. Conținutul și finalitatea socio-educativă a concepției despre cultură și personalitate a secretarului general al Partidului Comunist Român, tovarășul Nicolae Ceaușescu

Instituirea omului ca scop suprem, ca finalitate primordială a tuturor demersurilor practice și teoretice, centrarea ansamblului valorilor pe traiectul formării și afirmării omnilaterale a ființei umane, constituie izvorul de gândire din care se inspiră umanismul integral, revoluționar al documentelor programatice ale partidului și statului nostru.

„În esență, noi, comuniștii, ne propunem, de fapt — arată tovarășul Nicolae Ceaușescu — să venim în sprijinul naturii, care a sintetizat în om forma superioară de organizare a materiei, acționând prin toate mijloacele pentru dezvoltarea sensibilității sale, a dorinței, și voinței de autodepășire, pentru amplificarea continuă a cunoașterii sale, pentru împlinirea visurilor sale cele mai cutezătoare de progres, dreptate și fericire” (s.n.)¹.

Această apreciere științifică profund umanistă dezvăluie conținutul esențial al filosofiei revoluționare, care promovează încrederea în puterea creatoare a omului dar și necesitatea de a face din om *proiectul central al unei reconstrucții socio-umane* în care obiectivul strategic primordial nu poate fi altul decât consacrarea fericirii și libertății. Desigur, atingerea tuturor „parametrilor” existențiali ce dau concretețe și plenitudine conceptului de *personalitate, transformarea proiectului în dat ontic* presupune asigurarea, autoasigurarea de fapt, a acelor condiții sau împrejurări apte nu numai să favorizeze procesul de formare a personalității, ci să genereze, să întrețină toate motivațiile apropiierii de către membrii societății a acestuia ca *necesitate socială și ca nevoie personală, ca trebuință vitală*. În acest plan de analiză, se cere subliniat faptul că partidul și statul nostru, mai ales în perioada inaugurată de Congresul al IX-lea al partidului, au asigurat multilateralitate condițiilor de manifestare efectivă a personalității omului nou. Un rol imens, într-o asemenea preocupare socio-politică, îl are demersul întreprins pentru a face din *cultură o modalitate ontică individuală, colectivă și societală de ființare. Corelarea dialectică în plan teoretic și unificarea practică a culturii și a personalității, reținerarea rolului imens pe care-l are formarea culturală în registrele educativ-socializatoare și, deci, în socio-geneza personalității este, fără îndoială, o teză fundamentală a concepției despre cultură și personalitate a partidului*.

¹ Nicolae Ceaușescu, *România pe drumul construirii societății socialiste multilateral dezvoltate*, vol. 13, București, Edit. Politică, 1977, p. 134.

Concepind omul, masele largi populare, poporul însăși ca dominator al proceselor dezvoltării sociale, precum și faptul că de profunzimea conștiinței sale depinde responsabilitatea socială, activismul, participarea și creativitatea, se acordă culturii un rol important în ansamblul factorilor de progres. Acest lucru a fost subliniat și la Congresul al III-lea al educației politice și culturii socialiste, unde în *cuvîntarea-program* rostită cu acest prilej, tovarășul Nicolae Ceaușescu arăta că: „*Activitatea politico-educativă și culturală, formarea conștiinței revoluționare a omului nou constituie o parte inseparabilă a dezvoltării economico-sociale, a făuririi noii orînduirii sociale, a ridicării patriei noastre pe noi culmi de progres și civilizație*” acestea fiind o „*adevărată forță motrice a dezvoltării societății noastre în toate domeniile*”², viitorul societății depinzînd în chip major, condițional de însușirea celor mai noi cuceriri ale științei, tehnicii și culturii.

Dintr-o asemenea perspectivă, care fixează locul sistemului de valori culturale și al acțiunii politico-educative în contextul general al procesului revoluționar socialist, temeiurile adînci ale asocierii necesare dintre cultură și personalizare — ca proces de constituire a personalității — rezidă tocmai în faptul că virtuțile activ-formative și modelatoare ale registrelor socializatoare ale culturii acționează direct, multilateral și continuu asupra esențialului, adică asupra procesului de plămădire și fortificare a conștiinței. Un asemenea impact nu este doar unul prezenteist, utilitarist-pragmatic, ci mult mai mult, o deschidere spre viitor, inovare, anticipare și creație.

