

ROMANIAN JOURNAL OF
COMMUNICATION
AND PUBLIC RELATIONS

Volume 12, no. 2 (19) / 2010

NSPAS
Faculty of Communication
and Public Relations

Editorial Board

Alina Bârgăoanu (SNSPA, România) • Camelia Beciu (SNSPA, România) • Arjen Boin (Universitatea din Leiden, Olanda) • Ștefan Bratosin (Universitatea Paul Sabatier, Franța) • Manuela Cernat (UNATC „I.L. Caragiale”, România) • Septimiu Chelcea (Universitatea București, România) • Cornel Codiță (SNSPA, România) • Mihai Dinu (Universitatea București, România) • Paul Dobrescu (SNSPA, România) • Ion Drăgan (Universitatea București, România) • Nicolae Frigioiu (SNSPA, România) • Ana Gil Garcia (Northeastern Illinois University, SUA) • Grigore Georgiu (SNSPA, România) • Dumitru Iacob (SNSPA, România) • Luminița Iacob (Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași, România) • Guy Lochard (Universitatea Paris III, Franța) • Adrian Neculau (Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași, România) • Marian Petcu (Universitatea București, România) • Remus Pricopie (SNSPA, România) • Aurelian Mihai Stănescu (Politehnica din București, România) • Ștefan Ștefănescu (Academia Română, România) • Tudor Teoteoi (Universitatea București, România) • George Terzis (Universitatea Liberă din Bruxelles, Belgia) • Adrian Vasilescu (BNR, România)

Referees Committee

Dan Banciu (Institutul de Sociologie, România) • Ilie Bădescu (Universitatea București, România) • Camelia Beciu (SNSPA, România) • Răduț Bilbîie (Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu, România) • Arjen Boin (Universitatea din Leiden, Olanda) • Septimiu Chelcea (Universitatea București, România) • Cristina Coman (Universitatea București, România) • Ion Drăgan (Universitatea București, România) • Alin Gavriluc (Universitatea de Vest din Timișoara, România) • Petru Iluț (Universitatea Babeș-Bolyai, România) • Vasile Morar (Universitatea București, România) • Adrian Neculau (Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași, România) • Marian Petcu (Universitatea București, România) • Adela Rogojinaru (Universitatea București, România) • Ștefan Ștefănescu (Academia Română, România) • Aurelian Mihai Stănescu (Politehnica din București, România) • Tudor Teoteoi (Universitatea București, România) • George Terzis (Universitatea Liberă din Bruxelles, Belgia)

Paul Dobrescu (editor in chief)
Mihaela Alexandra Tudor (general secretary)
Cristian Lupeanu (layout)
Coordinator: Mihaela Alexandra Tudor

Editor

Faculty of Communication and Public Relations – NSPAS

6 Povernei St., Sector 1, Bucharest
Tel.: 201 318 0889; Fax: 021 318 0882
revista@comunicare.ro; www.revista.comunicare.ro; www.comunicare.ro

The Journal is published three times a year. The journal has been indexed by ProQuest CSA (www.csa.com) and EBSCO Publishing since 2008 and recognized by CNCIS with B+ category (www.cncis.ro).

Articles, research papers, case studies, papers presented in conferences and national or international symposiums can be submitted in view of publication. Papers will be selected by a commission of professors and researchers.

This issue was supported, in part, by Grant Number 786 from the National University Research Council, “Cultural Creatives. The Impact of Globalization on Values and Lifestyles in Romanian Contemporary Society”.

ISSN 1454-8100

Sumar

Studii și articole

Remus PRICOPIE, Valeriu FRUNZARU, Nicoleta CORBU, Loredana IVAN

*Arguments for a New Policy Dialog on Access and Equity
in Romanian Higher Education / 9*

Denis BENOIT, Frédérique PEREZ-BENOIT

*Communication et changement personnel/organisationnel. De la thérapie stratégique
du M.R.I. et de l'I.G.B. à l'hypnothérapie de François Roustang / 27*

Lise VERLAET

*Les processus cognitifs comme point d'ancrage pour le développement d'un modèle
de sémantisation des informations numériques / 37*

Societate, comunicare și media

Claudiu LUCACI

Mass-media, atitudini și comportamente în societățile democratice moderne / 47

Catherine GHOSN

Standards on French television / 53

Magor KADAR

Tehnici de analiză a campaniilor de comunicare / 61

Grigore GEORGIU

Comunicarea interculturală. Contexte, probleme, abordări / 69

Sinteze

Marie-Hélène FRAYSSINET

*Rapports de pouvoirs et formes de communication dans les décisions des collectivités
territoriales / 83*

Dan Florin STĂNESCU, Andra Cătălina ROȘCA

Transformational leadership in the public sector – not a bedtime story / 95

Call for papers / 107

Contents

Studies and articles

Remus PRICOPIE, Valeriu FRUNZARU, Nicoleta CORBU, Loredana IVAN

*Arguments for a New Policy Dialog on Access and Equity
in Romanian Higher Education / 9*

Denis BENOIT, Frédérique PEREZ-BENOIT

*Communication et changement personnel/organisationnel. De la thérapie stratégique du M.R.I.
et de l'I.G.B. à l'hypnothérapie de François Roustang / 27*

Lise VERLAET

*Les processus cognitifs comme point d'ancrage pour le développement d'un modèle de
sémantisation des informations numériques / 37*

Society, Communication and Media

Claudiu LUCACI

Mass-media, attitudes and behavior in modern societies with democratic regime / 47

Catherine GHOSN

Standards of French television / 53

Magor KADAR

The methods of analyzing communication campaigns / 61

Grigore GEORGIU

Cross-cultural communication. Context, topics and approaches / 69

Synthesis

Marie-Hélène FRAYSSINET

*Rapports de pouvoirs et formes de communication dans les décisions des collectivités
territoriales / 83*

Dan Florin STĂNESCU, Andra Cătălina ROȘCA

Transformational leadership in the public sector – not a bedtime story / 95

Call for papers / 107

Studii și articole

Remus PRICOPIE*
Valeriu FRUNZARU**
Nicoleta CORBU***
Loredana IVAN****

Arguments for a New Policy Dialog on Access and Equity in Romanian Higher Education

Abstract

This paper presents the results of a research on two national representative samples of high school pupils and freshmen from state universities in Romania.¹ It focuses on reasons for dropping school during high school or during the first undergraduate year, and on factors that encourage pursuing higher education (bachelor's degree or master's degree). We construct theoretical models using demographic predictors, as well as a new dimension concerning materialistic values, in order to identify sources of inequity in higher education to undergraduate and graduate levels, which will be further used to suggest education and employment policies recommendation to improve chances to access to high levels of education. Findings show that gender is a key predictor, showing general trends of evolution in higher education. The most prominent sources of inequity are family income and parents' level of education, as well as a dimension of the materialistic scale, the role of possessions in defining success. We also suggest new areas of inquiry in the field of education.

Keywords: higher education, access and equity, education and employment policies, dropping school

1. Introduction

Over the last 20 years, the higher education system in Romania has undergone completely unprecedented transformations in all sectors. Some of these took place mainly under the pressure of the market (the emergence of private universities; the need for a broader choice of studies, both by setting up new curricula and by creating new forms of course delivery – distance education, development of teaching programs in foreign languages, etc.; the dramatic increase in the participation rate / access in higher education), while others were policy driven (reform of university management, of the financing system, introduction of new funding mechanisms for universities, both for the teaching and research components; the introduction of measures to address equity in higher education, and so on.) (OECD, 2000; Marga, 2001; Korka, 2008). Obviously, all these transformations took place at different speeds and with different outcomes, some of the above areas have reached functioning standards consistent with those

* Associate Professor, PhD, College of Communication and Public Relations, National School of Political and Administrative Studies.

** Senior Lecturer, PhD, College of Communication and Public Relations, National School of Political and Administrative Studies.

*** Senior Lecturer, PhD, College of Communication and Public Relations, National School of Political and Administrative Studies.

**** Senior Lecturer, PhD, College of Communication and Public Relations, National School of Political and Administrative Studies.

found in other European countries, while in other fields, although progress is observed, there is still more to be done. The latter category includes policies related to access and equity in higher education – the area of interest for this article.

2. Theoretical Framework

Access and equity in higher education has always been a sensitive topic. Not long ago, in Europe, the subject was treated ideologically, as higher education had been considered the attribute of the few who belonged to families with a certain social status. Therefore, among the pressures that led to the massification of higher education were those related to its democratization, meaning opening the doors to all citizens, and thus ensuring that education has become much more equitable – or so it is believed (World Bank, 2000; Santiago *et al.*, 2009; Scott, 2009).

The next important debate over the access and equity of the field was related to economy, as experts in the economic field indicated that a higher level of education sets the basis not only for a higher social status and a higher income for a university degree holder, but, at the same time, it brings about a stronger economic development (Jimenez and Patrinos, 2008; Johnstone and Marcucci, 2010). These arguments accelerated the policies that encouraged the massification of higher education, as concept of *knowledge society* was becoming more and more prominent in the public arena and debates. Thus, we were witnessing in Europe, and almost everywhere in the world, a dramatic increase in the proportion of tertiary education graduates in the general population. In Europe, this indicator went from 1950's average of 10% (with a maximum of 18% in the Nordic countries and a minimum of 5% in the communist states) and to 2007's average of 43 % (with a maximum of 55-60% in the Nordic countries and a minimum of 25% in the former communist countries) (Santiago *et al.*, 2008; Koucký *et al.*, 2009). Along with the change of these indicators, the mission of the universities and the nature of the challenges they have to face have changed profoundly and substantially.

Further studies on access and equity have brought to light new elements. Thus, the idea that the problems of access and equity in higher education have as primary cause the social status was easily fought with the argument that today, after we have witnessed the massification, we still have cases related to gender inequity, age, place of residence, race, religion, physical handicap or political vision. Also, the idea that massification would address many issues of fairness stands only partially, as the relation between access and equity is not linear, but very complex, and takes into consideration an important number of variables. This is why, in the recent years, the studies focused on access and equity have been diversified, experts trying to better understand this phenomenon and the different ways it can be addressed (Altbach *et al.*, 2009).

3. Romanian Challenges

Romania is one of the countries that, until 1989, showed characteristics significantly different from the other European countries regarding the dynamics of higher education, a gap caused mainly by the communist policies promoted in Bucharest. Because of its specific approach, in 1989 Romania had one of the lowest Gross Enrolment ratios in Europe – below 10%, Albania and Malta being the only countries which reported lower numbers at that time

(UNESCO, 1997). Therefore, since 1990, access and equity policies have become an immediate priority.

Like in many others states, access and equity policies were primarily aimed to massively increase the number of students and, generally, this objective was accomplished. Thus, from 167,041 students registered in 1989 (Sadlak, 1990), today there are more than 800,000 enrolled students in Romania (Johnstone, 2008). The number of state universities increased from 38 in 1989, to 49 in 2009, to which a significant number of private higher education institutions have been added, which are accredited or in process of accreditation. This brings the total number of higher education institutions in Romania today to over 120. Moreover, a series of affirmative action policies have led to an improvement in access and equity issues regarding minorities or children coming from rural areas.

However, all these policies promoted in the past 20 years have not yet succeeded in ensuring a comfortable position for Romania. According to the data gathered by the World Bank in developing the research *Introducing a Student Loan Scheme in Romania. A Discussion Paper*, Romania has still one of the lowest participation rates in Europe and regarding to the distribution of admission on income quintiles, only 2% of those coming from the most socially challenged families (Incomes quintile 1) manage to graduate, while the at the opposite pole (Income quintile 5) the percentage is 43.1%. The discrepancy remains very high also when we analyze the rural / urban ratio; only 3.7% of the young individuals (ages between 25 and 29) from rural areas have completed higher education, while the percentage rises to 27.2%² for urban areas (Johnstone *et al.*, 2008).

These data and their popularization in the media made the discussion on access and equity in Romanian higher education reappear on the public agenda. In this context, the National School of Political Studies and Public Administration launched a comprehensive study on how the Romanian authorities could address in the future the issues of access and equity in higher education. The results presented in this article are only one of the outcomes of the study, and they capitalize both from the present research and from the experience of other research projects on education, in general, and on the policy dialogue associated to it. Also, this article is only the introduction for a larger series of articles and other publications addressing the topic.

4. Research Questions

Taking into account this theoretical framework and the Romanian medium and long-term educational strategy, we propose the following research questions regarding pupils and freshmen (first year students enrolled in college):

RQ1a: What factors influence pupils in general when dropping out the school?

RQ1b: What factors influence pupils in general to enroll in university?

RQ2a: Which are the factors that particularly influence freshmen when dropping out the school?

RQ2b: Which are the factors that particularly influence freshmen to think of enrolling lately in a master program?

Beyond the socio-demographical factors as family income, parents education, area of residence, gender, we took into consideration pupils' value orientation, particularly orientation

towards materialistic values, whether one or both parents are working abroad, and the distance between home and school or faculty.

The research outcomes are at the basis of future recommendations for policies and strategies, which should release the obstacles between pupils and higher education system in Romania. Therefore, the research questions are strictly related to the possibility of intervention through social policies that would simulate access to higher education, especially for risk-involved groups.

5. Methodology

We have conducted two national representative surveys using one sample ($n=2642$) of pupils from high school and one sample ($n=1402$) of freshmen from the public universities of Romania, using a multistage sampling design. In the first stage we divided Romanian 42 counties in four layers (treating Bucharest as a separate layer) using the rate of high school dropping for the school for the 2008-2009³ as a stratification criteria. For the second stage we randomly⁴ drew 17 counties (four for each layer). In the third stage we extracted classes from each selected county in two layers: classes from rural and small cities (less than 20 000 inhabitants) and classes from medium and large cities (more than 20 000 inhabitants). For the last stage we randomly drew 124 classes⁵ taking into account the size (number of the classes) of the layers.

The freshmen sample contained only students from public universities because we had not enough information about private universities from Ministry of Education, Research, Youth and Sport, so that we could not select one sample of both type of universities even though we initially wanted comparable figures for both public and private universities. For the freshmen sample we used a multistage sampling design too. In the first stage we divided the public universities in four layers using the number of freshmen enrolled in each university. In the second stage we randomly drew 15 universities taking into account the size of each layer. Five groups of students were questioned from each of the selected universities. Because we increased the chances of larger universities from the first layer to be drawn twice, University Babe?-Bolyai from Cluj had 10 groups of student selected in the sample. In the third stage we randomly drew, from every selected university, the faculty, bachelor field, and finally the specialization. When two or more groups were found at this stage, the field operator would choose randomly one of them.

In both surveys the questionnaires were collectively administrated in schools/faculties by field operators who interviewed all pupils/students from the selected classes/student groups.

Therefore the samples are representative only for the pupils/freshmen who usually go to classes or seminars. We do not have information about pupils or first-year students who had abandoned school/faculty at the time of the research. To fill this gap we are planning to continue the present survey using a qualitative research based on in-depth interviews with different educational system stakeholders and with pupils/freshmen who already dropped school.

Compared to other research on leaving school earlier we analyzed social values orientation that could play a role in the intention to continue education, particularly the presence of the materialistic *versus* non-materialistic values. In this respect we used the *Values-Oriented Materialism Scale* (VOMS) developed by Marsha L. Richins and Scott Dawson (1992). The scale has three components: *acquisition centrality*, *the role of acquisitions in the pursuit of*

happiness, and the role of possessions in defining success. The first one refers to the fact that „materialists place possessions and their acquisitions at the centre of their life”, the second one „view these as essential to their satisfaction and well-being in life”, and the third component underlines that „materialists tend to judge their own and others’ success by the number and quality of possessions accumulated” (Richins, Dawson, 1992, 304).

6. Measurements

To answer the research questions, we had to recode variables in the database, in order to predict school dropping and intention of further continuing studies from independent variables. First of all, the materialism scale for high school pupils was constructed using 13 items out of the original 18 during the pretesting phase. Some items did not group within the factors and they were excluded. When collecting data we calculated again the scale reliability and this time only 10 items remained. Table 1 shows the rotated solution of the principal components factor analysis, using varimax rotation. We kept factors with eigenvalues more than 1; they explain 64.759 of the variance.

In all further analysis we will name VOMSH *the role of acquisitions in the pursuit of happiness*, VOMSS *the role of possessions in defining success*, and VOMSC the subscale *acquisition centrality*.

Table 1. Factor solution with varimax rotation for the materialism scale for high school pupils.

Rotated Component Matrix*			
	Component		
	VOMSH	VOMSS	VOMSC
I would be happier if I owned nicer things.	.850	.149	.093
I'd be happier if I could afford to buy more things.	.838	.130	.051
My life would be better if I possessed luxury goods.	.664	.396	.060
My life would be better if I owned certain things I don't have.	.654	.319	.019
I place much emphasis on the amount of material objects people own as a sign of success	.123	.732	.086
Some of the most important achievements in life include acquiring material possessions.	.279	.723	.038
The things I own say a lot about how well I'm doing in life.	.255	.712	.027
I admire people who own expensive homes, cars, and clothes.	.164	.699	.147
I sometimes buy things that I don't necessarily need.	.068	.044	.895
I enjoy spending money on things that aren't practical.	.063	.157	.873
Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.			

* Rotation converged in 5 iterations.

The materialism scale for freshmen results from a factor analysis of 12 items. We used a principal components factor analysis, with a varimax rotation, applied to the 13 questions of the scale. One of the items was eliminated, and the 12 items grouped into 3 factors (with eigenvalues greater than 1), explaining 60.79% of the variance. The factor solution is shown in Table 2.

Table 2. Factor solution with varimax rotation for the materialism scale for freshmen.

Rotated Component Matrix*			
	Component		
	VOMSH	VOMSS	VOMSC
I would be happier if I owned nicer things.	.871	.096	.082
I'd be happier if I could afford to buy more things.	.869	.035	.048
I have all the things I really need to enjoy life	.719	.249	.034
My life would be better if I possessed luxury goods.	.648	.362	.127
My properties are important for me.	.510	.268	.216
I place much emphasis on the amount of material objects people own as a sign of success	.263	.704	.210
I admire people who own expensive homes, cars, and clothes.	.309	.697	.116
Some of the most important achievements in life include acquiring material possessions.	.427	.679	.090
The things I own say a lot about how well I'm doing in life.	.360	.664	.114
Compared to people I know, I consider properties less important.	-.126	.413	-.082
I sometimes buy things that I don't necessarily need.	.087	.037	.896
I enjoy spending money on things that aren't practical.	.110	.121	.875
Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.			

* Rotation converged in 5 iterations.

The factor solution replicated in part the work of Richins and Dawson (1992), showing three dimension of the materialism scale: acquisitions centrality (VOMSC), with five items showing values greater than .400, the role of acquisitions in the pursuit of happiness ("VOMSH" from now on), with five items, and the role of possessions in defining success ("VOMSS" from now on), with two items.

The item "Compared to people I know, I consider properties less important." was coded in a reverse order, to keep the coherence of the scale.

We recoded all ordinal variables into dummies, to use them in logistic regressions. To avoid co-linearity, parents' education was coded as "1" if any of the parents has higher education, and 0 if none of them finished college. Income was recoded as to approximate families who can afford to buy at least some expensive goods (coded as 1), and families who cannot (coded

as 0). Gender was recoded as Female (1) and Male (0), and decision to pursue a bachelor program (for pupils) or a master program (for students) as Yes (1) or No (0). “Time to get to school” is a continuous variable described as pupils’/freshmen’s needed time (in minutes) to go to school.

For high school pupils database, we recoded high school residence as rural (1) (if the name of the place in official records was a “village”) and (0) for “town” or “city” plus “Bucharest”).

For freshmen database, we recoded parents’ residence as rural (1) and urban (0), clustering all cities bigger than 20 000 inhabitants (including Bucharest), respectively all towns smaller than 20 000 inhabitants. (chi square test showed no significant difference between rural area (less than 5 000 inhabitants) and small towns (less than 20 000 inhabitants), therefore we considered rural area as all town with less than 20 000 inhabitants.

For pupils, another selected variable was parents’ encouragement to have good grades in school. The variable was recoded as: (1) if parents encouraged very much the pupil to have high grades, and (0) if parents gave some encouragement or no encouragement at all.

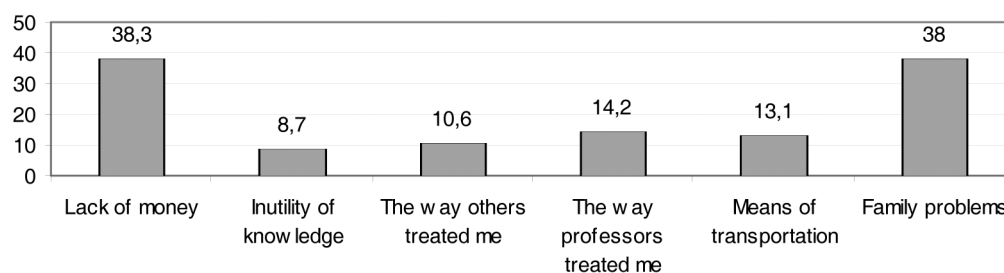
7. Findings for High School Level

We will analyze separately both studies (for high school pupils and freshmen), and then bridge the findings together in the Discussion section.

First of all, estimated for dropping school (The wording of the question was “Have you ever been in the situation of dropping school?”) showed that 12.8% of pupils have given thoughts to abandoning school at a certain point in their high school years.

What factors influence pupils in general when dropping out the school? First of all we should take into consideration the reasons of dropping school as seen by pupils. The respondents considered that the most important reasons for dropping out schools were the lack of money and the family problems (Figure 1).

Figure 1. Why did you consider dropping school?



As expected, there is a significant positive correlation between the family income and the risk of dropping out school for financial reasons ($\tilde{r} = .311$, $p < .01$, $N = 285$). As far as dropping school because of family problems is concerned, the research outcome shows that pupils with such problems are not especially those who have both parents working abroad ($r = .001$, $p = .99$, $N = 300$). As a matter of fact, instead of the common opinion expressed in mass media, pupils from families where both parents are working abroad do not necessary have lower grades ($r = -.022$, $p = .271$, $N = 2568$) and they are not less encouraged by families to have high school performance ($\tilde{r} = .000$, $p = .996$, $N = 2560$) than those with both parents living with them.

Table 3 shows the logistic regression coefficient, Wald test and odds ratio of each of the predictors. High school residence was not taken into consideration because, in relation to dropping school, there were significant similarities between rural area and Bucharest, on the one hand, and all other towns and cities on the other hand. We calculated chi squares for all types of grouping (considering the size of the residence) and we could not find a logical and reliable dummy variable as a predictor.

The role of acquisitions in the pursuit of happiness does not have a significant effect and “time to get to school” has no effect on dropping school. The odds ratio for gender indicates that, holding all other variables constant, a female is 0.60 times more likely to consider dropping school than a male. Family income plays an important role in the suggested logistic regression model; pupils from a family that can afford to buy expensive goods are 0.45 times more likely to consider dropping school than pupils from families that could not afford expensive goods. If in a pupil’s family at least one parent has higher education s/he is considering less dropping school than a pupil from a family where none of parents has higher education ($\text{Exp(B)}=.569$, $p<.05$). The presence of materialistic values that underline the role of possessions in defining success increases 1.39 times the chance to considering dropping school. If parents encouraged children to have high grades, pupils have smaller chance to drop school ($\text{Exp(B)}=.647$, $p<.01$).

Table 3. Logistic regression predicting situation of dropping school

Variables in the Equation						
	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Gender	-.507	.159	10.205	1	.001	.602
Parents' encouragement	-.435	.159	7.491	1	.006	.647
Family income	-.796	.161	24.410	1	.000	.451
Time to get to school	.013	.003	14.082	1	.000	1.013
Parents' education	-.563	.226	6.196	1	.013	.569
VOMSS	.416	.093	20.003	1	.000	1.515
Constant	-2.611	.343	57.919	1	.000	.073

The research outcomes raise some questions about the relationship between the predictors and the variable “average grade for the last school year”. If we introduce the variable “average grade for the last school year” into the logistic regression, the model explains more the predicted dependent variable⁶, but this time, only “family income” and “VOMSS” remain significant predictors (Table 4).

Table 4. Logistic regression predicting situation of dropping school with the predicting variable “average grade for the last school year”.

Variables in the Equation						
	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Gender	-.072	.171	.176	1	.675	.931
Parents' encouragement	-.299	.166	3.247	1	.072	.742
Family income	-.830	.167	24.640	1	.000	.436
Time to get to school	.010	.004	7.992	1	.005	1.010
Parents' education	-.206	.234	.775	1	.379	.814
VOMSS	.236	.097	5.942	1	.015	1.266
Average grade	-.787	.092	72.822	1	.000	.455
Constant	.488	.488	.998	1	.318	1.629

Univariate analysis apparently indicated that males were significantly more likely in the situation of dropping school (16.4%) than females (10,1%) ($\chi^2=18.96$, $df=1$, $N=2190$, $p<.01$). In fact, there is no correlation between gender and dropping school ($\phi=.093$, $p<.01$) and if we hold the variable “average grade for the last school year” constant, χ^2 becomes insignificant. Girls and boys do not consider dropping school differently because of the gender it self, but because girls are more diligent than boys (having higher grades) makes girls less in the situation of dropping school. Compared with males, females are less materialistic values oriented (Table 5) and consider education to be important to succeed in life to a higher extent ($\tilde{n}=.127$, $p<.01$, $n=2408$). We can conclude that “gender” predicts “being in the situation of dropping school” indirectly, through other moderator variables, especially through “average grade for the last school year”.

Table 5. The relationship between gender, school performance, and materialistic values.

Pearson's r		Gender	Average grade for the last school year	VOMSS
Gender	r	1	,317**	-,142**
	N	2446	2426	2394
Average grade for the last school year	r	,317**	1	-,249**
	N	2426	2581	2521
VOMSS	r	-,142**	-,249**	1
	N	2394	2521	2567

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

In order to build a model that could explain possible both direct and indirect influences for abandoning school, we will use binary simple regressions predicting average grade, as well as a logistic regression, using only significant predictors for dropping school. Results are shown in Table 6 and 7. (Adjusted R Square is .139 for the linear regression, and Nagelkerke R Square for the logistic regression is .196)

Table 6. Linear regression predicting average grade in the last year.

Coefficients					
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	3.360	.039		85.316	.000
Parents' encouragement	.140	.040	.070	3.470	.001
Parents' education	.412	.045	.185	9.137	.000
Gender	.611	.038	.322	15.888	.000

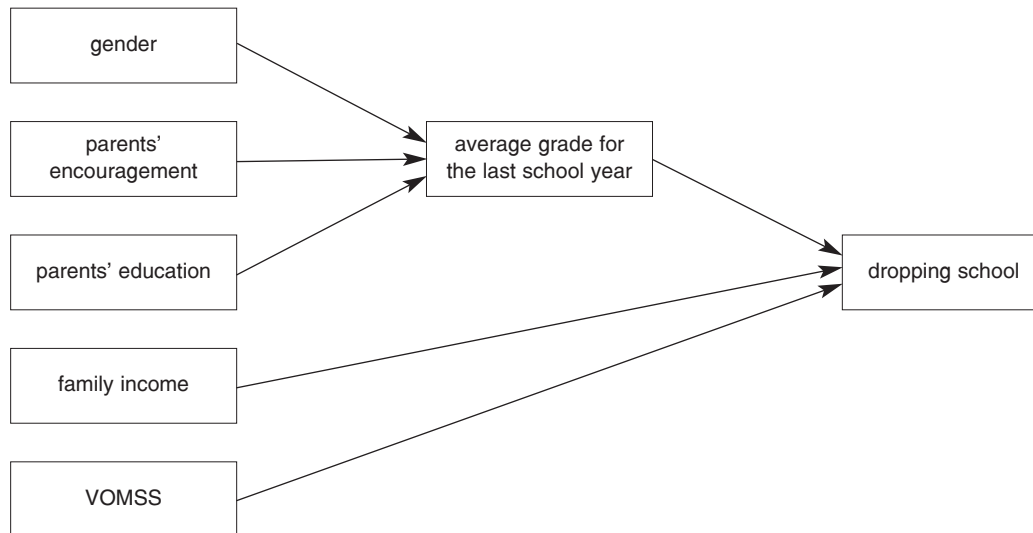
* Dependent Variable: Average grade.

Table 7. Logistic regression predicting dropping school.

Variables in the Equation						
	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Family income	-.923	.145	40.423	1	.000	.397
Time to get to school	.008	.003	6.086	1	.014	1.008
VOMSS	.169	.085	3.971	1	.046	1.184
Average grade	-.862	.077	125.643	1	.000	.422
Constant	.876	.424	4.279	1	.039	2.402

The regression equations argue for an explanatory model that could predict dropping school in both direct and indirect way. The model is shown in Figure 2. Time to get to school was not included in the model, since it has very low explanatory value ($\text{Exp}(B)=1.008$).

Figure 2. Explanatory model predicting dropping school intention.



Summing up, the model shows that there are indirect influences of gender, parents' encouragement, and parents' level of education, through pupil's average grade, and a direct influence of the grade, family income and "the role of possessions in defining success" of the materialism scale.

As far as pupils' intention of continuing their studies with a bachelor's degree, we will follow the same research logic, considering intention to go to college as the dependent variable and discussing the predicting variables.

Almost three out of four pupils are decided to enroll in university (74%). The majority of them are willing to go to a faculty in Romania (72.1%) whereas some of them (12.3%) prefer to go to a faculty abroad. In order to predict the decision of enrolling in university we have taken into account the same variables above using to predicting dropping out school. We added up a dummy variable, high school residence, to see if the location of the high school itself has a predicting value.

Table 8. Logistic regression to predict decision to enroll in university.

Variables in the Equation						
	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Gender	1.164	.154	57.255	1	.000	3.204
Parents' encouragement	.340	.152	4.992	1	.025	1.405
Family income	.444	.152	8.541	1	.003	1.559
Time to get to school	-.011	.004	8.817	1	.003	.989
Parents' education	.657	.188	12.201	1	.000	1.929
VOMSS	-.265	.088	9.017	1	.003	.767
High school residence	-.949	.271	12.245	1	.000	.387
Constant	1.096	.318	11.859	1	.001	2.992

Unlike the previous model, when we described the situation of dropping school, the variable “average grade for the last school year” has no significant effect when introduced it in the logistic regression model except for parents’ encouragement. (Table 4).

Table 9. Logistic regression predicting decision to enroll in a faculty with the predicting variable “average grade for the last school year”.

Variables in the Equation						
	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Gender	.929	.162	32.910	1	.000	2.532
Parents’ encouragement	.268	.156	2.949	1	.086	1.307
Family income	.462	.155	8.893	1	.003	1.587
Time to get to school	-.010	.004	7.876	1	.005	.990
Parents’ education	.493	.194	6.474	1	.011	1.637
VOMSS	-.191	.091	4.415	1	.036	.826
High school residence	-.972	.277	12.318	1	.000	.378
Average grade	.445	.085	27.245	1	.000	1.561
Constant	-.634	.467	1.843	1	.175	.530

We can conclude about a linear model, where all predicting variables directly predict enrolment in the university. Parents’ encouragement could still be kept into the equation regression, the significance value being close to .05. We could easily see that adding average grade as a predictor significantly increased to explanatory value of the model⁷.

Gender remains a very strong significant predictor for “wants to enroll in a university”. Univariate analysis indicates that females were significantly more likely to enroll in university (83.1%) than were males (64.6%) ($\chi^2=62.861$, $df=1$, $N=1396$, $p<.01$). If we keep the variable “average grade for the last school year” constant, the difference between the two genders decreases but still remains significant.

These figures should be associated with the fact that female subjects considered more than males that college graduation is important in order to succeed in life ($\tilde{n}=195$, $p<.01$, $n=2354$). The correlation between “gender” and “importance accorded for graduation a college” remains low but significant if we hold the variable “average grade for the last school year” constant, too.

We conclude that there is a gender difference regarding the intention of enrolling in a faculty, females considering faculty degree as more important than male and as a result, they are more decided to enroll in university. Even after introducing the variable “average grade for the last school year” in the regression model, gender still had a significant effect on the decision to enroll in university.

The model for the enrolment intention showed a new significant predictor if compared with the model predicting dropping school intention, high school residence. Results show that pupils’ studying in rural areas are less likely to continue their studies with a bachelor’s degree than pupils in urban areas ($Exp(B)=.378$, $p<.01$).

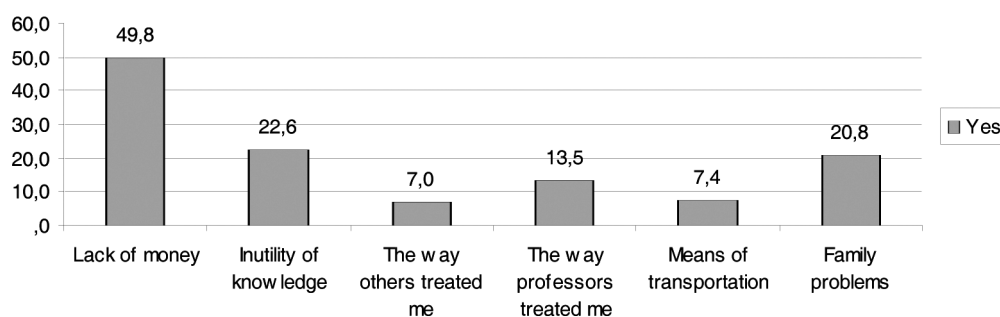
Taking into account the logistic regression for predicting “wants to enroll in a university” we can develop a linear causal model where predicting variables act directly on predicted variable.

8. Findings for University Level

The main question we tried to answer was who think about abandoning college during the first year of studies.

There are 18.3% of freshmen who thought about dropping school, and another 7.1% decline the answer this particular question. The main reason why freshmen think about abandoning school is the lack of money, representing the reason of almost half of those who consider the possibility of dropping school during their first year of study. Second and third reasons are the inutility of the information that students receive during the first year and family problems.

Figure 3. Reasons for dropping school for freshmen.



There are some statistically significant correlations between the intention of dropping school and the general grade of the freshmen's first exam session ($\tilde{r} = -.118$, $p < .01$, $N = 1192$), mother's and father's level of education ($\tilde{r} = -.83$, $p < .01$, $N = 1179$ for mother's education and $\tilde{r} = -.088$, $p < .01$, $N = 1169$ for father's education), and family income ($\tilde{r} = .133$, $p < .01$, $N = 1213$). All correlations are weak, and in fact, when detailed on different reasons for dropping school, only lack of money is significantly correlated with three out of the four variables ($\tilde{r} = -.151$, $p < .05$, $N = 246$ – mother's education; $\tilde{r} = -.141$, $p < .05$, $N = 242$ – father's education; $\tilde{r} = -.220$, $p < .01$, $N = 258$ – parents' residence, and $\tilde{r} = .303$, $p < .01$, $N = 258$ – family income). None of the correlations is strong, and generally the higher parents education, the lower chances of dropping school, the higher the family income the lower chances of dropping school, and the bigger the size of parents home town, the lower the chances of dropping school.

The most important aspect related to chances of abandoning school whereas in college is related to the possibility of a prediction model that could offer valuable insights usable to propose policies and to suggest solutions against scholar abandon.

Logistic regressions used to help creating a general portrait of the freshman with good chances of dropping school showed interesting results. A first general regression equation with and without average grade of first semester will give us a general idea about how the grade might influence other variables in the equation.

Table 10. Logistic regression for predicting chances of dropping school without the variable Grade.

Variables in the Equation						
	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Gender	-.026	.170	.023	1	.880	.975
Family income	-.569	.173	10.836	1	.001	.566
Time to get to school	.011	.004	7.303	1	.007	1.011
Parents' education	-.078	.184	.178	1	.673	.925
VOMSH	-.072	.122	.352	1	.553	.930
VOMSC	.333	.137	5.933	1	.015	1.395
VOMSS	.028	.081	.116	1	.733	1.028
Parents' residence	-.018	.169	.011	1	.915	.982
Constant	-2.098	.403	27.056	1	.000	.123

Table 11. Logistic regression for predicting chances of dropping school with the variable Grade.

Variables in the Equation						
	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Gender	.016	.175	.008	1	.927	1.016
Family income	-.597	.176	11.498	1	.001	.551
Time to get to school	.010	.004	6.142	1	.013	1.010
Parents' education	-.013	.187	.005	1	.944	.987
VOMSH	-.062	.123	.254	1	.614	.940
VOMSC	.323	.139	5.440	1	.020	1.382
VOMSS	.021	.083	.066	1	.797	1.022
Parents' residence	-.024	.172	.020	1	.887	.976
Average grade	-.207	.083	6.143	1	.013	.813
Constant	-1.409	.502	7.869	1	.005	.244

Comparing the two tables it is easy to notice that, unlike pupils in high school, freshmen gender is not significant as predicting variable in none of the two regressions. In a second step, we kept in the regression equation only significant variables. The results are shown in Table 12.

Table 12. Regression results for predicting chances of dropping school.

Variables in the Equation						
	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
VOMSS	.306	.106	8.284	1	.004	1.358
Family income	-.551	.164	11.350	1	.001	.576
Time to get to school	.010	.004	6.947	1	.008	1.010
Average grade	-.269	.078	11.803	1	.001	.764
Constant	-1.304	.415	9.873	1	.002	.271

To test for colinearity we used Spearman's rho ($\tilde{r}$) coefficient between every two variables in the equation model. All significant correlations are very low, and therefore they do not influence the model.

Table 13. The degree of correlation of the variables in the regression equation predicting chances of dropping school.

Spearman's rho		Drop school	Average grade	Income	VOMSS	Time to school
Drop school	rho	1.000	-.118**	-.092**	.104**	.065*
	N	1238	1192	1187	1205	1155
Average grade	rho	-.118**	1.000	.028	-.125**	-.007
	N	1192	1340	1291	1309	1261
Income	rho	-.092**	.028	1.000	.056*	-.123**
	N	1187	1291	1342	1309	1246
VOMSS	rho	.104**	-.125**	.056*	1.000	.019
	N	1205	1309	1309	1360	1266
Time to school	rho	.065*	-.007	-.123**	.019	1.000
	N	1155	1261	1246	1266	1296

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Even though the explanatory power of the model is not high (the Nagelkerke R Square of the model is .060), the model offers some insights about the variables that might influence the chances of abandoning school during first year of undergraduate studies. Results show that the role of possessions in defining success, family income, and average grade of first semester are significant predictors; the time students need to get to school is not important, $\text{Exp}(B)=1.010$, even though statistically significant. However, it slightly increases the explanatory value of the model (from Nagelkerke R Square = .047 to .060). Results show that students who believe materialistic assets are important in defining success are more likely to drop school than less materialistic-oriented students ($\text{Exp}(B)=1.358$, $p<.01$). Holding all variables constant, students from families with low income are 58% more likely to abandon school than students from families with (relatively) high income. The average grade during the first semester of school also influences the chances of dropping school; students with higher grades are less likely to abandon school ($\text{Exp}(B)=.764$, $p<.01$).

As far as pursuing a master program after graduation, freshmen seems to be influenced only by the role of acquisitions in the pursuit of happiness dimension of the materialism scale, and by the average grade they manage to obtain during the first semester and gender. Gender remains statistically significant, even after the grade is added to the regression.

The final regression equation results is shown in Table 14:

Table 14. The regression results predicting chances to follow an MA program.

Variables in the Equation						
	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
VOMSH	.180	.074	5.939	1	.015	1.197
Gender	.234	.123	3.625	1	.057	1.264
Average grade	.190	.061	9.784	1	.002	1.210
Constant	-1.114	.344	10.509	1	.001	.328

The explanatory power of the model is very weak (the Nagelkerke R Square of the model is .027), as well as the differences between chances of groups of students, based on the three variables. One possible explanation is that first year of undergraduate program is too early of a time to decide about what students would do in more than two years from then. Therefore it should be hazardous to pretend have found the reasons why some students decide to go to a master program or not.

9. Discussion

The main purpose of the present study was to identify the key factors that could be taken into consideration when discussing education policies regarding dropping school (at both high school level, and university level), and regarding encouragement to further pursue education (bachelor's degree, respectively master's degree). European policies regarding education and employment are mostly concerned with identifying possible sources of inequity in access to education (particularly higher education). Given that the European Union desires a knowledge based economy, increasing the percentage of people graduating high school and further pursuing a university degree is a key purpose of both employment and education strategies. Therefore we looked for theoretical explanations (models) for reasons why people might get into the situation of dropping school during their studies and reasons for continuing their studies.

We have considered first of all traditional demographic factors that might be strong predictors, such as "gender", "family income", "residence", "parents' education", to which we added "time to get to school" and "average grade in last year of school" (for high school pupils) or "average grade during the first semester" (for freshmen).

A new dimension, measuring the materialistic values of young people, was added. Three distinct variables measuring three aspects of the materialistic scale were constructed using a factor analysis; one of them proved to be a good predictor for both dropping school and intention to enroll in university.

We will further discuss the most important findings of our research, considering comparisons and contrasts between high school and university levels.

As far as dropping school intention is concerned, we have identified two distinct models that offer the most important predictors. The first one, built for high school level, is a model with both direct and indirect predictors. In a first step, "gender", "parents' encouragement" for good results in school, and "parents' education" predicted a mediator variable, "average grade for the last school year". The second step considers this particular variable, as well as "family income" and one dimension of the materialistic scale, "the role of possessions in defining success", to predict intention of dropping school. The second model is a linear one, and has as predictors "family income", "average grade during the first year of studies", and "the role of possessions in defining success" (dimension of the materialism scale).

Gender proved to have different roles in high school, if compared to university. It appears as a good predictor in both models, but, because of the mediator in the high school model, actually gender only predicts average grade, and not the risk of dropping school, because girls are usually more diligent than boys, and therefore they usually have higher grades. On the other hand, gender is a direct predictor for dropping out of university.

The materialistic scale adds a new perspective to the standard prediction models using classic demographic independent variables. One dimension of the scale, respectively the role

of possessions in defining success, has proven a good direct predictor in both models. This is to say that people who believe possessions are a good indicator for personal success are more likely to drop school. We can infer that being a materialistic person positively influences the risk of dropping school, at both high school and undergraduate levels.

Summing up the two models, we identified one constant variable that could be considered a source of inequity, family income. Children from low-income families are more predisposed to abandon school. For the high school model, other sources of inequity are gender, parents' encouragement to have good results in school, and parents' level of education. Boys are more likely to drop school, as well as pupils with no parents' encouragement and coming from families where none of the parents having higher education.

Further discussing the intention of continuing school after graduation, only high school data has proven significant. For the university sample, the problem of pursuing a master program is yet too early to predict, given that the entire sample was drawn from freshmen population. As far as high school is concerned, we will present results in comparison with dropping school intention findings.

In the predicting model of pursuing a university program, all variables in the equation regression were significant with and without the "average grade" variable, which argues for a linear model, all variables being direct predictors. Besides all variables used in the dropping school model, a new variable appears, high school residence, as a strong predictor. It shows that, in regard to the intention of enrolling in a university program, people studying in urban area are more likely to further continuing their education, which offers a new source of inequity to be taken into consideration when discussing education policies. In this particular model, gender proved to be the most powerful predictor. This indicates a general trend toward the feminization of higher education system. In other words, more and more girls would become students, whereas the percentage of boys enrolled in university programs would slowly but steadily decrease. Of course, this should be further discussed, considering the fields of education high school graduate might choose in their bachelor programs.

Projecting these outcomes against the general background of European public policies, we suggest action to be taken at three different levels. First refers to developing social and economic policies that would help low income families to financially support their children's education. Second, since parents' education influences both grades and children chances to higher education, policies should encourage high educated people from both rural and urban areas to live and work in rural areas. Thus the rural areas would have better chances to get access to higher educated human resources and thus to economic and social growth. Last but not least, we have identified a new area of investigation, concerning materialistic values. We do not have enough data to support causal explanations about how materialistic values are formed and appropriated by teenagers. This new perspective offers a direction of inquiry attempting to identify sources of personality building in regard to materialistic values. This might concern socialization sources, such as family, school, media, etc.