2. Comunicare culturală și comportament cultural

În spiritul acestei gândiri culturologice profundele mutații produse în statusul cultural-educational al oamenilor, între care *generalizarea accesului la formația școlară și profesională*, nasc și întrețin noi factori ce definesc „proiectul cultural” al indivizilor și, firește, atitudinea lor latentă și manifestă față de „bunurile culturale”.

În această privință generalizarea ca obligativitate socială (normată juridic) a „învățării” prin sistemul instituțional școlar (formă dirijată, programată și controlată) are ca primă consecință *creșterea considerabilă și relevantă a accesibilității personale la valorile sociale generale și la cele culturale în special*.

Este vorba aici de o situație în care limitele de bază ale „accesului social” sînt eliminate în măsura în care posibilitățile socialmente create sînt omniaccesibile, *democratizarea în masă a accesului și participării* caracterizînd starea reală a societății. Eforturile societății pentru a crea acel indispensabil „*prag de autonomie educațională*” prin care subiectul individual și cel colectiv sau social deține deja, prin formația școlară sistematică și suficientă, cheia cu care să „deschidă” în continuare prin eforturi proprii (autosusținere) noi și noi spații ale cunoașterii, duc la *lărgirea potențială a „capitalului cognitiv”*. *Cucerirea unor noi orizonturi cognitive-informaționale, ca urmare a capacității personale de comprehensiune,*

² Nicolae Ceaușescu, *Cuvîntare la Congresul al III-lea al educației politice și culturii socialiste, 17 august 1987*, București, Edit. Politică, 1987, p. 6-7 (s.n.).

se concretizează în acumulări de bunuri (valori) culturale, în geneza și lărgirea continuă a „capitalului cultural” (ansamblu interdependent de valori, norme, practici și reguli de orientare conștientă în existență).

Odată ce indivizii umani posedă „instrumentele” de acces la apropierea (însușirea) valorilor culturale, procesul de comunicare culturală dintre „emitător” și „destinatar” este asigurat ca virtualitate. Relația dintre receptor și emitător, în contextul dobândirii de către individ a unui statut cultural-educational ce-i permite comunicarea dezirabilă cu „centrele de difuzare” a mesajelor culturale, se constituie într-un fenomen social de masă cu multiple consecințe individuale și societale. Această relație instantanee (multirețea, de fapt) stă la baza *proceselor de comunicare culturală* și determină în anumite limite *comportamentul cultural al oamenilor*. Proces de mare complexitate și multilateralitate, *comunicarea culturală* depinde de o gamă largă de determinanți endogeni (intrinseci vieții personale a individului) și exogeni (extrinseci în raport cu statutul individual). *Condițiile optime (ideale) ale comunicării culturale ar trebui să asigure a receptare nediscriminatorie și permanentă de către publicul potențial (acel public care întrunește condiția autonomiei culturale) a bunurilor culturale.*

Într-o asemenea situație atît factorii endogeni cît și cei exogeni sînt într-un raport de *compatibilitate comunicatională*. Noțiunea de compatibilitate comunicatională pe terenul analizei sociologice a comportamentului cultural este deosebit de importantă atît teoretic, cît și operațional. Aceasta, deoarece „scurtecircuțiile” comunicacionale culturale apar frecvent ca urmare a non-compatibilizării finalităților culturale proprii receptorului cu cele ale emitătorului (inclusiv ale producătorului).