Notes

¹ This article is the result of research in the POS DRU project no. 41506: Instruments And Mechanisms Of Growth And Facilitation Of Higher Education Access Based On Horizontal And Vertical Partnerships Among Institutions Of Education, Central And Local Structures Of The Educational System And Social Actors, financed by the E.U. through the European Social Fund.

² The data is valid for the 2005/06 academic year.

³ Romanian National Institute offered figures for Statistics.

⁴ To draw randomly we used the facilities offered by the site www.random.org.

⁵ The sampling frame was offered by Ministry of Education, Research, Youth and Sport. It contained information for the school year 2009-2010 about all high schools from all Romanian counties: high school address, number of classes and number of pupils enrolled in each year of study from every high school.

⁶ Nagelkerke R Square in the first model is .112 and in the second model is .193.

⁷ Nagelkerke R Square in the first model is .107 and in the second model is .198.

References

1. Altbach, Philip G., Reisberg, Liz and Rumbley, Laura E., *Trends in Global Higher Education: Tracking an Academic Revolution. A Report Prepared for the UNESCO 2009 World Conference on Higher Education*, Paris: UNESCO, 2009.
2. Jimenez, Emmanuel and Patrinos, Harry Anthony, *Can Cost-Benefit Analysis Guide Education Policy in Developing Countries?*, Washington D.C.: World Bank, 2008.
3. Johnstone, D. Bruce; Mercucci, Pamela N.; Sondergaard, Lars; Moarcă, Mariana; Sandi Ana Maria; Pricopie, Remus; Ciucă, Ion and Reinhardt, Zeno, *Introducing a Student Loan Scheme in Romania. A Discussion Paper*, Washington D.C. and Bucharest: World Bank and Romanian Ministry of Education, Research and Youth, 2008.
4. Johnstone, D. Bruce and Marcucci, Pamela N., *Financing Higher Education Worldwide: Who Pays? Who Should Pay?*, The Johns Hopkins University Press, 2010.
5. Korka, Mihai, *Bologna Process. National Report Romania 2007-2009*, 2008, retrieved http://www.ond.vlaanderen.be/hogeronderwijs/bologna/links/National-reports-2009/National_Report_Romania_2009.pdf.
6. Koucký, Jan; Bartušek, Aleš and Kovačovic, Jan, *Who is more equal? Access to tertiary education in Europe*, Prague, Education Policy Center, Faculty of Education, Charles University in Prague.
7. Marga, Andrei, *University Reform Today*, Cluj: Cluj University Press, 2001.
8. Marsha, L. Richins and Scott Dawson, "A Consumer Values Orientation for Materialism and its Measurement: Scale Development and Validation", in *the Journal of Consumer Research*, vol. 19, nr. 3, 1992, pp. 303-316.
9. OECD, *Reviews of National Policies for Education. Romania*, Paris, OECD, 2000.
10. Sadlak, Jan, *Higher Education in Romania, 1860 – 1990: Between Academic Mission, Economic Demands and Political Control*, Buffalo: University of New York at Buffalo, 1990.
11. Santiago, Paulo; Tremblay, Karine; Basri, Ester and Arnal, Elena, *Tertiary Education for Knowledge Society, Vol. 2, Special Features: Equity, Innovation, Labour Market, Internationalisation*, Paris:OECD, 2008.
12. Scott, Peter, "Access in Higher Education in Europe and North America: Trends and Developments", in Sadlak, Jan; Hüfner, Klaus; Pricopie, Remus and Grünberg, Laura, *Topical Contributions and Outcomes. UNESCO Forum on Higher Education in the Europe Region: Access, Values, Quality and Competitiveness*, Paris and Bucharest: UNESCO and Romanian Ministry of Education, Research and Innovation, 2009, pp. 125-150.
13. UNESCO, *50 Years for Education*, Paris: UNESCO, 1997.
14. World Bank, *Higher Education in Developing Countries. Peril and Promise*, Washington D.C.: World Bank, 2000.

Denis BENOIT*
Frédérique PEREZ-BENOIT**

Communication et changement personnel/organisationnel. De la thérapie stratégique du M.R.I. et de l'I.G.B. à l'hypnothérapie de François Roustang

Ne rien faire, dit Lao-tse, et il n'est rien qui ne se fasse
cité in Roustang, 2000 : 127

Résumé

Cet article envisage une variante particulièrement captivante de la méthode « communicationnelle » du changement développée dans le cadre de la « thérapie brève systémique » fondée, dans les années 1960, par les « psychothérapeutes » du *Mental Research Institute* de Palo Alto (USA), à partir des bases posées par l'anthropologue Gregory Bateson et son approche interactionnelle du comportement humain.

Mots clés : changement, communication, manipulation, psychologie, thérapie.

Pour l'anthropologue Gregory Bateson, comprendre un comportement, (notamment humain), ce n'est pas tant comprendre le « psychisme » – l'esprit « interne », l'« intrapsychisme » – d'un individu, que le système relationnel dans lequel ce dernier évolue. Autrement dit, c'est essentiellement comprendre les liens interactionnels – en bref, « la communication », « l'échange d'informations » – tissés entre cet individu et ce système, soient les actions et réactions étroitement entremêlées, les influences réciproques, les « manipulations » (au sens le plus littéral du terme) qu'exercent, les uns sur les autres et selon une causalité non linéaire (mais circulaire, du type AàBàA / BàAàB, etc.), les divers éléments interdépendants constitutifs d'un contexte singulier¹.

C'est ainsi qu'utilisant des méthodes (s'inspirant largement des idées de Bateson) mises en œuvre par certaines pratiques psychothérapeutiques venues des Etats-Unis², et particulièrement des travaux de l'hypnothérapeute Milton H. Erickson³, le philosophe et thérapeute François Roustang – psychanalyste aujourd'hui « défroqué », si l'on peut dire... – affirme que (1990 : 161) « l'individu humain [n'est] rien d'autre qu'un point où s'entrecroisent les fils du réseau formé par ses semblables, par le monde des vivants, par l'univers inanimé, il [est] défini par une position particulière dans un système relationnel illimité » ; la conséquence d'une telle conception sur le plan « psychothérapeutique » – mais on saisit bien que le terme n'est plus véritablement approprié dans ce nouveau cadre, puisqu'il renvoie à une notion classique, celle de psyché, ici fortement controversée⁴... – étant que : « La force ou la faiblesse d'un vivant humain est une fonction relationnelle. Si les liens aux autres et au monde sont limités en nombre et en qualité, ou bien s'ils reproduisent toujours les mêmes formes, nous demeurons exténués, au bord de la dépression ; si, au contraire, ces liens sont innombrables

* Professeur des Universités en Sciences de l'information et de la communication, Centre d'Etude et de Recherche en Communication (CERIC), Université Montpellier III, France.

** Professeur des Ecoles en Psychologie Scolaire, Centre d'Etude et de Recherche en Communication (CERIC), Université Montpellier III, France.

et toujours prêts à s'adapter aux fluctuations de l'environnement, alors la puissance est à notre porte », (*id.*, 2006 : 35-36). Autrement dit, quand il s'agit d'induire un changement parce que la situation le commande – le demandeur, individu ou organisation, étant insatisfait ou en souffrance⁵ –, il n'est pas tant question, pour l'intervenant sollicité (qui se conforme à de tels principes), de « soigner l'état interne » d'un sujet que de permettre à celui-ci (intégré à un certain système) de restaurer des « liens rompus, détériorés ou parfois inexistantes à l'égard de l'environnement ou de l'entourage », de se (re)vivifier en retrouvant « quelque chose d'une harmonie, d'un accord ou d'une participation » (*id.*, 2003 : 176, 186) ; bref, de réorganiser le système de relations en cause en autorisant l'invention et l'effectuation de rapports, de liens nouveaux avec les autres et le monde.

D'emblée, l'on perçoit que ce n'est pas un « savoir technique », celui d'un *coach* (changement personnel) ou d'un expert ès management (changement organisationnel), qui est exposé et utilisé ici ; soit un savoir explicatif permettant, selon l'adage scolastique *sublata causa, tollitur effectus* (si l'on retire la cause, l'effet n'a plus lieu), de « comprendre la situation qui fait problème [...] en découvrir les causes ou les raisons et [...] ainsi pouvoir agir sur elles » (*id.*, 2006 : 23, 94, 103). C'est au contraire un mode d'approche qui laisse de côté la question du pourquoi : « La solution d'un problème humain ne s'effectue jamais par une réponse à la question du pourquoi. Elle exige de faire cesser la réflexion sous peine de s'y empêtrer. [...] une telle solution n'est pas de l'ordre de la pensée réflexive ; elle est de l'ordre de l'action (*id.*, *ibid.* : 112). Car « [si] l'action humaine peut avoir des motifs, elle n'a pas à proprement parler de causes : si le savoir des causes peut et doit précéder l'action pour la maîtrise et la transformation de la nature, [en matière d'action spécifiquement humaine] le savoir des motifs [...] peut éventuellement éclairer une situation [mais il] n'est pas le levier capable de la changer ». De fait, « rendre compte d'un agissement humain est une tâche infinie [...] la quête est sans fin » (*id.*, *ibid.* : 97, 137-138) : les causes s'enchaînant les unes aux autres *ad infinitum*, il apparaît impossible de découvrir celle qui est première, et sur laquelle il faudrait finalement et massivement agir...

Dès lors, comment donc induire le changement chez les personnes et dans les systèmes concernés ? Indubitablement, des différences conséquentes existent entre la méthode mise en œuvre par les tenants de la thérapie stratégique et celle prônée par l'hypnothérapie de F. Roustang⁶.

Ainsi, on peut sans aucun doute dire que les premiers sont fortement « interventionnistes » dans la mesure où, selon eux, il s'agit principalement (ni plus ni moins et peu ou prou) d'influencer sinon de manipuler le client en lui appliquant des techniques de communication persuasive, (du type « recadrage » ou « injonction comportementale », voir notamment Watzlawick, 1980 : *passim*) ; autrement dit, opérer *par* la communication *sur* la communication (vue comme un ensemble de comportements tangibles) du demandeur, en vue de restaurer des rapports plus satisfaisants – c'est-à-dire, en fait, une meilleure communication... – avec son milieu de référence. Concrètement, l'objectif du changement est de régler un « problème » *spécifique* – et non une simple « difficulté » – tel qu'il est vécu par ce demandeur (et l'ensemble des parties concernées), soit un état persistant considéré comme insatisfaisant ou douloureux, les auteurs distinguant explicitement « difficulté » et « problème » : « nous devons faire une distinction importante entre les difficultés 'normales' de la vie quotidienne et les 'problèmes' [...]. La vie est changement perpétuel et, de temps à autre, nous nous trouvons face à des difficultés d'adaptation à notre milieu, difficultés que l'on surmonte généralement par des actions de 'bon sens' [...]. Il faut donc différencier ces difficultés 'normales'

des problèmes récurrents : certaines impasses ou dilemmes insupportables qui, la plupart du temps, proviennent des solutions inadéquates mises en œuvre pour venir à bout des difficultés », (voir Garcia, Wittezaele, 1992 : 272-273).

Plus précisément, on cherche alors à répondre à trois questions essentielles : « Qui a le problème [dans le système concerné] ? Quel est le problème ? Comment s'y prend-il pour essayer de le résoudre ? », (Wittezaele, 2003 : 190-191). Mais nous nous limiterons à indiquer ici que, dans la mesure où le problème a été identifié, on s'attache à repérer les « tentatives de solutions » mises en œuvre par le client – soit tout ce qui a été essayé d'une façon « logique » et « justifiée » dans l'optique de ce dernier –, et qui se sont avérées inefficaces (sinon celui-ci ne serait pas là...) ; mais qui, de plus, cristallisent ce qui n'était peut-être au départ qu'une simple « difficulté » en un « problème » insoluble dans ce contexte : le client a un objectif ; il a mis en place des tentatives de solutions « rationnelles » pour l'atteindre, mais il n'y a pas réussi ; dès lors, en accord avec la « théorie » dont il dispose, et qui certifie que « c'est comme cela que l'on doit faire », l'acteur fait très « logiquement » « plus de la même chose ». L'hypothèse générale est donc que ce sont ces tentatives de solution, parfaitement vaines, qui entretiennent, voire créent le problème, d'où l'aphorisme souvent mis en exergue « le problème, c'est la solution »... L'on cherche alors à dégager le « thème des tentatives de solution » pour en déduire le « thème thérapeutique » : on suggérera d'effectuer un « virage à 180° », et sont conseillés des actions et comportements dont on est sûr qu'ils n'iront pas dans le même sens que ce qui a déjà été tenté...

L'on peut ainsi constater que, laissant complètement de côté le « pourquoi ? » (les causes) du problème, les tenants de la thérapie stratégique se concentrent exclusivement sur le « comment ? » des comportements et des situations, et qu'ils ne proposent jamais de solution « toute faite » : ils se contentent d'amener le client – ou le « client collectif » dans le cadre d'une intervention en organisation – « à stopper les comportements qui nourrissent le problème », à le conduire à « faire une expérience différente par rapport à son problème, expérience se situant à l'opposé de ses efforts habituels », (Wittezaele, *ibid.* : 201, 221), en bref, à (seulement) lui permettre d'expérimenter d'autres possibilités, de nouvelles façons de fonctionner qui, à terme, peuvent permettre de nouvelles orientations sur la base de cette désorientation, de cette désorganisation initiale...

Or, si la conception de F. Roustang va dans un même sens et, qu'*in fine*, sa pratique vise un objectif quasi équivalent, la méthode et les moyens qu'il met en œuvre paraissent se différencier considérablement de ceux proposés par les thérapeutes systémiques brefs du M.R.I. ou de l'I.G.B. Le praticien se propose en effet, pour amener le changement, qu'il définit d'emblée comme « une transformation du complexe relationnel dans lequel se trouve inséré un individu » (Roustang, 2006 : 27), non pas tant de manipuler⁷ son client pour l'amener à modifier le comportement ou la situation qui l'importune et/ou le fait souffrir⁸, que de placer celui-ci – ou que, du reste, celui-ci se place de lui-même – dans un état très particulier, soit la transe hypnotique, définie ici d'une façon tout à fait originale⁹ ; état dans lequel l'ensemble des ressources dont un être humain dispose pour se repérer dans l'existence – sensorialité, corporéité, humeurs, langage, soit son « système sélectif de reconnaissance » – a été comme mis en suspens, placé « en attente ».

De fait, pour Roustang (2000 : 91) : « Au long des jours et des années, ces ressources se sont coulées dans des moules, sont devenues des habitudes de sentir, d'imaginer, de penser, de parler, d'agir et elles ont pris la forme de stéréotypes que nous ressasons à tous propos et en toutes circonstances, même si elles sont inadéquates ou inadap-

tation et leur inadéquation sont assez extrêmes pour nous faire souffrir, il arrive que nous voulions les modifier »... Or, le seul moyen d'effectuer un changement de/sur notre système de reconnaissance, ainsi enchaîné à des habitudes (sensorielles, affectives, imaginatives, cognitives) quasi mortifères, est d'interrompre son fonctionnement pour que nous puissions, à terme, « reprendre les fils de [notre] existence et les tisser à nouveau (*id.*, *ibid.* : 181). Et il s'agit bien là d'engager « la destruction de notre système de coordonnées figé ou restreint et, par le fait même, de nous ouvrir [...] à un nouveau complexe relationnel souple et ample » (*id.*, 2006 : 35) ; autrement dit, supprimer – en tout cas pour un temps – le contrôle de l'intellect, « faire taire les pensées », pour nous immerger dans le « sentir sans réflexion », seul capable de nous dégager de cette position figée dans laquelle nous nous sommes englués, de nous décrisper pour nous ouvrir sur de nouveaux possibles, pour nous permettre « l'invention ou la réinvention de l'existence, ce que nous appelons le changement » (*id.*, 2006 : 185).

1. Communication et changement en milieu scolaire

Hors des cabinets des praticiens que l'on vient précisément solliciter pour obtenir un changement personnel ou au niveau d'une organisation, nous avons déjà pu illustrer ce que le modèle de résolution de problèmes développé en thérapie brève pouvait apporter dans la pratique d'un psychologue en milieu scolaire¹⁰.

Pour rappel, selon les textes officiels, le psychologue « scolaire »¹¹ est un enseignant qui a exercé au moins trois ans dans les classes primaires, et qui, de plus est titulaire de l'un des diplômes donnant droit au titre de psychologue. Il est nommé administrativement sur un poste de « psychologue réseau » et intervient sur un secteur de plusieurs écoles. Il fait partie intégrante d'un ou plusieurs RASED¹², de l'équipe éducative de chaque école et œuvre en collaboration avec l'école et ses différents partenaires extérieurs. Le psychologue peut être sollicité par les enseignants, les familles, les enfants.

La définition de ses missions précise que le psychologue apporte, dans le cadre d'un travail d'équipe, l'appui de ses compétences :

- pour la prévention des difficultés scolaires ;
- pour l'élaboration du projet pédagogique de l'école et sa réalisation ;
- pour la conception, la mise en œuvre et l'évaluation des mesures d'aides individuelles ou collectives au bénéfice des élèves en difficulté ;
- pour l'intégration de jeunes handicapés.

Ses actions comportent l'examen, l'observation et le suivi psychologique des élèves en liaison étroite avec les maîtres et les familles. Elles visent à fournir des éléments d'information résultant de l'analyse des difficultés de l'enfant, à proposer des formes d'aides adaptées, à favoriser leur mise en œuvre. Les examens cliniques et/ou psychométriques individuels ne peuvent être entrepris sans l'autorisation des familles. Le « suivi psychologique », tel que défini par les textes officiels¹³, consiste à organiser des entretiens avec les enfants concernés, leurs maîtres ou leurs parents. Il a pour objet :

- pour ce qui concerne les adultes, de rechercher conjointement l'ajustement des conduites et comportements éducatifs ;
- pour ce qui concerne les enfants, de favoriser l'émergence et la réalisation du désir d'apprendre et de réussir.

Les textes officiels précisent que : « La diversité des cas et des situations, celle des approches et des méthodologies impliquent pour le psychologue le choix de ses outils et de ses démarches, compte tenu des règles en usage dans l'exercice de la profession »¹⁴.

C'est donc dans leur plus strict respect que le psychologue possède, en définitive, toute latitude pour envisager des choix conformes au modèle qui lui paraît le plus adapté, en fonction des réalités de son terrain d'exercice.

Le psychologue en milieu scolaire se trouvant effectivement à l'interface des différents partenaires scolaires, familiaux, sociaux, éducatifs ou institutionnels – « collaborateurs » qui peuvent tous être concernés par les enfants « signalés » –, le modèle systémique « stratégique » de résolution de problèmes¹⁵ m'est dès l'abord apparu comme le plus pertinent, et pour tout dire le plus efficace pour intervenir dans la plupart des situations rencontrées. En effet, le psychologue occupe, de fait, une place privilégiée pour :

- aider à établir une coopération fructueuse entre tous ces partenaires, et pour faire circuler les informations ;
- tenter de passer d'une causalité linéaire à une causalité circulaire en analysant la situation de manière contextuelle (et non pas centrée sur le psychisme d'un enfant désigné) ;
- utiliser des recadrages, en tenant compte des différentes « visions du monde » de chacun ;
- permettre ainsi d'« augmenter le choix des possibles », pour le plus grand bénéfice des enfants, de leur famille et des enseignants.

Il arrive néanmoins qu'une situation soit à ce point délicate que le recours aux recadrages et/ou injonctions thérapeutiques ne puisse se faire d'emblée. Que l'on puisse même ressentir comme des signaux d'alerte indiquant que la moindre manœuvre « stratégique » ira dans le sens d'une aggravation du problème et que la seule option « raisonnable » est, pour un temps, de ne rien faire du tout qu'être là, disponible. Cela paraît simple à énoncer. Beaucoup plus difficile à assumer, lorsque, sur le terrain, on est directement confronté à deux parties, qui – en toute bonne foi, de notre point de vue –, sont figées dans des positions totalement inconciliables, mais tout autant douloureuses d'un côté que de l'autre.

Je voudrais ici évoquer le cas¹⁶ d'un enfant reconnu comme relevant du champ du handicap par la MDPH¹⁷ qui avait prononcé une orientation spécialisée vers un ITEP¹⁸, mais qui, faute de place, était accueilli dans son école de secteur, à mi-temps, avec l'aide d'une AVSi¹⁹. Ses difficultés de comportement pouvaient, lorsqu'il « faisait une crise », amener l'école à craindre pour la sécurité des autres enfants. L'école, où les difficultés constatées avaient été à l'origine de la demande faite par la famille à la MDPH d'étudier le dossier, faisait donc, en toute logique, pression sur la famille pour qu'elle prenne ses dispositions pour activer la prise en charge de l'enfant dans la structure adaptée qui avait été désignée et vivait très mal les réponses de la maman qui affirmait avoir pris les contacts réclamés et avoir obtenu une fin de non recevoir. L'école ressentait la maman comme quelqu'un de retors, maniant bien la langue et habile à « enfumer » son monde, et déplorait que toute cette habileté s'exerce au détriment de son fils qu'elle privait sciemment des soins dont il avait besoin, et qui en plus, se plaignait que les enseignants ne s'occupent pas assez des apprentissages de l'enfant qui, donc, accumulait de plus en plus de retard, d'autant qu'il n'était scolarisé que les après-midi, (alors que la dernière Equipe de Suivi de Scolarisation²⁰ de l'année scolaire précédente avait spécifié qu'il tirerait bénéfice à fréquenter l'école tous les matins).

Lors de la première Equipe de Suivi de Scolarisation de cette année, j'ai pu entendre les griefs de la mère, accusant l'école de vouloir se « débarrasser » de son enfant, après avoir contribué à le « stigmatiser ». Alors que rien de particulier n'avait été signalé pendant les

trois années passées dans la maternelle voisine, dès son entrée au CP, l'enseignante avait fait appel au RASED à propos de difficultés en lecture et en graphisme. Les difficultés de comportement auraient débuté parce que l'enfant aurait très mal vécu la situation et refusé toute évaluation dans ce cadre. Les choses se sont amplifiées l'année suivante, allant jusqu'à une crise qui conduisit à une hospitalisation de plusieurs mois, et à la constitution du dossier demandant pour l'enfant une orientation spécialisée qui avait donc été prononcée sous réserve de l'obtention d'une place. La maman reconnaissait avoir refusé une place disponible dans la structure où son enfant aurait pu être accueilli en internat, ce qu'elle ne souhaitait pas, et maintenant que le directeur de l'autre structure, plus proche, avait refusé d'inscrire son enfant, y compris sur liste d'attente.

Que faire à part écouter les deux parties en présence, avec une « neutralité bienveillante », que l'on pourrait ici aussi bien qualifier de « prudence élémentaire » ? Que faire à part compatir à leurs difficultés réelles et inconciliables, et surtout se garder de prendre partie pour l'un ou l'autre camp ? Et se montrer disponible, prête à aider sans pour autant avoir, à ce stade, la moindre idée de la manière dont cela pourra être possible. Si François Roustang parle de mettre ses patients dans un « état particulier, propice au changement », il semble ici que ce soit la psychologue qui ait eu besoin de se « mettre un temps en suspens »... Temps que l'ERH²¹ a mis à profit pour demander, en toute logique, à la maman de reprendre contact avec le directeur de l'ITEP, tout en proposant de le joindre de son côté pour appuyer la demande.

Au moment de se séparer, la maman qui avait accepté avec « docilité » la demande qui lui avait été formulée, a lancé comme par dépit (par défi ?) qu'il ne fallait même pas imaginer que l'école allait recommencer avec sa fille – qui arrivait en CP et pour laquelle, elle avait du mal à le croire, la maîtresse osait lui proposer qu'elle soit prise en charge par le RASED ! Le temps du suspens était terminé et j'ai regardé la maman en assumant pleinement la maladresse de la collègue. Cette enseignante ne pouvait certainement pas imaginer à quel point cette maman rattachait sa seule expérience du RASED à quelque chose de profondément traumatisant, et, en toute bonne foi, elle pensait agir au mieux des intérêts de la fillette, pour laquelle elle sentait le besoin d'un « coup de pouce », que visiblement la maman devait ressentir plus violemment comme un « coup de poing ». J'ai alors demandé à la maman si elle m'autorisait à expliquer à la maîtresse ce que sa démarche pouvait avoir d'insupportable pour elle, lui proposant si elle le souhaitait de la tenir au courant, et je lui ai donné mes coordonnées au cas où elle souhaiterait me joindre à ce propos. La maman a manifesté une certaine surprise, mais ne s'est pas trompée sur la sincérité de ma réaction – qui ne discréditait personne –, mais reconnaissait ce que la situation pouvait avoir de cruel pour elle dans l'absence totale de prise en compte de ce qu'elle pouvait ressentir de la part des enseignants. Cette « disponibilité » assumée s'est révélée être une clé incroyable à un moment où le recours aux outils stratégiques aurait pu contribuer à cristalliser un problème déjà bien verrouillé.

Mon intervention ayant clairement évité qu'un deuxième conflit ne vienne compliquer une situation qui l'était déjà suffisamment, j'ai pu être perçue par les deux parties comme un élément possible pour, peut-être, sortir de l'impasse. Et, de fait, une relation de confiance s'est progressivement instaurée avec la maman. Par la suite, j'ai pu lui permettre, je pense, d'expérimenter elle aussi, en sécurité, cet « état particulier », qui nous a permis, ensemble, de restaurer des liens qui avaient été mis à mal, et d'en créer d'autres avec la perspective de nouveaux possibles...

Notes

¹ Voir Wittezaele, 2006 : *passim*. J.-J. Wittezaele, Directeur de l'Institut Gregory Bateson (I.G.B.) de Liège (Belgique) – voir le lien <http://www.igb-mri.com/html/pages/presentation.shtml> – précise que Bateson appelle « esprit » (*mind*) ou « processus mental » toute l'organisation du réseau de communication qui relie l'homme à son environnement : « Pour Bateson, le processus mental émerge de l'interaction entre différents éléments d'un système, il est le résultat d'événements qui se produisent dans le processus d'organisation de ces éléments, dans leurs relations. Il s'agit donc d'une approche holistique fondée sur la différenciation et l'interaction entre éléments d'un ensemble [...] on ne peut limiter l'esprit à ce qui se passe à l'intérieur de la tête d'un individu. 'Nous avons longtemps débattu pour savoir si un ordinateur pouvait penser [écrit Bateson]. La réponse est non. Ce qui pense, c'est le circuit total, circuit qui peut comprendre un ordinateur, un homme et un environnement. On pourrait tout autant se demander si un cerveau peut penser et, à nouveau, la réponse serait 'non'. Ce qui pense, c'est un cerveau à l'intérieur d'un homme appartenant à un système qui comprend un environnement. Tracer une frontière entre une partie d'un système qui réalise la majeure partie du traitement des informations pour le système plus large, et le système auquel il appartient, revient à créer une entité mythologique qu'on appelle habituellement un 'soi' ». Ce que C. Duterme, dans son ouvrage dédié à la communication interne des organisations, illustre ainsi qu'il suit (2002 : 35) : « L'esprit n'est [...] pas une particularité d'un individu mais ce qui émerge des interactions entre divers éléments ; la canne de l'aveugle fait partie de 'l'esprit', autant que son cerveau ou que le trottoir et les murs que rencontrent cette canne. Elle permet à l'aveugle de percevoir des informations sur son environnement et ainsi d'agir dans et sur cet environnement. Séparer les différents aspects cités n'a aucun sens et aboutit à la déconstruction des interactions, donc aussi de la perception et du traitement des informations ».

² Méthodes relativement récentes dans le paysage culturel français, voir notamment : Marc, 1988/1995 : *passim* ; Marc, Picard, 1984/2006 : *passim* ; Megglé, 1990 : *passim*.

³ Voir Roustang, 1990 : 37-55.

⁴ « la psychologie n'existe pas parce que l'âme ou la psyché ou le psychisme n'existent pas. Il n'y a pas d'âme sans corps et pas de corps sans rapport à l'espace et à l'environnement », selon Roustang, 2006 : 12.

⁵ Il convient de souligner que les tenants de la thérapie « communicationnelle » dite « stratégique » ou « systémique brève », qui ont inauguré dans les années 50 au *Mental Research Institute* (M.R.I. – voir le lien <http://www.mri.org/>) de Palo Alto (U.S.A.) une telle conception de la « psychothérapie » (reprise notamment aujourd'hui par l'I.G.B.) ne se considérèrent pas, dès l'origine, comme des « soignants » à proprement parler (cherchant à rétablir la « santé mentale » de « patients »), mais plutôt comme des « prestataires de services », « résolveurs de problèmes », « vendeurs de comportements nouveaux », ayant à faire avec des « clients » auxquels il s'agissait de « vendre » de nouvelles façons de se comporter, mieux adaptées et plus satisfaisantes ; leur modèle, novateur s'il en est, étant *de facto* utilisable, et utilisé à présent, dans tous les domaines dans lesquels un besoin de changement se découvre, (voir Benoit, Gerbinet, 2010 : *passim*).

⁶ Nous mettons ici en avant la conception de cet auteur car, philosophe et ancien psychanalyste, il nous apparaît – à tort ou à raison... – comme l'un des rares praticiens français à posséder à la fois le savoir théorique, le recul et la maîtrise nécessaires pour expliciter et justifier ses propres modes opératoires tout en se démarquant d'une façon originale, et parfaitement convaincante, du célèbre modèle *princeps* – celui proposé par les auteurs rassemblés sous la dénomination commode d'« Ecole de Palo Alto », (voir Winkin, 2000 : *passim*) ; modèle qu'*in fine* et dans ses grandes lignes, il fait toutefois manifestement sien.

⁷ Bien que, fondamentalement, cet auteur considère inévitable et constante la manipulation dans les relations humaines : « Chaque individu, même s'il est le plus passif et le plus silencieux, provoque des réactions chez tous ceux qui l'approchent ou s'en éloignent ; il les influence. Ces réactions, d'autant plus efficaces qu'elles sont ignorées, engendrent à leur tour chez celui qui les a suscitées des comportements de défense et d'attaque, de fuite et d'esquive, etc. Il n'y a donc pas de relation sans manipulation réciproque, c'est-à-dire sans tentative pour placer les autres où on les veut, tout en tenant compte de leurs mouvements », (1990: 44).

⁸ Situation où, donc, il se trouve suite à l'établissement d'une sorte de « piège logique », dans lequel il se fourvoie et qui le pousse à toujours faire « plus de la même chose » ... inadaptée et vaine.

⁹ Relativement à l'originalité radicale de cette approche, voir Melchior, 1998 : *passim*, (et notamment p. 289 : « d'une certaine façon, dans la vie quotidienne, nous sommes tous des hypnotisés [...] le comportement

hypnotique d'une personne est essentiellement ce qu'il est par différence d'avec ce qui est pour elle le comportement ordinaire »).

¹⁰ Voir Benoit, Perez-Benoit, 2006 : *passim*.

¹¹ Il est à noter que l'adjectif « scolaire » utilisé dans les textes officiels correspond de fait au lieu d'exercice et au parcours antérieur d'enseignant du psychologue qui peut, d'autre part, être d'obédience psychanalytique, cognitiviste, systémique... (Voir *infra*).

¹² Le Réseau d'Aides Spécialisées aux Elèves en Difficulté est défini, par la circulaire du 30/04/2002, comme un dispositif ressource chargé d'une double mission d'aide : prévention et remédiation ([...] « prévenir les difficultés durables d'apprentissage, aider à leur dépassement »). Outre le psychologue, un RASED complet comprend un enseignant spécialisé chargé d'aide pédagogique au sein de classes ou de regroupement d'adaptation et un enseignant spécialisé chargé de rééducation.

¹³ Circulaire n°90-083 du 10/04/1990.

¹⁴ Extrait de la circulaire du 10/04/1990 (au paragraphe : « Actions en faveur des enfants en difficulté »).

¹⁵ Voir *supra*.

¹⁶ Cette étude de cas est proposée sur la base d'un travail effectué en poste, à partir de septembre 2009, par F. Perez-Benoit.

¹⁷ Maison Départementale des Personnes Handicapées. C'est un lieu unique, créé par la loi du 11 février 2005, destiné à faciliter les démarches des personnes handicapées et qui offre, dans chaque département, un accès unifié aux droits et prestations prévus pour les personnes handicapées.

¹⁸ Institut Thérapeutique Educatif et Pédagogique. Ces structures accueillent des enfants, adolescents ou jeunes adultes qui présentent des difficultés psychologiques dont l'expression, notamment l'intensité des troubles du comportement, perturbe gravement la socialisation et l'accès aux apprentissages. Ils se trouvent de ce fait, malgré des potentialités intellectuelles et cognitives préservées, engagés dans un processus handicapant qui nécessite le recours à des actions conjuguées et à un accompagnement personnalisé. Une équipe se compose de médecins psychiatres, de psychologues, d'éducateurs et d'enseignants spécialisés, d'orthophonistes, de psychomotriciens...

¹⁹ Auxiliaire de Vie Scolaire attachée à titre individuel à un enfant.

²⁰ L'équipe de suivi de scolarisation comprend nécessairement les parents et l'ERH (voir *infra*). Elle inclut également le ou les enseignants de l'enfant, le psychologue scolaire, et les différents partenaires extérieurs qui concourent directement à la mise en œuvre du PPS, Projet Personnalisé de Scolarisation décidé par la CDA (Commission des Droits et de l'Autonomie des personnes handicapées). Sa mission est de faciliter la mise en œuvre et d'assurer le suivi du PPS (voir B.O. n°32, du 7/09/06).

²¹ Enseignant Référent Handicap. C'est un enseignant spécialisé qui exerce les fonctions de référent auprès de chacun des élèves handicapés du département afin d'assurer, sur l'ensemble du parcours de formation, la permanence des relations avec l'élève, ses parents ou son représentant légal, (voir le Décret 2005-1752 relatif au parcours de formation d'un élève présentant un handicap – Art. 9).

Références bibliographiques

1. Benoit, Denis, Gerbinet, Dany, *Santé et champ psychothérapeutique : les notions de « patient » et de « client » à l'aune de la « thérapie brève systémique »*, in 2^{ème} Colloque international francophone/CSIS « Patient, personne, citoyen, client... usager ? Places, rôles et figures mouvantes dans le champ de la santé – Analyses et perspectives critiques », 25-26 mai 2010, Université de Lille, Actes du colloque.
2. Benoit, Denis, Perez-Benoit, Frédérique, *L'intervention systémique brève – Pour une application hors champ thérapeutique du modèle de résolution de problème développé en thérapie brève*, in *Revue Internationale de Psychosociologie*, printemps 2006, volume XI, n°26, pp. 97-141.
3. Duterme, Claude, *La communication interne en entreprise – L'approche de Palo Alto et l'analyse des organisations*, Bruxelles (Belgique), De Boeck, 2002.
4. Marc, Edmond, *Le guide pratique de nouvelles thérapies*, Paris, Retz, 1988/1995.
5. Marc, Edmond, Picard Dominique, *L'Ecole de Palo Alto*, Paris, Retz, 1984/2006.

6. Megglé, Dominique, *Les thérapies brèves*, Retz, 1990.
7. Melchior, Thierry, *Créer le Réel. Hypnose et thérapie*, Paris, Seuil, 1998.
8. Roustang, François, *Il suffit d'un geste*, Paris, Odile Jacob, 2003.
9. Roustang, François, *Influence*, Paris, Editions de Minuit, 1990.
10. Roustang, François, *La fin de la Plainte*, Paris, Odile Jacob, 2000.
11. Roustang, François, *Savoir attendre pour que la vie change*, Paris, Odile Jacob, 2006.
12. Watzlawick, Paul, *Le langage du changement – Paradoxes et psychothérapie*, Paris, Seuil, 1980.
13. Winkin, Yves, *La Nouvelle Communication*, Paris, Seuil, 2000.
14. Wittezaele, Jean-Jacques, Garcia, Teresa, *A la recherche de l'école de Palo Alto*, Paris, Seuil, 1992.
15. Wittezaele, Jean-Jacques, *L'homme relationnel*, Paris, Seuil, 2003.
16. Wittezaele, Jean-Jacques, *L'écologie de l'esprit selon Gregory Bateson, in Multitudes n°24 [online] | Ecopolitique now !*, printemps 2006, voir le lien <http://multitudes.samizdat.net/>

Lise VERLAET*

Les processus cognitifs comme point d'ancrage pour le développement d'un modèle de sémantisation des informations numérique

Résumé

Cet article présente le modèle de balisage sémantique par l'ASCC (Approche Sémio-Contextuelle des Corpus), développé et expérimenté pour réaliser une revue scientifique « adaptative ». Issu d'une recherche pluridisciplinaire sur la construction du sens, ce modèle de balisage entend satisfaire les principales problématiques d'un lecteur en situation de recherche d'information.

Mots clés : problématiques du lecteur, modèle balisage sémantique, processus cognitif, ontologie, réseau sémantique.

1. Introduction

Bon nombre travaux réalisés sur l'hypertexte sont marqués par une volonté commune d'offrir aux utilisateurs des outils d'aide intellectuelle favorisant l'accomplissement de leurs tâches quotidiennes. Parmi les pionniers de ce qu'advientra l'hypertexte jusqu'à la communauté du Web Sémantique et des Systèmes Hypermédias Adaptatifs, beaucoup ont fondé leurs recherches sur les capacités cognitives humaines afin de les transmettre aux machines. L'objectif étant de calquer le comportement humain pour que les systèmes informatiques puissent mieux répondre à ses attentes et besoins. Nos travaux de recherche s'inscrivent pleinement dans cette démarche : comprendre et catégoriser les principaux processus cognitifs pour élaborer un modèle de balisage générique des informations numériques.

2. Transmettre les capacités cognitives humaines aux systèmes informatiques

La volonté de transmettre aux systèmes informatiques les capacités cognitives humaines n'est pas une quête récente. Nous pouvons en observer les traces dès les premières réflexions menées dans les années 1940 sur de ce que deviendra le Web Hypertexte. Loin d'être obsolète, cette quête continue d'animer, aujourd'hui encore, la flamme de nombreuses recherches.

* Enseignant chercheur docteur en Sciences de l'information et de la communication, Centre d'Etude et de Recherche en Communication, Université Paul Valéry - Montpellier 3, France.

2.1. Le Web Hypertexte ou l'association d'idées

Nous pouvons, à ce titre, noter les travaux de Vannevar Bush (Bush, 1945) pour concevoir Memex. Bush part du principe que le système mnémonique humain repose sur les associations cognitives. Memex se devait donc de reproduire le comportement humain afin de tisser automatiquement des relations entre les documents qui y sont stockés et en permettre la consultation immédiate via un index. Dans son sillage, nous pouvons également remarquer les recherches menées par Ted Nelson (Nelson, 1980), qui fut le premier à proposer une méthode basée sur l'hypertexte, soit l'idée d'une écriture non-séquentielle. Pour Nelson, le système cognitif humain n'est pas séquentiel. De fait, la séquentialité d'un texte ne peut satisfaire totalement le lecteur en proie à des associations d'idées constantes et doit avoir, par là même, la possibilité d'aller d'une séquence de texte à une autre au gré de ses besoins. De plus, comprendre les liens qui unissent les différents documents peut se révéler, pour Nelson, plus significatif que le sens porté par un document seul. Si les recherches de Nelson et de son principal projet Xanadu sont toujours en cours, celles de Douglas Engelbart (Engelbart, 1962), menées durant la même période pour concevoir NLS, ont en revanche été concluantes. Son rêve est d'exploiter les capacités des ordinateurs pour augmenter les capacités cognitives et intellectuelles de l'humain. En effet, il voit dans cette nouvelle technologie l'occasion pour l'homme d'accroître ses connaissances mais également d'augmenter ses capacités à résoudre des situations problématiques complexes. Ainsi pour Engelbart, l'informatique doit apporter aux utilisateurs les informations nécessaires à une meilleure compréhension d'un problème et ce, de façon immédiate.

Si le monde de l'informatique doit beaucoup aux travaux d'Engelbart, ce sont les recherches de Tim Berners-Lee qui ont démocratisé et incroyablement disséminé cette technologie. C'est en tant que consultant au CERN en 1980 que Berners-Lee a développé le premier outil « d'aide intellectuelle » nommé Enquire. Ce programme devait lui servir de support pour se remémorer l'ensemble des interactions entre les chercheurs et les projets du CERN. Conçu suivant les principes de l'hypertexte, Berners-Lee veut faire évoluer Enquire en un vaste système informatique d'information en réseau via Internet. Ses principales problématiques ont été de trouver un système assurant le partage des informations, suffisamment simple d'utilisation de sorte à proposer un outil plus utile que contraignant aux chercheurs, mais surtout compatible avec n'importe quel système d'exploitation utilisé à travers le monde. C'est véritablement dans les années 90 que le monde rentre dans l'ère du numérique avec les travaux de Tim Berners-Lee sur le protocole HTTP et le langage HTML, soit la mise au point d'un système de navigation hypertexte sur le réseau.

2.2. Le Web sémantique ou l'organisation des concepts

Le Web Hypertexte offre désormais à ses utilisateurs l'accès à un vaste ensemble de ressources et d'informations numériques. L'engouement spectaculaire pour ce support de communication a sans nul doute bouleversé notre manière de communiquer et subséquemment de nous informer. Parallèlement, la quantité astronomique des informations qui y sont publiées n'a eu de cesse d'opacifier la Toile rendant ainsi les recherches d'information périlleuses pour ses utilisateurs. Les phénomènes de surcharge cognitive et de désorientation dans l'hyperespace sont les maux du Web actuel. Dès 1998, Tim Berners-Lee prit conscience qu'il fallait reconfigurer le Web Hypertexte en apportant une « couche sémantique » compréhensible

par les systèmes informatiques. Si au sein du Web Hypertexte l'association d'idées prime, le Web Sémantique s'oriente vers l'organisation des concepts. C'est en 2001 qu'il inaugure, avec le W3C, le Web Sémantique. Le Web Sémantique propose une nouvelle vision du Web où les machines seront capables d'interpréter le contenu des documents Web grâce à des informations sémantiques fournies par l'homme décrivant les ressources. Le passage du Web Hypertexte au Web Sémantique nécessite donc un important travail d'analyse sur les contenus des ressources. L'homme doit conférer aux machines les informations, les connaissances suffisantes sur les ressources de sorte que ces dernières puissent aisément les localiser, les interpréter, et les traiter afin d'aider plus efficacement les utilisateurs dans leur recherche d'information. En d'autres termes, il s'agit de transférer le travail psycho-cognitif humain vers les machines.

Sémantiser le Web demande, comme le stipule Berners-Lee (Berners-Lee *et al.*, 2001) une meilleure coopération entre l'homme et la machine mais également des outils adaptés pour rendre les connaissances humaines reconnaissables par les systèmes informatiques. En ce sens, le W3C propose une architecture du Web Sémantique de forme pyramidale constituée de plusieurs couches sémantiques venant progressivement se compléter pour organiser les ressources et contenus numérique. Ces différents langages informatiques doivent permettre aux machines un meilleur traitement des ressources Web afin de faciliter les recherches d'information des utilisateurs. Nous avons d'ailleurs pu remarquer que si l'objectif visé par le Web Sémantique est de satisfaire les demandes des utilisateurs, ces derniers ne semblent pourtant pas être au centre des préoccupations. Les utilisateurs font figure de personnages omniscients. En effet, ce n'est pas une application en particulier qui intéresse le Web sémantique, application qui devra être développée conformément aux besoins et attentes des utilisateurs. Le Web Sémantique propose essentiellement une série d'outils informatiques lesquels vont assurer l'interopérabilité entre les systèmes et donc entre les différentes applications.

2.3. Les Hypermédias Adaptatifs ou l'information pertinente

Or, parvenir à un réseau de communication interopérable nécessite de s'interroger sur les communautés d'utilisateurs et leurs usages des informations numériques. C'est à ces questions qu'entendent répondre les recherches émanant des Hypermédias Adaptatifs. Loin d'être dichotomique avec le projet du Web Sémantique dont ils partagent un certain nombre de principes et d'outils communs (entre autre les métadonnées et la notion d'ontologie), les Systèmes Hypermédias Adaptatifs viennent de notre point de vue renforcer cette démarche de sémantisation de la Toile.