Ca atare, *compatibilitatea comunicatională culturală* este dată de *identificarea de către subiectul receptor* (individ, grup social, societate de masă) a *conținuturilor culturale emise de către instanțele de urgență ca satisfăcînd așteptările lor spirituale* (expresie complexă a unui „pachet” personal de nevoi, interese, aspirații și idealuri spirituale și, în anumite limite, chiar pragmatic-utilitare). Această *identificare* este în fond un *compromis acceptabil* între aspirațiile culturale (cererea) și producțiile culturale (oferta), un fel de „convenție tacită” între cel care cere și cel care oferă, suficientă dar niciodată integral respectată. Dificultățile identificării comunicacionale (emitător-receptor) provin și din faptul că înainte de a fi colectivă și pentru a fi colectivă *comunicarea este individuală*, subiectul comunicînd prin el însuși și abia apoi, prin transfer de impresii, păreri, atitudini cu alții. De asemenea, comunicarea culturală nu este un act prezenteist, receptarea nu se reduce doar la momentul comunicării efective „față în față” cu produsul cultural. Ea începe înainte de contactul nemijlocit (informațiile prealabile despre produsul cultural provenite prin canale diverse) și se finalizează cu reevaluarea ulterioară (atît sub impactul direct al comunicării nemijlocite, cît și ca urmare a influențelor posterioare). *Comunicarea anterioară, directă și posterioară, unitatea logico-evaluativă a acestor momente ale fluxului receptării conținuturilor culturale definesc un prim nivel al comportamentului cultural.*

Receptarea directă, nemijlocită de către subiect a conținuturilor culturale implică co-participarea și co-simțirea cu mesajul comunicat de „producția culturală”, constituind, deopotrivă, o atitudine rațională

dar și una afectivă. Aceasta, deoarece „așteptările culturale” sînt motivate concomitent de nevoia personală de cunoaștere dar și de trebuințe mai profunde de natură psihoafectivă, de impulsurile lăuntrice ale sensibilității umane. Ca atare, judecățile de valoare și „sanctiunea axiologică” a receptorului reproduc — ca act de evaluare —, capacitatea subiectului de a judeca el însuși măsura în care mesajele satisfac așteptările culturale formulate la nivel individual. Tocmai de aceea în procesul de comunicare culturală este deosebit de important ca „subiectul-receptor” să posede suficiente mijloace raționale de comprehensiune cit mai completă a conținutului cultural, adică o decodificare relevantă a mesajului. Gradul de „autonomie culturală” a individului, capacitatea acestuia de a comunica activ, critic cu mesajele emise de instanțele culturale deține un rol esențial în definirea comportamentului receptorului, în comunicarea culturală optimă.

3. Pragul de autonomie culturală și competența axiologică

Definind „*pragul de autonomie culturală*” a subiectului-receptor drept poziția pe care acesta o ocupă în sistemul comunicării culturale determinată de posesia unui „capital cultural” și educațional suficient de larg și diversificat, care să-i permită atât dezvoltarea capacității de evaluare axiologică, cit și motivarea interesului personal pentru asimilarea bunurilor culturale, se poate susține faptul că însăși comportamentul cultural este determinat de acest fundament cultural al personalității.

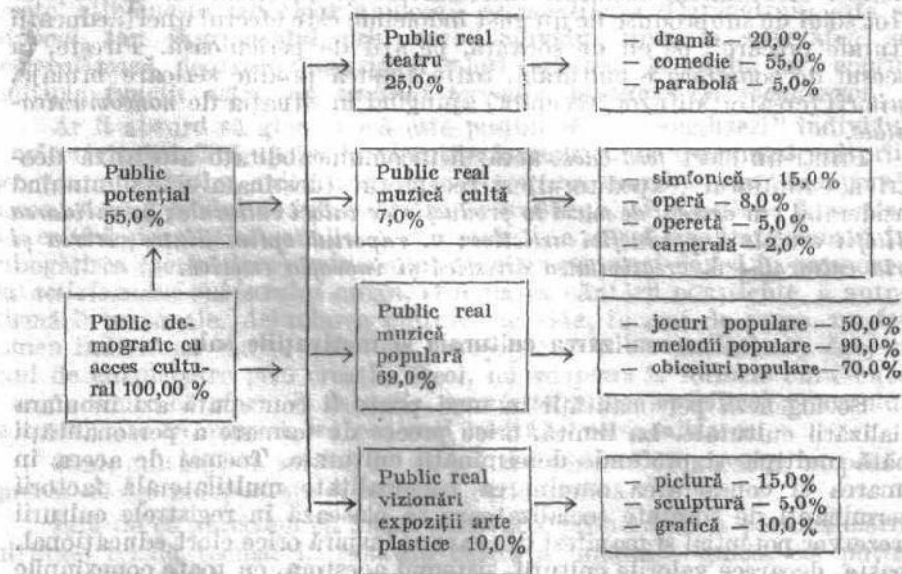
Acest „*prag de autonomie culturală*” permite autosusținerea necesară pentru a obține performanțe satisfăcătoare și eficiente în procesul de comunicare culturală. El este punctul de pornire și izvorul din care se inspiră întregul comportament cultural al individului sau grupurilor sociale, jucînd un rol deosebit în socializarea culturală, în socio- și culturogeneza personalității. Neîndat de ci format, „pragul de autonomie culturală” este atins relativ, firește, pas cu pas de-a lungul procesului de socializare și personalizare, fiind continuu re-evaluat ca urmare a expansiunii și diversificării registrelor creației culturale.