La communauté des Systèmes Hypermédias Adaptatifs met l'accent sur les usagers du Web et s'intéresse à l'adaptation des informations pour un utilisateur ou un groupe d'utilisateurs spécifique. Leurs préoccupations de recherche se concentrent donc sur l'utilisation des ressources numériques et visent à faciliter les recherches d'information des utilisateurs en leur présentant celles évaluées comme pertinentes par rapport à leurs besoins, par rapport à leurs problématiques de recherche. Concevoir un hypermédia adaptatif nécessite donc de s'interroger sur les processus cognitifs mis en œuvre par l'utilisateur pour rechercher, interpréter et traiter les informations.

3. Cas d'étude : une revue scientifique « adaptative »

Nos recherches portent sur la conception-réalisation d'une revue scientifique dite « adaptative », ayant pour objectif de satisfaire les intentionnalités de lecture des utilisateurs. Nos travaux nous ont permis de constater que les lecteurs, et en cela nous rejoignons les propos de Nelson, recherchent principalement des séquences de textes portant généralement sur des concepts. Ceci est particulièrement prégnant chez les jeunes chercheurs qui découvrent ou approfondissent l'univers conceptuel du domaine qui les préoccupe. En effet, cette catégorie de lecteur souhaite développer leur culture encyclopédique du domaine (Eco, 1988), culture qui passe, entre autre, par l'appréhension des concepts inhérents à leur discipline. Nous nous sommes, de ce fait, orientés vers la conception d'une revue ayant pour principale valeur ajoutée l'accès à un niveau d'information dédié aux concepts utilisés au sein du corpus de la revue.

A cette fin, et prenant appui sur les principes du Web Sémantique et des Hypermédias Adaptatifs, nous avons mis en œuvre un premier prototype de revue lequel reposait sur un balisage conceptuel du corpus. Ce balisage devait permettre aux lecteurs de consulter l'ensemble des fragments d'information portant sur un concept au sein d'un même document, un document recomposé. Outre le fait de rassembler les séquences d'information inhérentes à un concept, le document recomposé assurait la traçabilité entre les fragments – par principe extraits de leur contexte d'origine – et leur document source. Par ailleurs, la liste des concepts obtenue grâce au balisage nous a permis de formuler une ontologie et un réseau sémantique du domaine d'application. Ces modélisations des connaissances étaient présentées aux utilisateurs via leur représentation graphique ; représentations qui, d'une part, typifiaient les relations unissant les concepts, et d'autre part, permettaient la navigation au sein des documents recomposés.

L'évaluation de ce prototype nous a permis de constater qu'un balisage purement conceptuel des corpus n'était pas suffisant comparativement aux besoins et attentes des lecteurs. En effet, il s'avère que les lecteurs sont en demande de davantage de précision sur les concepts et nous ont soumis les bases pour une catégorisation des informations. Cette catégorisation consiste à différencier les fragments d'information portant sur les définitions et les exemples liés aux concepts, mais aussi sur les relations de spécification et d'association (relatives à l'ontologie et au réseau sémantique) entretenues entre les concepts. L'ensemble de ces informations devant être extrait du corpus de la revue, soit *in fine* des articles scientifiques qui la composent.

3.1. Processus cognitifs et catégorisation des informations

Convaincus que ce n'était pas là les seules catégories d'information pertinente pour le lecteur, nous sommes allés chercher dans la littérature scientifique un modèle qui pourrait venir compléter notre stratégie de balisage. Nous avons, dans un premier temps, passé en revue l'ensemble des techniques de questionnement de l'information. La célèbre règle des 3QOCP nous est apparue particulièrement intéressante pour assurer la compréhension d'un concept ou plus largement d'un sujet. Toutefois elle ne reprend pas les catégories inhérentes aux relations unissant les concepts, catégories indispensables pour notre stratégie de balisage.

Nous nous sommes alors orientés vers les sciences cognitives et notamment les apports de la psychologie cognitive pour saisir quels sont les processus en jeu pour faire émerger le sens. Ces recherches nous ont amené à considérer l'intelligence interpersonnelle (Gardner, 2004) comme un axe de recherche privilégié. Cette intelligence consiste à prendre con-

science de ses propres actes cognitifs, ses métacognitions. En effet, comprendre la façon dont l'homme raisonne améliore assurément sa manière de raisonner. Les études relatives au développement intellectuel de l'enfant menées par Piaget (Piaget, 1967) confirment l'importance de la règle des 3QOCP pour appréhender le monde. En effet, Piaget indique que ces questionnements sont constamment présents à l'esprit d'un acteur et qu'ils sont en rapport avec un groupement logique préalable lequel permet à l'acteur de tisser des liens entre les concepts. La catégorisation en huit groupements logiques de relations, présentée par Piaget, renforce la part essentielle de la mise en relation des concepts sur le développement de l'intelligence. Parmi ces groupements, nous ne retiendrons pourtant que deux types de relations (relation de spécification et relation associative), les autres groupements étant trop emprunts d'un raisonnement logico-mathématique peu propices pour être adaptés à une stratégie de balisage sémantique.

Piaget met aussi en avant le rôle important du milieu social sur les activités cognitives et subséquemment sur la construction du sens. Ce positionnement épistémologique de la genèse du sens a été largement repris par les socio-constructivistes, parmi lesquels Vygotski (Vygotski, 1997) et Bruner (Bruner, 1991), pour qui l'intelligence est un construit social. Les socio-constructivistes soutiennent ainsi l'idée d'une cognition sociale : le cadre socio-culturel de l'enfant conditionne sa manière de voir et d'interpréter le monde. C'est par la socialisation, soit par les interactions avec son milieu social, que l'enfant construit un référentiel conceptuel, nécessairement commun au groupe auquel il appartient. De fait, les pratiques sociales de communication conditionnent nos activités cognitives. Donc, le développement intellectuel de l'enfant et, par là même, ses activités cognitives sont dépendantes des situations de communication vécues.

Les recherches effectuées en cognition sociale, nous envoyaient ainsi vers une nouvelle problématique : comment émerge le sens dans une situation de communication ? Cette problématique se trouve au cœur des travaux de recherche d'Alex Mucchielli (Mucchielli, 2000) et de sa théorie sémiotique situationnelle qui est une méthode d'analyse contextuelle et cognitive d'une situation de communication. La sémiotique situationnelle repose sur sept contextes en interrelation (contexte des normes, des enjeux, du positionnement, des relations, spatial, temporel et physico-sensoriel), lesquels sont inhérents à toute situation de communication. Cette théorie postule que toute situation de communication est par principe problématique. Comprendre les contextes qui composent la situation permet de résoudre la ou les problématiques qu'elle engendre et ainsi d'agir de manière appropriée. Comme nous allons le voir, la sémiotique situationnelle, et le découpage contextuel qu'elle propose, est intéressante à plus d'un titre pour notre stratégie de balisage sémantique.

3.2. Modèle de balisage par l'Approche Sémio-Contextuelle des Corpus

Pour Mucchielli (Mucchielli, 2000, p.151-152) « *Le sens émerge des configurations situationnelles dans lesquelles les activités se déroulent et qui sont co-construites par les acteurs en présence. (...) Ainsi, l'information en tant que sens de quelque chose (un discours, un texte, une image, une conduite...) portée par quelque chose (un discours, un texte, une image, une conduite...) n'existe que par sa contextualisation pour les acteurs* ». Le sens pour un acteur naît d'une contextualisation de la situation. C'est en comprenant les contextes inhérents à la situation qu'il pourra s'adapter à celle-ci et par conséquent résoudre les problématiques qu'elle occasionne.

Nous avons donc pris appui sur les sept contextes de la sémiotique situationnelle que nous avons transposé et complété pour élaborer un modèle de balisage générique des informations nommé Approche Sémio-Contextuelle des Corpus (ASCC).

Le premier contexte de la sémiotique situationnelle est celui des normes, qui est présenté comme la dimension de référence de toute situation de communication et que nous pouvons aisément rapprocher de la question *Quoi ?* de la règle des 3QOCP. Tout concept possède une norme, laquelle le définit, dresse ses principales caractéristiques. C'est vis-à-vis de cette norme collectivement partagée que l'on peut savoir de quoi il est question. De fait, le contexte des normes correspond, d'un point de vue balisage sémantique, au repérage des fragments d'information portant sur la définition d'un concept, les propriétés culturellement données à un concept. Cette catégorie d'information a d'ailleurs été mise en exergue par les utilisateurs.

Le contexte des enjeux n'est pas sans rappeler la question *Pourquoi ?* et renvoie à la notion d'usage d'un concept (Wittgenstein, 2004). En termes de balisage sémantique, ce contexte souligne les intentionnalités sous-jacentes à un concept. Le baliseur doit, via ce contexte identifier les fragments d'articles traitant des enjeux d'un concept.

Le contexte des positionnements fait référence à la place tenue par les acteurs dans une situation de communication. Ce contexte est particulièrement présent dans le monde de l'entreprise, qui en propose une représentation sous la forme d'un organigramme. L'organigramme d'une entreprise n'est pas sans rappeler la structure d'une ontologie qui n'est autre qu'un classement hiérarchique de concepts. Chaque concept de classe inférieure vient spécifier le concept de classe supérieure. Rapporté à notre stratégie de balisage sémantique, nous utilisons ce contexte pour repérer et qualifier les fragments d'articles énonçant un positionnement entre deux concepts, soit une relation de spécification.

Le contexte des relations est également une dimension importante, sans laquelle il ne pourrait y avoir d'interaction. La qualité des relations a nécessairement une influence sur ces interactions. La transposition de ce contexte pour notre stratégie de balisage semble évidente, il s'agit pour nous d'identifier les fragments de texte relatant une relation entre deux concepts, ce qui nous permettra de constituer un réseau sémantique.

Le contexte spatial rejoint la question *Où ?* de la règle des 3QOCP et s'intéresse au lieu dans lequel se déroule l'action. Le balisage sémantique, inhérent à notre modèle, signale donc tous fragments d'information permettant d'établir un lien entre un concept et un lieu.

Nous retrouvons également le contexte temporel dans la règle des 3QOCP via le questionnement *Quand ?*. Cette catégorie d'informations est importante pour l'émergence du sens. Le baliseur s'attelle donc à repérer les fragments d'articles permettant de situer un concept dans le temps.

Nous avons assimilé le contexte physique et sensoriel à la question *Qui ?* de la règle des 3QOCP. En effet, selon l'auteur du document, nous n'avons pas les mêmes perceptions des textes et de leurs apports. Par ailleurs, les concepts sont souvent assimilés à un auteur, lequel a créé ou développé le concept en question. Cette relation entre un auteur et un concept se retrouve généralement sous la forme de citation dans les corpus. Le contexte physique et sensoriel devient donc, pour notre stratégie de balisage sémantique, le contexte auteur et références, et vise au repérage des citations d'auteurs rapportées au sein des articles.

Il manque toutefois une catégorie d'information importante, signalée par les lecteurs lors de l'évaluation du premier prototype, pour parfaire notre modèle de balisage : les exemples liés à un concept. Cette catégorie d'information correspond d'ailleurs à la question *Comment ?* de la règle des 3QOCP. Nous avons ainsi intégré cette catégorie d'information via la balise <cas>.

Nos recherches nous ont donc conduits vers une stratégie de balisage reposant sur huit catégories d'informations pertinentes en vue d'offrir aux lecteurs un modèle de balisage à même de répondre à leurs principales problématiques de recherche sur un concept. Cette catégorisation énonce les caractéristiques significatives entourant un concept, lesquelles contribuent à la construction du sens pour l'utilisateur. C'est donc à l'aide de ces catégories d'information que nous allons pouvoir analyser et baliser les corpus documentaires, de sorte à offrir aux lecteurs un outil adapté à leurs besoins en situation de recherche d'information sur un concept.

Le modèle par l'ASCC nous a permis de dresser la grille de balisage suivante :

Tableau 1. Grille de balisage par l'ASCC des concepts d'une revue adaptative.

GRILLE DE BALISAGE PAR L'ASCC DES CONCEPTS		
Balises de l'ASCC	Problématique soulevée	Catégorie d'informations à baliser
<i>Identité</i>	Quel est son nom ?	Repérage d'un passage significatif sur un concept.
<norme id = "concept X">	Quelles sont les propriétés de ce concept ?	Fragment d'information énonçant la définition du concept.
<enjeux id = "concept X">	Quel est l'enjeu de ce concept ?	Fragment d'information explicitant l'enjeu, l'objectif du concept.
<position enfant = "concept X" parent = "concept X">	Où se situe ce concept dans l'ontologie à laquelle il appartient?	Fragment d'information marquant une relation de spécification entre les concepts.
<relation a = "concept X" b = „concept Y“ type = "lien">	Avec quel autre concept peut-il être associé dans le réseau sémantique ?	Fragment d'information exposant une relation (sauf de spécification).
<temps id = "concept X" date = "2009" >	Quelle période est associée à ce concept ?	Fragment d'information divulguant des indices chronologiques sur le concept.
<spatial id = "concept X" lieu = "France" >	A quel lieu se rapporte ce concept ?	Fragment d'information mettant en corrélation un lieu avec un concept.
<citation id = "concept X" auteur = "auteur" reference = "reference">	Quel auteur est en relation avec ce concept ?	Fragment d'information signalant une citation empruntée à un auteur sur un concept.
<cas id = "concept X" titre = "titre_cas">	Quels sont les cas d'utilisation ce concept ?	Fragment d'information relatant un cas d'utilisation du concept.

Chacune des balises de l'ASCC met l'accent sur une catégorie d'information pertinente pour le lecteur lors d'une recherche d'information portant sur des problématiques encyclopédiques ou terminologiques. Cette catégorisation des informations doit permettre aux lecteurs de mieux comprendre les tenants et les aboutissants du concept recherché.

4. Conclusion

Issu d'une recherche pluridisciplinaire sur la construction du sens, nous venons d'exposer, dans les grandes lignes, le modèle de balisage par l'ASCC des concepts d'une revue scientifique « adaptative ». Conçu pour être adapté au système de pertinence des lecteurs, et par là même aux activités cognitives déployées lors de la résolution de problèmes, le modèle par l'ASCC entend répondre aux principales intentionnalités de lecture des utilisateurs en situation de recherche sur un concept.

Par ailleurs, la catégorisation des informations proposée par l'ASCC offre des pistes de recherche stimulantes quant à la constitution d'une ontologie et d'un réseau sémantique du domaine d'application. Modélisations non plus formulées *à priori* par une communauté d'experts mais corrélativement aux informations énoncées par les auteurs du domaine au sein de leurs articles.

Références bibliographiques

1. Berners-Lee, T., Hendler, J., Lassile, O., « The Semantic Web », Scientific America, mai 2001.
2. Bruner, J.S., *Car la culture donne forme à l'esprit : de la révolution cognitive à la psychologie culturelle*, Paris, Edition Eshel, 1991.
3. Brusilovsky, P., « Methods and Techniques of Adaptive Hypermedia ». In *User Modeling and User-Adapted Interaction*, Vol. 4, Kluwer academic publishers, 1996. URL : <http://www2.sis.pitt.edu/~peterb/papers/UMUAI96.pdf>
4. Bush, V., « As we may think », Atlantic Monthly, Juillet 1945. Version traduite URL : <http://www.boson2x.org/spip.php?article59>
5. Clément, J., « Du texte à l'hypertexte: vers une épistémologie de la discursivité hypertextuelle ». In J-P. Balpe, A. Lelu & I. Saleh, *Hypertextes et hypermédias: Réalisations, Outils, Méthodes*, Edition Hermès, Paris, 1995. URL : <http://hypermedia.univ-paris8.fr/jean/articles/discursivite.htm>
6. Eco U., *Le signe. Histoire et analyse d'un concept*, Edition Labor, Bruxelles, 1988.
7. Engelbart D., « Augmenting Human Intellect: A Conceptual Framework ». Summary Report AFOSR-3223 under Contract AF 49(638)-1024, SRI Project 3578 for Air Force Office of Scientific Research, Stanford Research Institute, Menlo Park, Ca., October 1962. URL : http://www.liquidinformation.org/ohs/62_paper_full.pdf
8. Gardner H., *Les intelligences multiples. La théorie qui bouleverse les idées reçues*. Edition Retz, Paris, (réédition) 2004.
9. Le Coadic Y-F., *Usages et usagers de l'information*, Collection « Information Documentation 128 », Edition Armand Colin, Paris, 2004.
10. Leleu-Merviel Sylvie, « Le désarroi des « Maître du sens » à l'ère numérique ». In H2PTM'03 Conférence internationale, *Hypertextes et Hypermédias, Créer du sens à l'ère numérique*, Edition Hermès, Paris, 2003.
11. Mucchielli A., *Etude des communications : Approche par la contextualisation*, Edition Armand Colin, Paris, 2005.
12. Mucchielli A., *La nouvelle communication*, Armand Colin, Paris, 2000.
13. Nelson T., « Literary Machines 90.1 » Mindful Press, Sausalito, 1980.
14. Piaget J., *Psychologie de l'intelligence*, Collection Agora, Edition Armand Colin, Paris, 1967.
15. Vandendorpe C., *Du papyrus à l'hypertexte. Essai sur les mutations du texte et de la lecture*, Sciences et société, Edition La Découverte, 1999.
16. Vygotski L., *Pensée & langage*, Paris, Edition La Dispute, 1997.
17. Wittgenstein L., *Recherches Philosophiques*, Edition Gallimard, Paris, 2004.

Societate, comunicare și media

Claudiu LUCACI*

Mass-media, atitudini și comportamente în societățile democratice moderne

Rezumat

Cercetarea efectelor mass-media a devenit o temă de reflecție clasică în sociologia comunicării odată cu avansul tehnologic al instrumentelor de comunicare. De la ziare adresate unei opinii publice educate la primele audiențe impresionante, bazate pe cazuri spectaculoase prezentate cu titluri mari și imagini, mass-media au devenit o adevărată instituție socială în societățile moderne cu regim democratic. Interesul pentru mass-media baleiază în jurul puterii sale de influență, a direcțiilor în care se exercită această influență, a categoriilor de efecte produse și a modalităților în care acestea din urmă se produc. Dintre toate acestea, articolul se referă la influența mijloacelor de comunicare mediată la nivelul atitudinilor și comportamentelor.

Cuvinte-cheie: media, efecte, opinie publică.

Abstract

Research work on social effects of mass-media became a classical subject of reflection in sociology of communication with the technological advances of communication tools. From newspapers reserved to the educated public opinion to the first audience impressive, based on spectacular cases presented with large headlines and pictures, mass-media became a social institution in modern societies with democratic regime. The interest for mass-media varies around its power of influence, its directions of influence, categories of effects produced and how the latter occur. Of these, this article refers to the influence of media on the attitudes and behaviors mediated.

Key words: mass-media, social effects, public opinion.

Teza efectelor pe care mijloacele de comunicare în masă le au asupra atitudinilor și comportamentelor în societățile democratice moderne¹ este dificil de operaționalizat în primul rând pentru că natura acestor efecte este controversată și mai complexă decât pare. De-a lungul secolului XX avem de-a face cu noi etape de dezvoltare tehnologică a mijloacelor de comunicare, fiecărui avans tehnologic corespunzându-i o explicație specifică. În acest context, în a doua jumătate a secolului XX apare un set de teorii care argumentează o serie de efecte negative ale mass-mediei în societățile moderne democratice. Cu cât se dau explicații mai îndrăznețe sau provocatoare, cu atât problema inițială devine mai profundă și nu se clarifică prin simplul apel la cauzalitate. Pe măsură ce se derulează idei cu privire la efectele mass-media pe această dimensiune greu de cuprins operațional – a atitudinilor și comportamentelor – criticile ne vor permite să înțelegem dificultățile pe care le avem atunci când încercăm să

* Doctorand în sociologie, Universitatea București; moderator și producător, Televiziunea Română, România.

rezolvăm problema. Articolul acesta are misiunea de a furniza o oarecare idee asupra acestor probleme, cu cât acestea ridică noi probleme nerezolvate, așa cum vom vedea. În același timp, sublinierea complexității temei mi se pare foarte utilă sub raport teoretico-empiric. De aceea, exclud aici primele teorii ce implică influența nelimitată pe care media o are asupra publicului². Nu trebuie să uităm însă că acestea reprezintă punctul de plecare pentru creșterea cunoașterii în domeniu.

Așa cum am menționat, cercetarea impactului mass-media cunoaște câteva momente de progres importante și acestea sunt legate de avansurile tehnologice și implicit sociale. Felul în care se deschid primele explicații teoretice se leagă de contextul social specific primului război mondial. Fiind un război total, acesta a presupus mobilizarea nu doar a tuturor efectivelor militare, ci și a întregii populații. În acest scop este introdusă propaganda, prin intermediul căreia mobilizarea culturală și socială, solidaritatea și loialitatea devin laitmotivele perioadei. Cadrele de analiză pentru teme precum libertatea individuală și dorința individului de a fi propriul stăpân, eterogenitatea socială și diviziunea muncii sunt puse acum în discuție. Propaganda prin mass-media presupune difuzarea colectivă a unor idei cu scopul ascuns de a câștiga adepți fervenți. Deși criticată de Școala de la Frankfurt, paradigma clasică privind influența mass-media asupra atitudinilor și comportamentelor urma să fie analizată până în zilele noastre prin prisma efectelor negative. Rareori vor exista abordări alternative. Abordările mai noi folosesc conceptul de „mediamalaise“ (Newton, 1999) potrivit cărora un mediu competitiv care impune cifre de audiență ridicate determină difuzarea de știri dramatice precum crime și conflicte, dezastre și moarte, corupție, sex și scandaluri. Spectaculosul va fi preferat în defavoarea argumentelor, astfel că mass-media va specula orice potențial conflict. Ca urmare, știrile negative, relevarea părții subterane a conflictelor între politicieni, jurnalismul de atac relaxează inhibițiile sociale și creează confuzie legată de ceea ce ar trebui să reprezinte standardele moralității. În societățile democratice, mass-media ajunge să pună la îndoială autoritatea în general (inclusiv cea morală), creează cinism și suspiciune asupra politicienilor și politicilor. Pe de altă parte, știrile sunt bunuri perisabile. Știrile de ieri sunt înlocuite cu cele de azi. Tratarea superficială a subiectelor este inevitabilă în condițiile în care știrea este difuzată aproape instantaneu și dispare. Publicului i se prezintă fragmente de informații și nu subiecte bazate pe informații, consecința fiind crearea confuziei, neîncrederii și lipsa motivației publicului de a se opri asupra informațiilor.