Odată dobîndită, „*autonomia culturală*” devine pentru individ și colectivitate un ghid ce orientează comportamentul cultural, un fel de a.b.c. fără de care șansele afirmării individului, ca personalitate culturală, sînt minime. Așa cum pentru învățare și, în general, pentru a face posibilă comunicarea de modele, practici și experiențe este indispensabilă stăpînirea limbajului scris, tot așa pentru formarea culturală modernă este necesar ca subiectul să posede suficiente instrumente de acces la codurile culturale, la sistemele de norme și valori. Atunci cînd a.b.c.-ul cultural lipsește, accesibilitatea culturală este grav afectată, comunicarea relevantă este diminuată iar afirmarea personalității periclitată. De aceea pentru a fi autentic, pragul de „*autonomie culturală*” presupune însușirea, învățarea limbajelor specifice și diferențiate ale universului culturii concomitent cu formarea și dezvoltarea capacității personale de comunicare filosofică, psihologică și sociologică cu registrele „*bunurilor simbolice*”.

Însușirea acestor „cifru” comunicaționale — adevărate chei de deschidere a ușilor care duc la „cetatea culturii” — constituie o condiție primară a competenței axiologice și culturale, în general.

Cercetările socio-culturale întreprinse demonstrează faptul că unul dintre factorii cei mai relevanți care determină comportamentul cultural al oamenilor este tocmai competența axiologică, diferențierile mari în ceea ce privește gradul de „autonomie culturală” a receptorilor, nivelul de însușire a limbajelor specifice artei și culturii.

Practic, o parte mare a „publicului potențial” nu se manifestă ca „public real” tocmai ca urmare a pauperității „pragului de autonomie culturală”. Înțelegând prin „public potențial” mulțimea persoanelor care întrunesc toate condițiile bio-fiziologice și socio-culturale pentru a fi capabile să recepționeze un anumit tip de mesaj cultural, vom constata faptul că în condițiile actuale, cînd gradul de acces la formația culturală crește considerabil, cel mai puternic factor restrictiv constă în nivelul scăzut de stăpînire a limbajelor specifice comunicării artistice, ca parte integrantă a comunicării culturale în genere. Deposedat de aparatul estetic-evaluativ, de criteriile axiologice de comunicare și de capacitatea de comprehensiune a anumitor mesaje artistice, subiecții sînt de fapt sub „pragul de autonomie culturală artistică”, și ca urmare, accesul este considerabil diminuat. Nivelul redus de asimilare a categoriilor estetice și incapacitatea de a desluși prin acestea conținutul ideatic al mesajelor restrînge considerabil manifestarea relevantă a „publicului potențial” ca „public real”. Între posibilitatea potențială de acces și accesul efectiv la ceea ce se cheamă „consum” cultural, diferența este cu atît mai mare, cu cît „autonomia culturală” este mai scăzută. Schema de mai jos reflectă această corelație :



Dificultățile estetico-axiologice de receptare exercită o influență negativă și asupra intereselor, opțiunilor și preferințelor culturale, orientînd unilateral comportamentul cultural și blocînd comunicarea culturală. În lipsa efortului de „a învăța”, mai cu seamă prin receptare efectivă, limbajele artelor se creează o *obișnuință culturală* orientată spre facil, spre frecventarea acelor „producții artistice” ce presupun un efort minim de receptare. De aici, unilateralizarea comportamentului cultural, diminuarea registrului de aspirații culturale, cantonarea în minimalizarea așteptărilor culturale, iar ca o consecință vulnerabilizarea procesului de culturogeneză și socializare a personalității.