În aceste condiții, mass-media vizuală creează confuzie în rândul valorilor, delegitimează sistemele politice și chiar amenință semnificația democrației. Mass-media și în special mass-media vizuale, incluzând aici deopotrivă media online influențează negativ gradul de participare la viața comunității, disponibilitatea pentru angajamente civice și voluntare, expunerea vieții private ca un mod privat de viață. În cel mai bun caz, mass-media are rolul de entertainer³. Noul concept este mass-media ca spectacol. Potrivit acestor teorii, nu putem accepta finalitatea morală asupra publicului consumator. Consumul unor cantități mari de media entertainment este asociat cu o cultură politică slabă și cu un nivel de participare scăzut la viața comunității. Pe de altă parte, consumul unor produse media de factura știrilor și informațiilor poate fi asociat cu un nivel de participare și informare politică ridicate.

1. Prima explicație după societatea de masă: teoria diferențierii sociale

După detașarea de ideea că mesajele mass-media sunt receptate uniform de către fiecare membru al publicului și acestea determină reacții imediate și directe, o primă explicație încearcă să recupereze individualitatea, însă o individualitate pe categorii. Societățile din a doua industrializare sunt societăți speciale, cu provocări inedite. Astfel apar și se acceptă structuri conceptuale precum situație socială ori comportamente individuale ce țin de o anumite necesități. Ca urmare, ipotezele ce se dezvoltă se referă la diferențierea oamenilor și clasificarea lor în categorii definite prin caracteristici comune, cum ar fi clasa socială, religia, identitatea etnică, rezidența. Noi studii relevă faptul că oamenii dintr-o anumită categorie, cum ar fi clasa de mijloc dezvăluie multe similarități care au un impact semnificativ asupra comportamentului lor politic. În această perioadă, urbanizarea și exodul rural au concentrat în aglomerările urbane oameni total diferiți, în timp ce modernizarea transformă familia din unitate de producție în unitate de consum. Valorile au fost ajustate și schimbate pe măsură ce standardele unei vieți prospere au fost redefinite pentru a include confortul urban, achiziționarea și consumul produselor industriale. Migrarea a dus la vaste mișcări ale populației și mixuri de oameni cu origini diverse, concentrați în zone noi. Diviziunea muncii a determinat și ea nevoia de forță de muncă specializată și ca atare, nevoia de educație de specialitate. Pe fondul acestei dezorganizări sociale apar noi probleme sociale precum criminalitatea, consumul de droguri și alcool, suicidul, etc.

Structura socială devine din ce în ce mai complexă, iar noile sisteme de stratificare bazându-se mai puțin pe criterii atribuite și mai mult pe criterii dobândite. În plus, avem de-a face cu o mobilitate socială crescută. Noul set de valori, centrat pe dimensiunea urban – industrială etichetează succesul drept modul de viață și gândire pentru milioane de oameni. Aceste schimbări sociale importante au determinat apariția unor diferențieri sociale pe măsura complexității sociale. Astfel se consolidează tradiția cercetării prin sondaje de opinie, comparațiile statistice ale comportamentului oamenilor pe baza de categorii sociale, asocieri între diverși factori. Strategie de cercetare dominantă, ea se bazează pe asumția că de cele mai multe ori, oamenii cu identitate comună prin apartenență la aceeași categorie socială se comportă în același mod.

Există și categorii de oameni care duc un mod de viață diferit față de al societății în ansamblu definit de atitudini distincte, valori și abilități legate de statusul și profesia lor în cadrul societății. Mai mult, fiecare categorie de indivizi se confruntă cu un set de probleme distincte, care se deosebesc de cele ale societății în totalitatea ei.

Rezultatul combinării acestor factori a arătat că membrii publicului din cadrul unor categorii sociale distincte aveau tendința să consume bunuri media diferite, să selecteze mesaje diferite din mass-media, să interpreteze același mesaj în moduri diferite de cele ale altor categorii sociale, să rețină mesajele selectiv și să acționeze diferit, ca rezultat al expunerii la influența mass-media. Putem încerca și o extensie a teoriei diferențierii sociale: *teoria utilizărilor și gratificațiilor*. Dacă membrii publicului sunt diferiți, atunci preferințele și necesitățile individuale influențează pattern-urile de atenție ale oamenilor față de conținutul mass-media și ale utilității informațiilor obținute prin intermediul acesta.

2. A doua explicație: relațiile sociale

O nouă explicație bazată pe studiul relațiilor de grup în procesul comunicării de masă apare în contextul social de după al doilea război mondial. progresului științific, moment în care metodele empirice devin singurele metode prin care funcționează știința. Apare ideea logicii de cercetare, care face ca un demers să fie consecvent. Filosofia științei și nu cercetarea socială *per se* vor face că noile metode de cercetare să conțină principii care forțază realitatea să evoce anumite fapte. Noua filozofie de cercetare dă practic posibilitatea de a exprima orice lucru în mod exact. Sociologia trebuie să stabilească și să utilizeze un set de instrumente de natură să trateze statistic datele. Studiul opiniei publice⁴ devine cea mai avansată preocupare a momentului. În comunicare, eforturile de a determina rolul mass-mediei în comportamentul social și politic sunt susținute prin Lazarsfeld. În acest context, Lazarsfeld, Berelson și Gaudet au realizat un studiu asupra impactului campaniei pentru alegerile prezidențiale mediatizate de presa scrisă și radio. În urma acestor studii s-a probat că unii subiecți au fost activați de către campania realizată prin intermediul mass-media⁵ iar mesajele campaniei au cristalizat acele predispoziții până când ele au devenit manifeste. Dacă unii alegători erau deja hotărâți de la începutul campaniei, deciziile lor au fost consolidate printr-o selecție continuă și partizană a mesajelor suplimentare din mass-media. Doar în puține cazuri deciziile de vot inițiale au fost schimbate de către mesajele comunicate prin mass-media. În principal, semnificația este importantă deoarece reprezintă prima încercare de a testa validitatea unor ipoteze prin confruntarea cu lumea reală, iar maniera îmbracă o formă dominantă pentru abordările cu pretenții științifice. Semnificația secundă și relevantă pentru aceste pagini este că se trece de la rolul determinant al comunicatorului la receptor. Se diferențiază acum între „publicuri“, considerate relativ la consumul unui produs media. Întrebări precum „cui?, cu ce efecte?“ iau locul clasicelor cauzale „cine?, ce?, cu ce efecte?“.

Teoria *fluxului în doi pași* pare să contribuie cu noi explicații. Potrivit acestora, relațiile sociale informale joacă un rol important în modificarea modului în care individul selectează mesajul din acțiunile făcute în mass-media și sunt influențați de către acest mesaj. Membrii familiei, prietenii și alții sunt influențați de anumite mesaje transmise prin mass-media și la rândul lor le supun atenției altor votanți, care nu sunt expuși direct acțiunilor și campaniilor mediatizate. Astfel se formează un flux indirect de idei și influență dinspre mass-media către cei care erau expuși direct⁶ prin canale interpersonale, către alte persoane care nu erau expuse mesajelor originare. Dacă în abordările standard, de tipul „glontelui magic“, nu aveam în vedere factori care să intervină între mijloacele de comunicare și masă, acum avem de analizat situația în care mai multe seturi de variabile intervin și modifică relația dintre ele.

Potrivit *principiului atenției selective*, oamenii își creează filtre mentale care selectează cantități enorme de informație, iar atenția lor se limitează la un segment restrâns din mesajele pe care le au la dispoziție, ca urmare a apartenenței lor la anumite categorii sociale sau sub-cultură distinctă.

Al doilea principiu este cel al *percepției selective*. Având câmpuri cognitive diferite, oamenii percep diferit un stimul. Ca urmare, membrii unui grup social sau ai unei categorii sociale specifice care generează subculturile vor atribui pattern-uri distincte de semnificații unor conținuturi informaționale mass-media. Grupului social sau categoriei sociale le sunt definitorii o anumită structură și o cultură specifică, ambele determinate de relațiile și procesele psihosociale dezvoltate în cadrul său. Astfel, caracteristicile sociale și orientările culturale diferite presupun interpretări diferite ale aceluiași conținut informațional. Al treilea principiu fundamental abordării relațiilor sociale, anume *principiul reamintirii selective*, ne arată că

anumite tipuri de conținut informațional vor fi reținute mult timp de către anumite tipuri de oameni, în timp ce alți indivizi sociali cu structuri cognitive diferite, aparținând unei categorii sociale diferite, vor uita aceleași informații mult mai repede. Potrivit ultimului principiu, al *acțiunii selective*, nu toată lumea va reacționa la fel ca rezultat al receptării unui anumit mesaj mediat.

Este greu să evaluăm un singur set de efecte ale mass-mediei asupra publicului, mai cu seamă în societățile moderne. Indivizii au structuri cognitive diferite deoarece au experiențe de socializare și învățare în medii sociale și culturale diferite. În societățile moderne complexe precum cele caracterizate de regimuri democratice, indivizii tind să își creeze categorii și subculturi distincte. Nevoia de a aparține și de a se identifica cu grupuri este genetică. Viața socială presupune activitate grupală. Un individ aparține unuia sau mai multor grupuri deoarece oamenii dezvoltă și împărtășesc convingeri, atitudini și pattern-uri de acțiune specifice, care le satisfac necesitățile și constituie o modalitate de rezolvare a problemelor speciale pe care le au. Privind atent la procesele de interacțiune de grup prin care se facilitează preluarea, învățarea și socializarea, vom descoperi modul în care categoriile sau grupurile sociale se constituie ca mediu de acțiune prin definirea așteptărilor, performanțelor și nivelurilor de satisfacție ale membrilor săi.

Dacă indivizii din societățile tradiționale întrețineau legături strânse și durabile cu comunitatea, aceasta fiind foarte importantă pentru individ, în societățile democratice moderne, aceștia întrețin legături sociale semnificative cu familia, prietenii, vecinii, colegii de muncă. Acum devine destul de clar că diferențele individuale puternice ce țin de structura cognitivă, preferințele legate de grupuri sociale și relații între membrii aceluiași public influențează crearea de pattern-uri selective de atenție și percepție, memorie și acțiune legate de anumite forme ale conținutului informațional mass-media. Definirea contextului social devine esențială în procesele de comunicare mediată, iar identificarea efectelor mass-media se face relativ la mai multe dimensiuni și variabile. Aceasta relevă dificultatea teoretico-empirică a evaluării efectelor mass-media asupra dimensiunii acționale.

3. Concluzii și implicații

Influența mass-mediei asupra atitudinilor și comportamentelor rămâne greu de cuantificat. Dificultățile cele mai mari pe care le ridică teoriile prezentate aici se referă la proba empirică a ponderii efectelor mass-media. Majoritatea încercărilor de cunoaștere de acest gen, chiar atunci când insistă asupra realității sociale, detașându-se de reflecțiile abstracte, nu reușesc să stabilească în termen reali ponderea pe care mass-media o are în producerea efectelor pe care de altfel toți le recunoaștem. Tendința generală a preocupărilor de cunoaștere în acest domeniu confirmă și dezvoltă consecințele influenței mijloacelor de comunicare în masă. Or, trebuie să avem în vedere că nu doar mass-media exercită influență asupra laturii atitudinale și comportamentale a indivizilor. În societățile moderne există acțiuni conexe ale mai multor factori care pot să tindă spre același punct. Mai mult, între acțiunile diversilor factori poate exista un conflict. Chiar, mass-media sunt competitive.

Dacă ne-am obișnuit să acordăm atenția cea mai mare aspectelor vizate de mijloacele de comunicare în masă, este timpul să tratăm cu egală importanță fenomene sociale precum happeninguri și patternuri de comunicare subterană, comunicării față în față și interacțiunii prin schimb și semnificație.

Tema efectelor pe care mass-media le au în societățile libere rămâne o preocupare actuală în studiile de sociologia comunicării. Comunicarea prin mass-media este totuși doar un factor în procesul de influențare a atitudinilor și comportamentelor. Aceasta explică eșecurile de rigoare și măsură ale multor cercetări în domeniu, dar justifică și obligația de a ține cont de complexitate în analizele specifice.

Note

¹ Mă refer aici strict la a doua jumătate a secolului XX.

² Teoriile societății de masă cazul semnificativ „glonțului magic”, conform căreia puterea de influență a mass-mediei este practic dependentă de interesul comunicatorului.

³ Postman argumentează că televiziunea trebuie să fie prin natura sa distractivă. „Nu poți să faci filosofie la televizor pentru că forma în care o poți face intră în contradicție cu conținutul”.

⁴ Conceptul se va abstractiza de dragul coerenței.

⁵ Apartenența la o anumită categorie socială determina anumite „predispoziții latente” de a vota într-o anumită direcție.

⁶ Aceștia sunt liderii de opinie, care au și rolul de a furniza interpretări campaniei electorale.

Referințe bibliografice

1. Bartels, Larry (1993). „Messages received: The political impact of Media Exposure”, *American Political Science Review*, 87.
2. Kline, Gerald; Tichenor, Philip (1972). *Current Perspectives in Mass Communication Research*, Sage Publications, London, UK.
3. Katz, Elihu; Lazarsfeld, Paul (1955, 2000). *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communication*, Transaction Publishers.
4. Newton, Kenneth (1999). „Mass-media effects. Mobilization or media-malaise?”, *British Journal of Political Science*, Vol. 29, No. 4.
5. McQuail, Dennis; Windahl, Sven (2001). *Modele ale comunicării pentru studiul comunicării de masă, Iasi, Polirom*.
6. Paletz, David L.; Entman, Robert M. (1981). *Media. Power Politics*, The Free Press – Macmillan Publ. Co., London.
7. Potter, James W. (1998). *Media literacy*, Thousand Oaks, Sage Publications, London, UK.
8. Putnam, Robert D. (1993). *Making Democracy Work*, Princeton University Press, Princeton, New Jersey.
9. Rudiger, Schmitt-Beck (2003). „Mass Communication, Personal Communication and Vote Choice: The Filter Hypothesis of Media Influence in Comparative Perspective”, *The British Journal of Political Science*, Vol. 33, No. 2.
10. Thompson, John B. (2000). *Media și modernitatea. O teorie socială a mass-media*, Editura Antet, București.
11. Zaller, John R., (1997). „The Myth of Massive Media Revived: New Support for a Discredited Idea”, in Mutz, Diana; Sinderman, Paul, coord. (1997): *Political Persuasion and Attitude Change*, Ann Arbor, University of Michigan Press.

Catherine GHOSN*

Standards on French television

Abstract

Our study deals with the representation of diversity on television in the public channels since 2000 in order to determine if the efforts and the promises expressed for more than 10 years by politicians improved indeed the audiovisual situation.

Key words: standards, representation, diversity, television.

“French people watch TV nearly 3h30 a day and 4h a day for people who get the eighteen channels of digital television. As the audiovisual media are the main “tools” of the social representation, they must be in accordance with the reality of our society in its diversity”¹. This “sentence” expressed by Dominique Baudis, president of the Conseil Supérieur de l’Audiovisuel² (CSA) from 2001 to 2007, contributes to underline the part and the place that the media should take in the French people’s life as reflection of their own reality. This assertion came after many claims strongly expressed by associations, citizens, and especially by the association “Egalité” with Calixthe Beyala as spokesperson. The writer denounced the underrepresentation of the ethnic minorities in the French audiovisual landscape and lodged a complaint against the CSA and against the French government in 1998 because of the absence of Black people on television. After that, in 1999, Hervé Bourges as a president of CSA talked with the members of the association Equality about that problem. This event was seen as the beginning of the work about the representation of “diversity” on TV.

Our study deals with the representation of diversity on television in the public channels in 2009 in order to determine if the efforts and the promises expressed for more than 10 years by politicians improved indeed the audiovisual situation. For that, we read the former research about the representation of diversity on television, like for example, the work coordinated by Guy Lochard³ because he analyzes the representation of diversity in several French-speaking countries (France, Switzerland, Canada, Belgium). He deals with the regulations and the devices used in these countries. On a broader level, we refer to the work of Claire Frachon and Virginia Sassoon⁴ because it takes into account the diversity by establishing an assessment of the policy followed as well in Europe as apart from the European borders without limiting the study to the French-speaking countries. However, as far as we know, one can’t find any work about the standards used for the representation of diversity on French television. The few documents we read come from the CSA studies or from different institutional authorities and become then for our work the essential references.

* Associate Professor, PhD, Paul Sabatier University of Toulouse, LERASS-Technopolis, France.

The emergence of new groups (Comité permanent de la Diversity, Observatoire de la Diversity set up by the CSA) combined with the other structures working on the same subject made it possible to lead to the result which shows indeed a change of orientation in the choice of the programme planning, in particular France Télévisions. We limit our study to the official texts which milked with the question of the representation of diversity on French television.

1. The context about the representation of diversity on TV

1.1. The chronological account

It is necessary to go back to 1991 to get aware of the absence of representation of diversity on television. Indeed, the study of CIEMI (Study and Information Center on the International Migrations) analyzed 15 days of program on TV and concluded with the underrepresentation of the minorities. We refer then to the CSA affirming that the Council made a first quantitative study about the perception of diversity on television in 1999. However, this document is accessible neither in line nor in paper, which does not make possible to compare this first study with the one carried out in 1991 or later in 2009. The year 2000 is remembered by the introduction of one provision to diversity into conventions of the private channels, clause which urged the distributors “to take care of a better representation of diversity on TV”. In 2005, there was an assessment on “the representation of diversity of the origins and the cultures on television and radio”, carried out by the CSA. The same year, the government integrated into the project for the “Egalité des chances” particular legislative measures in order to improve the representation of diversity in the audiovisual media. As Dominique Baudis underlined it, “these adjustments give a more solid legal base to the action carried out by the CSA and recognized the legitimacy of its interventions in this field”. Years 2007 and 2008 are respectively remembered by the creation of the working group “Diversity” within the CSA and by the “L’Observatoire de la Diversité” in support for the CSA. In 2009, the biannual barometer of diversity was set up and the distributors of private and public channels were auditioned in order to inform the CSA of the aims they have within their own channels in terms of “diversity” for the year 2010. The question which arises now is the one of the characteristic of the Comité permanent de la Diversité. What kind of aims and missions does it have on the topic of diversity?

1.2. The Comité permanent de la Diversité

The factors which slowly and gradually determined the creation of the Comité permanent de la Diversité come from several years ago and from various sources. We chose to analyze these sources according two criteria: 1) their statute in order to evaluate the evolution of their own framework, 2) the decisions which were registered in an official text (decree, etc) followed with concrete facts on TV. We thus identify three origins.

First of them, the CSA wanted to improve the question of the representation of diversity with the private and the public channels. It thus modified the conventions with the audiovisual private services with adding there recommendations relating to the promotion of the values of integration and solidarity and with the taking into account of the diversity of the origins and cultures of the national community. For the public channels, the CSA asked in

1999 the Minister for the culture and Transport a modification of the specifications of these channels with the same recommendations as the private ones. The government thus modified the specifications of the public channels to underline one of the missions of the general channels which is to be watched by all the public without exclusion nor discrimination. France Televisions is the second reason. In January 2004, collaboration between the public audio-visual group and the Inter-ministerial committee for integration, created in 2003, set up the Positive Action plan for the Integration (P.A.P.I) that had a double objective. The first one is to make it possible that the diversity of society is visible on all the channels of public service, and the second one is to reinforce the presence of people coming from immigration in different programs, the debates, and so on. The last reason is the social context and policy. The year 2005 is remembered in all the documents treating of the representation of diversity on television like a determining year. Indeed, violence which burst in some suburbs left important marks. After he met the persons in charge with the representation of the diversity of the French population on television, the President of the Republic planned to set up measurements in favour of social cohesion to fight against discriminations on television. The application of these measurements took place in 2006 in the modification of the missions and the obligations of the CSA and, for example, in the diffusion of France O on the metropolitan territory. The concern of acting concretely on the audio-visual programme is accompanied in 2008 by the creation by the CSA of the Observatoire de la Diversité in the audio-visual media.

1.3. What kind of missions and parts?

In June 2009, France Televisions sets up the “Comité permanent de la Diversité”. This committee is composed with parity of experts, people from the civil society and collaborators of France Televisions. Hervé Bourges is the president. Chairman and managing director of TF1 (1983-1987), Chairman and managing director of France Televisions (1990-1993), president of the CSA (1995-2001) and member of the Observatoire de la Diversité, he is an reference in the audio-visual world. The missions of the Comité permanent de la Diversité are declined in several points: they must promote the representation of diversity on TV as within the company and set indicators of follow-up of the presence of diversity from these two points of view (within the company and in the programs). Each year, the committee must thus give an account of its work and evaluate, according to the criteria which it will have defined, the action of France Televisions for diversity in front of the Board of directors of the company. Starting from the aims defined by this Committee, we wonder what the new recommendations are, what kind of “standards” they established?

2. The standards of representation

2.1. “Standards” and audio-visual policy

The concept of “standard” is combined differently according to its field (social sciences, sciences, economy,...) which declines it itself in a particular way according to the selected field of analysis (philosophy, sociology,...). The works we read about it are more linked to the field of the law referring to the constitution of the laws or the hierarchy of the standards. They can also refer to philosophy with a work on normative ethics, or to linguistics for the

semantic standards or the standardization of the French language. The concept of “standard” is still fuzzy in a communication approach, but we note however that in social sciences, the standard implies recommendations and tracks to modify a state but does not imply obligations. The question about the references is important when the CSA wants to set “indicators of follow-up of the presence of diversity” on TV. Indeed, the republican law is based on the principle of equality between the citizens and then does not make it possible to name for example the ethnic minorities. The absence of statistical data obliges to proceed in an “artisanal” way like counting, or writing the number of times representatives people of diversity are shown on TV. The task is all the more difficult as the study of the representation of diversity on television is unequal, heterogeneous and very incomplete according to the public channels and of the private channels.