Impactul nivelului rudimentar de însușire a codurilor cultural-artistice asupra sensibilității este considerabil, deoarece unilateralizarea comportamentului cultural spre „producții artistice” simple, în special spre cele cu o încărcătură emoțională directă, dar și efemeră, stînjenește pînă la anulare emoția estetică, ca formă superioară a sensibilității umane.

În aceeași ordine de idei probabilitatea minimă de acces personal (motivată strict individual) la conținuturile artistice complexe, cu încărcătură simbolică deosebită, ca urmare a cantonării în emoții primare, intuitive, de impact imediat, fără să stimuleze problematizarea la nivel ideatic, este conexată cu o *structură a nevoilor și trebuințelor culturale deficitare*, structură în care aspirațiile spre frecventarea formelor culturale cultivatoare de sensibilitate estetico-ideatică superioară sînt la limită și fragile. Ca urmare, însăși *interesele culturale* suferă, ele orientînd comportamentul spre facil, spre ceea ce este mai ușor de asimilat dar și mai vulnerabil și efemer. Un exemplu edificator privind consecințele gradului de însușire a limbajelor estetice este nașterea *comportamentului Kitsch* în însăși mediul social comunitar rural, generator de inestimabile valori artistice. Acceptarea decorării interioarelor și exterioarelor locuințelor cu tot soiul de subproduse de un gust îndoielnic este efectul unei „educații culturale precare” pe cît de șocantă, pe atît de periculoasă. Firește, în procesul de comunicare culturală, toate acestea produc serioase bruiaje, *locuitorii* (creator, difuzor, receptor) ajungînd în situația de *noncomunicabilitate*.

Printr-un efect *feed-back*, această incomunicabilitate afectează deopotrivă emițătorul (expeditorul) și receptorul (destinatarul), diminuînd considerabil: **a. accesul de masă la producția de valori culturale**; **b. validarea utilității sociale a producției artistice**; **c. raportul optim dintre cererea și oferta culturală**; **d. creativitatea artistică și inovația estetică**.

4. Personalizarea culturală și motivațiile sale

Sociogeneza personalității nu mai poate fi concepută azi în afara socializării culturale. La limită, orice proces de formare a personalității capătă multiple și profunde determinații culturale. Tocmai de aceea în formarea și consacrarea omului ca personalitate multilaterală factorii determinanți de sorginte socializatoare se plasează în registrele culturii ca rezervor potențial și manifest din care se inspiră orice efort educațional. Aceasta, deoarece valorile culturii, sistemul acestora, cu toate conexiunile

sale, este în concomitență *sa punct de pornire, mijloc și scop* în procesul de personalizare.

Este punct de pornire socializator pentru că patrimonializând valorile cele mai perene, subiectul uman este *obligat să-și însușească* moștenirile generațiilor anterioare, acestea tezaurizând o experiență creatoare acumulată selectiv de-a lungul istoriei.

Constituind o *moștenire patrimonială*, cultura este în fapt expresia cea mai înaltă a *acumulării de experiențe socio-umane*, un rezervor de modele, practici, norme și valori, care s-au validat istoricește ca fiind *factori de unificare și continuitate socială intergenerațională*. Garanția obiectivă și motivația socializării, însăși posibilitatea acesteia rezidă tocmai în acumularea patrimonială a valorilor generațiilor anterioare iar *transmisia socială intergenerațională* a experiențelor se înfăptuiește prin cultură. Gradul de apropiere a valorilor culturale moștenite, interesul individual și social pentru cunoașterea și continuă actualizare a acestora echivalează nu numai cu o atitudine etică în care respectul pentru tradiții înaintașilor începe prin a le cunoaște și recunoaște meritele, ci și cu o înțelegere adecvată a necesității obiective.

Aceasta deoarece, socializarea culturală este, într-un anume fel, sinonimul eredității biologice; dacă genele sînt acele constante ce asigură transmiterea ereditară a caracteristicilor naturale ale speciei și indivizilor, în viața socială valorile culturii sînt „echivalenți genetici” ai procesului de umanizare. Ca dat patrimonial sub forma „capitalului cultural” valorile moștenite pot fi identificate, cunoscute și asimilate numai în mod conștient, prin *învățare*. Contactul cu aceste valori transcende spontaneitatea și se instalează în conștient. De aceea, ca individ aparținător speciei poți exista într-un anume fel chiar dacă nu-ți însușești prin învățare „capitalul cultural” moștenit, dar aceasta echivalează cu a trăi la marginea socialității, în proximitatea biologicului sau promiscuității sociale, aceasta, firește, stînjește sau chiar anulează *personalitatea*. Dar cultura este și *mijlocul sau instrumentul* prin care individul uman și societatea se *personalizează*, deoarece tezaurizînd valori, acestea, la rîndul lor, conțin multiple *funcții active cu conținut formativ, modelator și socializator*.

Ar fi absurd să gîndești că este posibil să „personalizezi” individul și colectivitatea fără apelul la virtuțile formative ale sistemului culturii. Receptarea valorilor culturii nu este un proces mimetic, de „îndopare” mecanică cu tot felul de informații sau cunoștințe, ci o *acțiune formativă vie, critică și selectivă, analitică și sintetică*, a cărei finalitate constă în îmbogățirea (acumulare) universului cognitiv personal dar și în promovarea *activismului subiectului* uman, stimularea căutării conștiente, a autoafirmării personale. Asimilarea culturii nu este, tocmai de aceea, un fenomen individual sau/și social de „subjugare” la un patrimoniu dat, ci unul de emancipare prin creație. Deci, nu *adaptare* la formele cunoscute și recunoscute ca atare, ci *inovația, creativitatea* este specificul procesului de socializare în expresia sa cea mai înaltă — personalizarea.

Cînd, cultura, ca mijloc de socializare concurează la aceasta, se poate aprecia că își îndeplinește finalitatea socio-umană.

Iată de ce apreciem că însăși motivația primordială a personalizării culturale rezidă tocmai în *condiția ontică* a omului — unică, cel puțin

în colțul nostru de univers — aceea de a fi o FIINȚĂ CULTURALĂ. Este vorba aici de ceea ce Lucian Blaga pune sub semnul necesității speciei atunci când afirma că „Exodul din cultură ar duce la abolirea umanității ca regn”. Definind caracteristicile esențiale ale speciei ca atare, conferind umanului exemplaritate ontologică, cultura nu poate fi desprinsă de socialitatea omului, motiv pentru care socializarea este inevitabil un proces de formare culturală, și prin asta de personalizare. Constituind un proces de conștientizare geneza și consolidarea personalității sînt supuse inevitabil necesității culturalizării. De aceea, după părerea noastră, *formarea culturală a subiectului uman (individ, grup, societate) nu este o simplă condiție subiectivă a existenței specifice ci o necesitate obiectivă a ființării conștiente*. Faptul că manifestarea acestei necesități se exprimă nemijlocit prin categorii ale subiectivității nu face decît să întărească rolul determinantilor obiectivi în procesul de onto-socio și culturogeneză a personalității.

Particularitățile culturalității sînt determinate de faptul că necesitatea afirmării subiectului uman ca existență culturală nu este o categorie naturală ci una socială. Cînd facem aserțiune de acest gen avem în vedere faptul că determinanții modali culturali nu sînt moșteniți în mod natural, nu sînt transmiși în chip ereditar, ci se formează prin socializare. Dacă dintr-un exemplar perfect biologic poate rezulta un descendent tot atît de perfect biologic, dintr-o personalitate culturală nu mai descende în chip necesar o altă personalitate culturală, indiferent de condițiile sociale. Personalitatea culturală stă, firește, sub semnul posibilității. A unei posibilități duble — biologice și sociale. Latura activă a transformării posibilității (favorizată biologic și condiționată social) în realitate constă tocmai în capacitatea societății de a forma personalitatea și în disponibilitatea individului de a se autoforma. De aceea rolul subiectului uman, a individului în primul rînd, este esențial în formarea propriei sale personalități. Această situație nu restrînge rolul deosebit al instanțelor formative, ci semnifică aportul personal în „construcția” propriei existențe socializate.