2.2. The survey

The CSA found two types of resources to solve this problem. The first one is the references to INSEE⁵ for all that relates to the nomenclature of the professions, the socioprofessional categories and the census to facilitate the development of a handbook of indexing. The second one is what the CSA called “the five key measurements” intended for the whole of the channels. He indeed consulted different channels to talk about the representation of diversity on television, by taking into account the individualized course of these channels. The Council put a judicial system which ended in the development of an endorsement or a convention with each distributor to improve the representation of diversity on TV. This project however remains fragile. Indeed, we underline in the text developing these “five measurements” that the terms used, like “engagement of each distributor”, “improvement of the artistic distribution”, “insertion of a clause of sensitizing to diversity”, “acts of sensitizing of the channels” do not reflect really a strong political will to modify the current trend and practically remain with the state of promise and not of obligation. Moreover, the accessible information concerning the engagement of each channel do not appear nowhere, and thus are superficial because it is not mentioned which criterion (the place of the men and the women in the program, the socioprofessional category, the ethnic origin or the handicap) the channels choose to develop, to even improve. There is another problem of “standard”: is the hour of broadcast taken into account? If so, which value can we give to the premium time, the end of evening, and so on? Another question is the duration: the representation of diversity must be seen all the time, programmed over the duration and registered in the rolling programme. Was the criterion of time taken into account? Here is the assessment we can draw up in 2008 thanks to different studies on the subject.

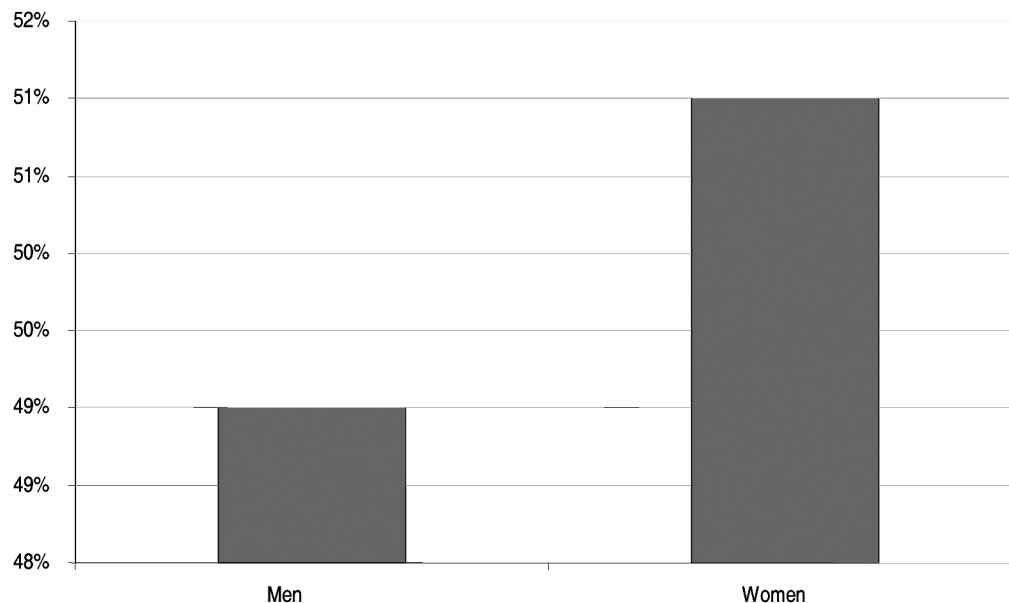
3. The assessment in 2009

The study retains four principal criteria of diversity: the sex, the socioprofessional category, the ethnic origin, the handicap, criteria which one then compares with those provided by INSEE in order to evaluate the relevance of the representation of diversity on television.

3.1. The representation women/men

With regard to the representation women/men on television, a part much more significant is granted to the men compared to the reality, based on the census of INSEE brought up to date in 2002.

Figure 1. Distribution Men/Women in France.



Source: Barometer of diversity on television, CSA, September 2009.

If, actually, the population is composed of 49% men and 51% women, the total of the program on TV except publicity grants to the place to 65% men and 35% women. Publicity also distributes in an unequal way the distribution, with 58% men and 42% women. This variation much more in favour of the men is checked paradoxically in all the kinds of programs (publicity, magazines,...).

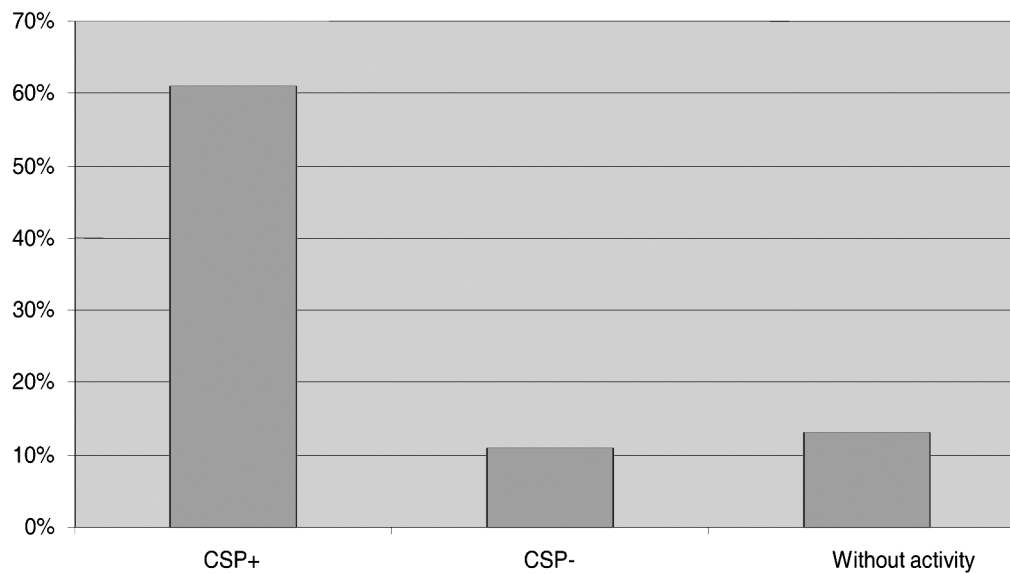
3.2. The socioprofessional category

For the socioprofessional category, it is interesting to note that in addition to those provided by INSEE, the needs for the investigation had to reveal other categories for the “marginal or illegal activities”, like those of the prostitutes, the gangsters, and so on. The socioprofessional categories are distinguished in several shares which should be read as follows:

- Socioprofessional category + (*CSP+*): Farmers, owners, Craftsmen, tradesmen, Frameworks and higher intellectual professions
- Socioprofessional category - (*CSP-*): employees, workmen
- Retired people
- Without activity (children, pupils, students, housewives, unemployed...)

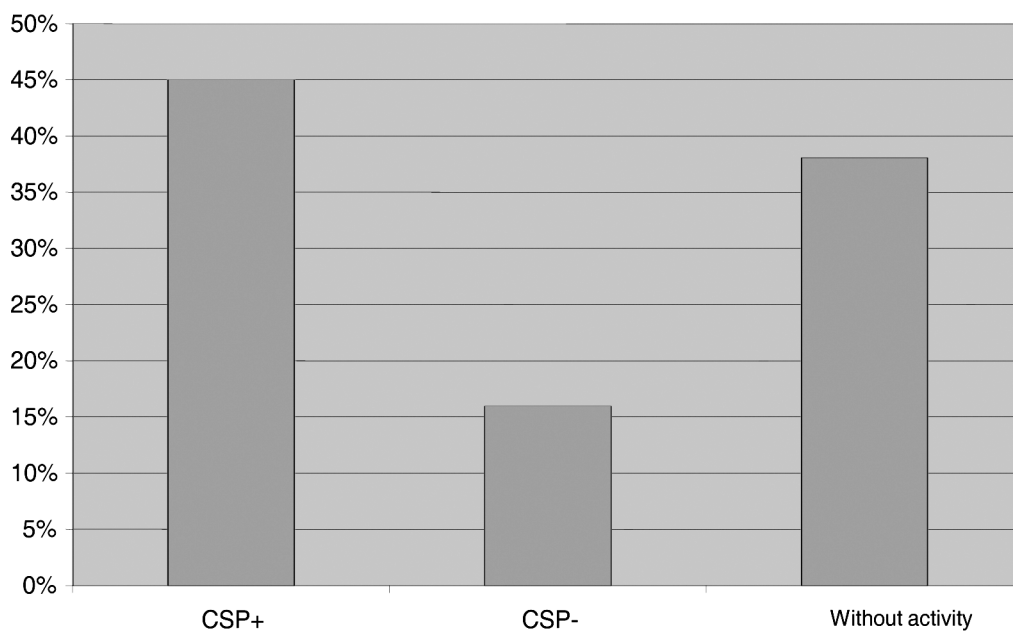
There is a difference in the representation of diversity between the “programs without publicity” and publicity.

Figure 2. Socioprofessional categories (total without publicity).



Source: Barometer of diversity on television, SCUMS, September 2009.

Figure 3. Socioprofessional categories in publicity.



Source: Barometer of diversity on television, SCUMS, September 2009.

Indeed, without publicity, the most represented socioprofessional category is the one of the executives or the one of intellectual professions with a total representation of 61%.

Disappointing report : magazines of information and TV news seems the most discriminating programs because in 8 cases out of 10, they privilege the testimony of people belonging to the category of the executives and the higher intellectual professions. Publicities add up 45% of them. The greatest difference is visible for the category of “Inactive” (pensioners, children, pupils, students, housewives, unemployed...) because the program “without publicity” adds up 13% of them whereas the program “publicity” counts 38% of them. It is astonishing to note that publicity approaches the most reality if we base on the data of INSEE with 55% “Inactive in France.”

3.3. The ethnic origin

The study of the ethnic origin is based on the physical features, the consonance of the names/first names or on other data. The people coming from diversity are described as “not white” and their ethnic origin is declined in “Blacks”, “Arabs”, “Asian” and “Different”. It comes out from it a “weak variety” of the ethnic origins while being based on the result of 11% of “not white” on the whole of the indexed programs (thus 89% of “white” represented on television). For the programs “without publicity”, the various people of origin more often appear in secondary roles. The results are similar for the two categories, namely 13% of “not white” for the programs without publicity and 10% for publicity. The result is equivalent besides for all the kinds of programs and oscillates between 12% and 14% people resulting from ethnic diversity (for the fiction, information, the magazines, and the sport), with share the entertainment which posts a result of 18%, thanks to the category “Music”.

3.4. The handicap

To finish, the criterion of the handicap was given starting from data visible on TV (sticks for blind man, wheel chair, malformation...). The presence of handicapped people on TV is near to zero. On the 142 handicapped people who were indexed the week of the study, most of them appeared in a program far away from reality (68 people in “publicity” and 37 in fiction) to a smaller proportion still in the category “Magazine”, with only 6 people.

In conclusion, our study gives us sufficient elements to propose answers. We wondered whether the hours of diffusion were regarded as a “standard” to respect so that the representation of diversity remains visible with the broadest audience. It proves that this criterion appears neither in the reports/ratios or the studies recommending of the tracks to improve the “visibility” of diversity to the screen nor in methodology of the barometer financed by the CSA. However, for the second question concerning the duration of the representation of diversity on TV, we wrote that this criterion was actually taken into account by applying a weighting between the place of the character in the program and the duration of the program. With regard to the principle “of innovation”, our conclusion remains mitigated. This principle cannot appear as a “innovation” if one compares the process with other audio-visual policies installation abroad, in particular in the United States.

Notes

¹ BAUDIS (D.), 2006, « La représentation de la diversité nationale à l'antenne », *Médiamorphoses*, septembre 2006, n°17, p. 67-69.

² The CSA is an administrative and independent authority created in 1989. It guarantees the independence of the audio-visual communication.

³ LOCHARD (G.), 2006, « Minorités visibles », *Médiamorphoses*, septembre 2006, n°17.

⁴ FRACHON (Cl.), SASSOON (V.), 2008, *Médias et diversité. De la visibilité aux contenus. Un état des lieux en France, en Allemagne, au Royaume-Uni et aux Etats-Unis*. Karthala / Institut Panos Paris.

⁵ National Institute of the Statistics and the Economic Studies.

References

1. Alia V. & Bull S., 2005, *Media and Ethnic Minorities*, Edinburgh, Edinburgh University Press.
2. Anwar M., 1983, *Ethnic Minority Broadcasting*, London, Commission for Racial Equality.
3. Anwar M & Shang A., 1982, *Television in a Multi-Cultural Society*, London, Commission for Racial Equality.
4. Browne, D. R., 2005, *Ethnic Minorities, Electronic Media, and the Public Sphere*, Cresskill N. J., Hampton.
5. Frachon Cl., Sassoon V., 2008, *Médias et diversité. De la visibilité aux contenus. Un état des lieux en France, en Allemagne, au Royaume-Uni et aux Etats-Unis*. Karthala / Institut Panos Paris.
6. Lochard G., 2006, « Minorités visibles », », *Médiamorphoses*, septembre 2006, n°17.

Magor KADAR*

Tehnici de analiză a campaniilor de comunicare

Rezumat

Materialul prezentat mai sus reprezintă un domeniu nou care se ocupă cu analiza cantitativă și calitativă a activităților de comunicare. Scopul acestuia este să prezinte dificultățile analizelor campaniilor de comunicare, metodele de măsurare și indicatorii, respectiv, în manieră sumară, mijloacele analizei. Metodele de măsurare și evaluare relevante joacă un rol important în instituționalizarea științei comunicării, în același timp, pun bazele transmiterii sale ulterioare și realizării studiilor de caz.

Cuvinte-cheie: campanii de comunicare, cercetare, evaluare, analiză, metodologie.

Abstract

The article studies the new field of campaign research methodology. The objective is to present the difficulties of communication campaign research, the evolution of research methods and trends, then to focus on the principles of practical evaluation, its rules and the methods of evaluation. It reviews the methods that are used in the measurement of the change of opinion and behavior, and reveals the patterns suitable to be used in case studies.

Key words: Communication campaigns, research, evaluation, analysis, methodology.

1. Problematica evaluării campaniilor

Campaniile de comunicare – asemeni oricărui proiect – se încheie printr-o evaluare. Abordarea conform ciclului de viață a proiectelor vorbește de patru etape care, după proiectare, prelucrare și realizare include și etapa evaluării. Evaluarea unei activități implică, totodată, și analiza activității imediat următoare, aceasta constituind nu doar baza ciclului de viață al proiectului, ci, în același timp, și piatra de temelie a campaniilor structurate ciclic. Managementul proiectelor a reușit treptat să se insinueze în campania de comunicare, Brisoux (1986) consideră însă că înainte de realizarea campaniei, informațiile strânse pe parcurs sau ulterior, examinate și analizate sunt cele care, în realitate, asigură eficiența și credibilitatea campaniilor.

În ciuda acestui fapt, continuă să existe foarte puține campanii care își fac timp pentru o evaluare serioasă în condițiile în care campania și-a atins, printr-un efort de mobilizare a resurselor, scopul propus sau cel puțin a îndeplinit criteriile de succes. De altfel, referitor la această problemă și Desaulniers (1987) își precizează propriile observații, considerând că acest fapt se poate realiza, ținând cont de evaluarea puțin realistă a pieței de campanie, doar printr-un

* Lector universitar doctor, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj Napoca, România.

buget și prin resurse uriașe, și deci ar fi logică și, în același timp, legitimă analiza rezultatelor concrete ale acestor campanii.

Pot exista mai multe motive pentru acest handicap al evaluării. Conform lui Melancon (1987), specialistul în comunicare preocupat mereu de stingerea incendiului este, în schimb, atât de prins în această activitate încât nu mai are timp să reflecteze asupra sursei sau cauzei focului, tocmai de aceea, el nici măcar nu încearcă să vadă cât de eficientă a fost, în cele din urmă, activitatea sa. Dacă apare undeva vreo problemă, el este cel adus în față, dar imediat ce a stins focul este așteptat într-un alt loc, astfel încât, nu are nici măcar timpul necesar să-și pună echipamentul în ordine, asemeni unui pompier conștiincios, și care să-l împiedice să facă anumite lucruri care s-ar putea bate cap în cap. Motivul suprasolicitării specialiștilor în comunicare, precum și a lipsurilor existente în analizele de campanie, poate fi găsit în bugetul redus alocat acestor probleme sau, cel puțin, acesta este punctul de vedere cel mai răspândit la nivelul specialiștilor în domeniu. Similară este și opinia lui Dagenais, conform căruia „*bugetul majorității campaniilor nu face posibil nici măcar pregătirea unei evaluări*” (Dagenais 2003, p. 318). Modificări în analizele de campanii au fost aduse doar de campaniile cu profil economic care, prin utilizarea unui *outsourcing* succesiv, ajung să delege sarcina de comunicare unei firme, aceasta la rândul ei, odată terminat proiectul, îl dă mai departe unei firme de publicitate care se ocupă de cumpărare dar care transferă realizarea reclamelor unui departament creativ și așa mai departe. Întrucât fiecare firmă creează presiune asupra celui angajat cerându-i socoteală, are loc, într-o oarecare măsură, o evaluare cuantificată a procesului de realizare a campaniei. În pofida acestui fapt, metoda respectivă nu poate fi aplicată la nivelul întregului proces întrucât, dacă are loc o dereglare a axului central al campaniei, adică mesajele sale nu vor fi clare estompându-se efectele acestora, nu se mai poate identifica, de-a lungul delegării succesive a sarcinilor, unde a intervenit eroarea.

De aceea, se poate afirma, pe bună dreptate, cum s-a făcut încă de la începutul secolului, că „*există limite ale evaluării întrucât aceasta reprezintă un teritoriu încă incert în care hazardului îi rămân multe de spus*” (Dagenais 2003, p. 319). De aceeași părere este și Dumas, conform căruia „*dispunem de puține instrumente științifice cu ajutorul cărora să putem măsura relativ corect eficiența activităților noastre*” (Dumas 1971, p. 151). Este foarte posibil ca metoda comunicării prin publicitate – probabil datorită unei finanțări mai serioase – să fie deja capabilă de a măsura rezultatele, campaniile orientate spre relații publice și spre scopuri cu tentă socială continuă, în schimb, să bată pasul pe loc în ceea ce privește capacitatea de a-și măsura eficiența. Ca singură soluție de liniștire raportat la această stare de fapt rămâne afirmația cinică conform căreia, din moment ce campaniile de relații publice sunt cele care produc încredere, atunci trebuie să crezi în vorbele organizatorilor de campanie și, anume, că respectiva campanie a avut rezultate.

Campaniile cu profil economic sunt, prin urmare, deschizătoare de drumuri, restul campaniilor punându-și abia acum la punct metodele de evaluare. Cauza acestui decalaj este, în primul rând, inflația de campanii: pe piața comunicării nu predomină cele atent proiectate, ci minicampaniile produse conform unui șablon care adesea sunt nereușite, angajatorul (clientul) ar trebui să aibă întrucâtva în vedere acest lucru iar cel angajat ar trebui, în schimb, să poată da explicații. Din acest motiv, evaluarea și analizarea campaniilor împrumută metode de cercetare de la disciplinele conexe pe care le adaptează la propria situație – această metodă este specifică, de regulă, oricărei discipline noi și pe cale de instituționalizare. Cercetarea de campanie nu reprezintă, prin urmare, o activitate lipsă sau o una care există dar este deficitară, ci un domeniu care abia acum se constituie.

2. Tendințe în analiza activităților de comunicare

Nu s-a constituit încă un domeniu legat de cercetarea activităților de comunicare dar, cu toate că există metode împrumutate, se pare că, cel puțin deocamdată, acest domeniu al comunicării de campanie nu este propriu-zis o știință întrucât nu a putut dobândi o autonomie proprie, altfel spus, nu a putut ajunge la o tematizare a diferențelor sale în raport cu alte domenii. În momentul de față există două tendințe majore aflate în tensiune cu privire la măsurarea activităților de comunicare. Din perspectiva managementului, activitățile de comunicare se bazează pe creativitate și mai puțin pe abilități în cercetare întrucât acestea sunt, de cele mai multe ori, activități intuitive și de natură personală (Watson, 1997). Conform celeilalte tendințe, exercitarea activităților de comunicare se realizează pe baza unor reguli foarte stricte, a unor principii de cunoaștere empirică și de comportament social. Prin urmare, este posibilă în cazul unei părți a activităților de comunicare și, pentru toate acele scopuri ale proiectelor acestor activități, solicitarea unor metode de evaluare, acestea putând fi puse ulterior în practică.

În consecință, măsurarea devine o problemă științifică, atenția îndreptându-se spre procesul evaluării. La sfârșitul anilor '70 și începutul anilor '80 problema fundamentală a metodelor de cercetare din științele sociale, similară totodată cu cea privind cercetarea metodelor din domeniul comunicării, este raportul dintre metodele cantitative și cele calitative. Rossi-Freeman (1993) au considerat, spre exemplu, că metodele cantitative de măsurare au, de regulă, o acuratețe mai mare, recomandând, în schimb, utilizarea metodelor calitative în domeniul *design*-ului și al *monitoring*-ului. *Afirmațiile lor au declanșat numeroase controverse, urmarea fiind că fiecare metodă de cercetare a ajuns să fie considerată ca având avantaje și dezavantaje, nu există o rețetă universală, tocmai de aceea pot fi utilizate ambele metode, mai mult chiar, ele trebuie utilizate împreună.* Concluzia lui Hayward a fost aceea că oricare ar fi metoda de măsurare, este preferabilă, totuși, situației în care nu ar exista nicio astfel de metodă – prin urmare, drumul în alegerea metodelor de măsurare conform preferințelor personale sau profesionale este deschis.

Factorii de evaluare a campaniei sunt dificil de cuantificat, literatura de specialitate nu are, pe de altă parte, niciun rol în proiectul anterior de evaluare a campaniei. În cazul campaniilor prin reclame, cu profil economic, apare variabila factorilor de succes, adică, o campanie este considerată un succes dacă scopurile propuse sunt atinse în marjele unui anumit procent. Deoarece conducerea organizației percepe activitățile de comunicare în sensul unor investiții, așteptările lor sunt îndreptate în direcția recuperării banilor alocați. Pentru a măsura eficiența cheltuielilor este necesară, în schimb, cuantificarea tuturor tipurilor de cheltuieli și, concomitent, eficiența acestora. Mecanismul de eficiență a acestor activități nu poate fi însă izolat de cele activități conexe aparținând altor domenii, de aici și dilema fundamentală, respectiv, modalitatea prin care pot fi standardizate măsurătorile și indicatorii care pot fi, în cele din urmă, stabiliți. Modelele standardizabile implică unități de măsură obiective care pot fi aplicate în orice context sau în orice campanie și, cu ajutorul cărora, se pot măsura și activitățile de comunicare.

Având în vedere mijloacele existente, indicatorii au operat deja cu succes la nivel micro. Ei se referă mai ales la problema utilizării mijloacelor, la măsurarea acestora, la numărul lor, eventual la impactul asupra grupurilor țintă – este cazul măsurătorilor media care nu au, însă, rolul de a contribui la activitatea de comunicare, ci urmăresc doar creșterea nivelului propriilor vânzări și, prin aceasta, utilizarea cu succes (sau măcar în aparență) a propriilor indica-

tori. Efectul este, prin urmare, același: metodele de evaluare și măsurare a activităților de comunicare rămân pe mai departe deficitare, așa cum spunea și Macnamara, această problemă poate fi în continuare considerată călcâiul lui Ahile al activităților de comunicare. Activitățile nu pot fi evaluate prin indicatori unitari, sunt necesare măsurători la nivel macro care să dezvăluie în adâncime raporturile sociale, efectele și reacțiile de acest tip dar nu există deocamdată o metodă de măsurare unanim acceptată. Conform lui Shadish (1991), „*programele nu se realizează într-un mediu vid. Ele sunt influențate, în același timp, de organizații și activități sociale, politice și economice. Există, printre acestea, cauze financiare externe, programe ale unor grupuri de interese sau, totodată, activități sociale, politice și economice bazate pe resurse locale. Evaluarea trebuie să fie conștientă de aceste realități, dacă vrea să contribuie la acele schimbări care sunt implicate în scopuri*”.

Întrucât operează cu mai multe variabile, activitățile de comunicare se află într-o postură mult mai dificilă decât, spre exemplu, *marketing-ul*, științele fiind nevoite să inventeze perspective și metode noi în măsurarea acestor activități.

3. Metode de cercetare a campaniilor

Metodele și perspectivele de evaluare trebuie transmise în cazul oricărui program – astfel, și în cazul campaniilor de comunicare – înainte începerii activității propriu-zise, altfel spus, în timpul proiectării. În caz ideal, evaluările însoțesc întregul proces (monitoring) observând ce anume a reușit programul să realizeze, ce fel de schimbări au intervenit între timp, eventual unde trebuie să se intervină. Ca urmare a schimbărilor produse de activitățile existente, metodele de evaluare se pot modifica la rândul-le, de aceea „trebuie propuse” sau, cu alte cuvinte, trebuie pregătite din timp mai multe metode. Al doilea factor supărător este că, pe parcursul evaluării legate de campanie, metodele aplicate pe anumite etape sutelor de activități de campanii nu se potrivesc în mod obligatoriu cu cele aplicate pe anumite etape altor sute de activități de campanie, în acest fel nici rezultatele nu vor putea fi comparate în mod riguros. În ciuda acestui fapt, folosirea conjugată (mixarea cercetării) a diverselor metode de cercetare oferă cea mai clară imagine asupra problemei la nivelul căreia fiecare cercetare oglindește, în funcție de posibilități, cel mai fidel realitatea.

Tocmai de aceea, cercetarea poate fi împărțită în evaluări pe etape făcându-se, în acest fel, o distincție între situația inițială sau pregătirea (*input*) din momentul evaluării, procesul din momentul evaluării și rezultatele sau punerea în practică (*output*) a metodelor din timpul evaluării. *Metodele evaluării situației inițiale* sunt următoarele:

1. *Analiza (analiza de date) a informațiilor existente*. Scopul acesteia este de a se asigura de faptul că informațiile sunt corecte și, totodată, cunoscute. De aceea, ar trebui consultate toate materialele din cadrul programelor, principiilor directe sau canalelor de comunicare anterioare ale clientului, aceasta în interesul analizei și judecării datelor existente. Pe parcursul acestui travaliu poate fi evaluată amploarea și natura informațiilor existente accesând temele care au nevoie de cercetare suplimentară.

2. *Cercetarea pe bază de etalon (cercetare-benchmark)*. Scopul ei este de a dezvălui, în momentul începerii procesului, starea de fapt și situația mediului înconjurător. Această evaluare se extinde de la nivelul viziunilor și părerilor existente, la gradul de acoperire media atins și la cel de consum media, precum și la compararea cu alte organizații.

3. *Discuțiile pe grupul de focus.* Scopul este acela de a testa în prealabil viziunile, opiniile și strategiile. Întâlnirea și discuția cu grupul reprezentativ de public țintă oferă posibilitatea probării (testării prealabile) a eficienței mesajelor celor mai importante, adică aceea de a clarifica modul în care reacționează oamenii la mesaje și cum anume înțeleg mesajele. Aceste grupuri ajută în același timp să facă mai controlabile forma, regularitatea și durata mesajelor.

4. *Chestionar experimental.* Scopul său este acela de a dezvălui modul în care poate să apară o neînțelegere și felul cum poate fi redusă posibilitatea apariției acesteia. Pot fi încercate și testate modele de chestionare cărora li se pot, în caz de nevoie, modifica și întrebările. Din semnalele primite înapoi de la grupul reprezentativ de public țintă se poate urmări, înaintea distribuirii chestionarelor, dacă mesajele vor ajunge la destinație.

5. *Auditul comunicării.* Scopul său este acela de a măsura toate activitățile de comunicare existente. Auditul nu este altceva decât analiza procesului, mecanismului comunicării și a activității organizației din punctul de vedere al eficienței. Pe parcursul acestuia pot fi evaluate rapoartele, graficele, *logo*-urile, pot fi, de asemenea, interogați la nivel informal angajații, conducerea locală și centrală, cei care iau deciziile, persoanele cele mai influente din media, consumatorii, distribuitorii și alții, prin urmare, toți actorii importanți din punctul de vedere al activităților existente.

6. *Analizarea studiilor de caz.* Scopul este acela de a învăța din experiența altora. Analizarea unor programe anterioare având o structură similară cu cele actuale sunt menite să deschidă accesul organizatorilor la strategiile utilizate de alți specialiști sau la acele soluții folosite în realizarea programelor care s-au dovedit viabile. Mai mult decât atât, acest tip de analiză asigură clarviziune: ce fel de probleme pot să apară, ce trebuie evitat.

7. *Testarea lizibilității textelor.* Scopul este testarea adecvării materialelor scrise. Există tot felul de teste (formulele lui Gunning sau Flesch) prin care se poate măsura cât este de ușor sau dificil de citit sau de înțeles pentru public un text. Aceste teste analizează factori cum ar fi cuvintele polisemantice, expresiile neadecvate sau numărul de termeni străini și de fraze lungi din cadrul unei anumite mostre de text. Există și *software*-uri care analizează lizibilitatea textului pe anumite grupuri țintă.

8. *Examinare specializată.* Scopul este asigurarea unanimității și a calității. Trebuie cerută opinia acelor specialiști care pot să pună la îndoială sau să confirme premisele adoptate și care pot ajuta la înțelegerea mai adecvată a problemelor concrete, necesare la realizarea programului.

9. *Analizarea opiniilor date publicității.* Scopul acesteia este de a testa modul de receptare a mesajului. Pe parcursul conceperii campaniei sunt luate în calcul scurtele evaluări care au fost realizate pe modelele reprezentative ale grupurilor țintă, pe amploarea sau calitatea reacțiilor. Aceasta se poate realiza prin telefon sau printr-o scrisoare, la nivel de grup sau individual, în vederea certificării și confirmării testelor prealabile.

10. *Analiza relațiilor.* Scopul este să evidențieze căile și piedicile din cadrul comunicării. Analiza relațiilor extinse la nivelul întregului sistem face vizibile sistemele de comunicare formale și informale din interiorul unei organizații și, totodată, dezvăluie acele posibile probleme care pot împiedica extinderea comunicării. În acest caz, poate fi utilizată inclusiv metoda chestionarului în folosul urmăririi dinamicii mesajelor importante fiind posibilă, în acest fel, detectarea persoanelor care stau în calea informațiilor sau care le distorsionează.

Există posibilitatea pregătirii în vederea evaluării finale încă din perioada campaniei de comunicare, cu alte cuvinte, documentarea continuă și adunarea de date poate avea loc încă

din timpul activității de campanie. Dar examinarea integrală a realizărilor poate desfășura doar după încheierea campaniei. *Metodele de evaluare ale gradului de realizare* sunt următoarele:

1. *Statistica distribuției*. Scopul acesteia este evaluarea eficienței comunicării. Evaluarea numărului de magazine distribuitoare de marfă (la fel și cel al buletinelor de presă sau al aparițiilor în presă) permite, în același timp, exprimarea cuantificată a gradului de acoperire.

2. *Monitorizarea media*. Scopul ei este de a măsura gradul de acoperire al mijloacelor media. Prima etapă a măsurării este analiza aparițiilor în media sau, altfel spus, decuparea articolelor de presă (clipping) și urmărirea, respectiv, înregistrarea emisiunilor transmise. A doua etapă ar fi nivelul de impact pe care ar putea să-l aibă publicitatea media asupra publicului. Această metodă este însă aplicabilă doar în sfera publicității iar măsurarea tonalității indică doar acele evaluări referitoare la impactul asupra publicului.

3. *Analiza conținutului media*. Scopul este analiza importanței conținutului media. Un proces atât de sistematic presupune stabilirea conținutului și tonalității emisiunilor de știri difuzate în media și a reportajelor, respectiv, analizarea modului în care poate fi continuată transmiterea celor mai importante mesaje și activități. Această metodă ajută mai degrabă la identificarea mesajelor transmise prin media cum ar fi, de pildă, ce anume a înțeles publicul țintă din aceste mesaje.

4. *Analiza grupului țintă*. Scopul acesteia este măsurarea efectului obținut asupra grupului țintă. Analizele realizate asupra grupului de public țintă au rolul de a stabili dimensiunea grupului respectiv și în ce proporții a fost acesta influențat de activitățile de comunicare.

5. *Analiza statistică*. Scopul acesteia este să măsoare reacția rezultată în urma campaniei. Realizarea unui sistem în așa fel structurat încât să permită cuantificarea reacțiilor fizice (de exemplu vizitatorii unei expoziții, cumpărătorii unui publicații sau numărul celor care trimit scrisori unui serviciu administrativ).

6. *Evaluarea interesului*. Scopul acestuia este cuantificarea numărului întrebărilor interesate sau cel al stabilirii de contacte. Obținerea unei metode atât de sistematice încât să se poată controla nivelul de reacție al grupului țintă la mesajele concrete dintr-o campanie iar, în acest fel, să poată fi măsurată și eficiența relativă a fiecărei metode de comunicare.

7. *Evaluare subiectivă (codificarea reacțiilor)*. Scopul acesteia este analizarea tonalității aparițiilor media. Reacțiile declanșate de-a lungul campaniei pot fi împărțite în funcție de tonalitate pe mai multe categorii, respectiv, pozitive, negative sau neutre, iar aceasta face posibilă realizarea de către evaluatori de statistici sau tabele cu privire la nivelul sau calitatea reacțiilor.

8. *Analiza atitudinii și imaginii*. Scopul acesteia este evaluarea atitudinilor acelor grupuri interne și externe, importante din perspectiva campaniei, care se află în legătură cu organizația. Analiza determină ce fel de imagine și-au format oamenii despre organizație și cum se raportează aceasta la imaginile altor organizații. Aceste evaluări se bazează pe diferite cercetări.

9. *Auditul comunicării*. Scopul acestuia este să se analizeze toate acele caracteristici ale unei organizații care contribuie la formarea culturii sale interne. În acest fel, se poate evalua eficiența utilizării canalelor de comunicare pe baza ajungerii la publicul țintă și, totodată, pe baza calității acestora. Prin aceeași metodă poate fi rezolvată și problema stabilirii, din perspectiva sarcinilor de comunicare viitoare, a canalelor celor mai eficiente.

10. *Studierea culturii organizaționale*. Scopul ei este evaluarea tuturor acelor caracteristici ale organizației care contribuie la formarea culturii organizaționale. Această metodă evaluează mai multe perspective, spre exemplu, felul în care percep oamenii organizația, stilul acesteia

de conducere, procesul decizional, apariția momentelor critice, spre ce ar trebui să se îndrepte organizația, ce fel de decizii principale ar trebui să ia și care este nivelul comunicării.

11. *Analiza reclamațiilor.* Scopul ei este să cuantifice reclamațiile sosite prin telefon și în scris pentru a scoate la iveală problemele existente sau cele potențiale. Problemele indicate pot fi categorizate iar informațiile adunate în acest fel pot fi utilizate cu ocazia altor activități de comunicare, respectiv, cu ocazia proiectării următoarei campanii prin evidențierea anticipată a potențialelor surse de probleme.

4. Unificarea procesului de evaluare a campaniei

Evaluarea campaniilor, cunoașterea metodelor se situează în imediata vecinătate a problemei cercetărilor de campanie. Conform lui Giddens (1993), o cercetare adecvată se poate recunoaște prin faptul că încearcă să pună într-o manieră cât mai clară întrebările, străduindu-se, totodată, să-și susțină prin dovezi afirmațiile înainte de a trage orice fel de concluzii. În interesul unor astfel de scopuri este nevoie de metode clare de cercetare și, în același timp, de capacitatea de a estima riguros datele existente. Trebuie cunoscute metodele de cercetare cele mai adecvate care ar putea fi aplicate examinării datelor, precum și modalitatea cea mai bună de evaluare a rezultatelor. Pe parcursul acestor activități de comunicare, se deschide, totodată, posibilitatea ca metodele utilizate în sociologie și în analizele media să-și facă tot mai mult loc și în evaluarea campaniilor.

Fiecare tip de campanie dispune de trăsături specifice; chiar și în cazul acelorași tipuri de campanie pot fi constatate diferențe la nivelul premiselor, rezultatelor urmărite și a mediilor organizaționale (din interior) și sociale (din exterior). Mai mult decât atât, se poate afirma că până și testele prelabile ori metodele de evaluare finală sunt diferite. În schimb, evaluările din timpul procesului și dintre etapele acestuia sunt eficiente atunci când evaluatorii operează combinând mai multe tipuri de măsurare. Tocmai de aceea, este practic imposibil să se determine metoda cea mai potrivită pentru un anumit tip de campanie, aceasta e în continuare stabilită de contextele în care se desfășoară campania și de organizarea-analiza calității resursei umane. Numărul de metode angajate este unul limitat dar combinarea acestora, respectiv multitudinea de păreri cu privire la modul de evaluare nu fac deloc posibile evaluări unificate așa cum este cazul în cercetările media. Există, prin urmare, măsurători eficiente dar nu poate fi vorba de un consens cu privire la acestea.

În pofida acestui fapt, examinarea campaniilor scoate la iveală existența anumitor factori comuni: regulile de management al campaniei sunt asemănătoare fiind valabile pentru orice campanie (Kádár 2008, p. 135-147). Totodată, perspectivele și etapele de organizare sunt, la rândul lor, asemănătoare, în pofida faptului că fiecare campanie are un conținut și niște așteptări specifice, procesul de proiectare este același. Motivul este, probabil, regăsibil în chiar natura campaniei: organizarea acesteia presupune ideea de a pune ceva în practică, mai târziu, punerea în practică implicând și apariția sa scriptică pentru ca, abia la sfârșit, să ajungă să fie instituționalizată (aceasta este și o caracteristică a managementului de proiecte, științele actuale cuantificate, dotate cu indicatori, reglementate strict de anumite reguli reflectă, în fapt, viața reală pe care, în același timp, o toarnă în cadrele anumitor reguli). În contrast cu acestea, cercetările au revitalizat campaniile existente, fapt care determină nevoia validării rezultatelor obținute și, în același timp, al măsurării lor. Cercetările comandate și realizate recent au preluat metode și perspective de examinare din zona disciplinelor conexe pe care încearcă

să le adapteze diferitelor nevoi și contexte. Tocmai de aceea, partea unificabilă a evaluării campaniilor reprezintă doar etapa de proiectare și pregătire. În acest punct, orice proiect de campanie urmează aceleași etape logice, se supun acelorași reguli și așteptări, pot fi măsurate cu aceleași testări prealabile. Pe parcursul procesului de punere în practică, diferitele grupuri țintă și instrumentele corespunzătoare se ramifică, imaginând o realitate atât de pestriță încât deseori este greu de remarcat sau identificat campania care se desfășoară în acel moment.

Exercițiul proiectării și organizării de campanii operează practic doar cu campanii combinate, altfel spus, elaborează pe baza unor campanii mixte, rareori putând fi găsite campanii „pure” care să corespundă integral propriilor definiții elaborate în scris. Explicația cea mai la îndemână pentru această situație este faptul că prin metodele preluate de la celelalte tipuri de campanii, la care se adaugă sprijinul venit din partea propriilor mijloace, pot fi proiectate campanii inovatoare, ori cu o forță de impact mai mare, care să funcționeze mult mai eficient în practică. Aceasta îngreunează în mod deosebit recunoașterea și redactarea în scris a campaniei iar controlul și urmărirea pistelor devin practic imposibile. Singurul consens în literatura de specialitate în ceea ce privește cercetarea de campanie este, probabil, observația că oricât s-ar strădui științele să se instituționalizeze și să împrumute sau să inventeze metode de control sau de cercetare adecvate, niciodată nu vor fi în stare să ajungă din urmă acest teritoriu extrem de dinamic și în continuă dezvoltare. După cum remarcă Einstein, ajuns leoaică acasă datorită vremii instabile: „*probabil oamenii vor reuși să controleze vremea mult înainte de a o putea prognoza*”.

Referințe bibliografice

1. Babbie, Earl R.: *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata*. [Metodologia cercetării sociale.] Editura Balassi Budapesta, 2005.
2. Brisoux, Jacques E. – Darmon, René – Laroche, Michel: *Gestion de la publicité*. McGraw-Hill, Montréal, 1986.
3. Dagenais, Bernard: *Campania de relații publice*. Editura Polirom Iasi, 2003.
4. Desaulniers, Pierre L.: *L'élaboration d'une campagne de communication*, Sainte-Foy, 1987, 1991.
5. Dumas, Michel: *La méthode des relations publiques*. In: Blouin et alli.: *Communication et relations publiques*. Éditions Commerce / Éditions Leméac, Montréal, 1971.
6. Giddens, Anthony: *Sociology*. Polity Press Cambridge 1989, 1993.
7. Kádár Magor: *Kampánykommunikáció. Kézikönyv a kommunikációs kampányok tervezéséhez és elemzéséhez*. [Comunicarea de companii. Ghid pentru planificarea și evaluarea campaniilor de comunicare.] Editura Kriterion Cluj Napoca, 2008.
8. Macnamara, J. R.: *Evaluation in Public Relations: The Achilles Heel of the Public Relations Profession*. In: *International Public Relations Review*, Vol. 15. no. 4.
9. Melancon, Jean: *Les démarches de marketing: pour évaluer la communication institutionnelle. Stratégies de communication institutionnelle*. Support de cours, 1987.
10. Rossi, Peter H. – Freeman, Howard. E.: *Evaluation. A systematic approach*. 5. SAGE Publications LTD, Newbury Park CA – London – New Delhi, 1993.
11. Shadish, W. R. – Leviton T.D. & L. C.: *Foundations of program evaluation*. Sage Publications London, 1991.
12. Szeles Péter (szerk.): *Nagy PR-könyv*. [Marea Carte a Relațiilor Publice] Editura Management Budapesta, 2001, 2004.
13. Watson, T.: *Measuring the success rate: evaluation of the PR process and PR campaigns*. In: Kitchen, P. J.: *Public Relations Principle and Practice*. International Thomson Business Press, 1997.

Grigore GEORGIU*

Comunicarea interculturală. Contexte, probleme, abordări

Rezumat

În contextul globalizării și al revoluției din domeniul IT, studiile privind comunicarea interculturală s-au impus treptat ca o direcție prioritară de cercetare în disciplinele sociale și umane, pe măsură ce contactele și interdependențele dintre state, societăți și culturi s-au multiplicat și s-au intensificat. Analiza și interpretarea diferențelor culturale reprezintă astăzi o temă centrală pentru studiile culturale și pentru întregul complex al științelor comunicării. După opinia unor teoreticieni, comunicarea interculturală ar trebui recunoscută ca o disciplină nouă, alături de cele consacrate în epoca modernă. E o disciplină de sinteză, care a dobândit în ultimele decenii un loc distinct în programele de studiu ale universităților din întreaga lume. În acest studiu am încercat să reconstituim contextul istoric în care s-a născut această disciplină, să arăt sursele sale teoretice multiple și să schițez câteva teme și direcții de cercetare pentru o mai bună înțelegere a interferențelor dintre procesele culturale și cele de comunicare în lumea contemporană.

Cuvinte-cheie: globalizare, diferențe culturale, identități, comunicare interculturală, cultura media.

Abstract

In the context of globalization and IT revolution, the studies on intercultural communication have step by step asserted as a priority line of research for social and human sciences, as the contacts and interdependencies among states, societies and cultures have multiplied and increased. The analysis and interpretation of cultural differences represent today a key topic for cultural studies and also for the entire complex of communication sciences. In the opinion of some theoreticians, intercultural communication should be recognised as a new discipline, along with those already acknowledged in modern times. It is a synthesis discipline, which has acquired in the last decades a distinct place in the curricula of many universities around the world.

In this study I tried to reconstruct the historical context in which this discipline came into being, to show its multiple theoretical sources and to outline some topics and lines of research for a better understanding of the interferences between cultural and communication processes in contemporary world.

Key words: globalization, cultural differences, identities, intercultural communication, media culture.

1. Introducere

Comunicarea interculturală a devenit o temă de interes major în lumea de astăzi. Ea s-a impus treptat ca o direcție prioritară de cercetare în disciplinele sociale și umane după al doilea război mondial, pe măsură ce contactele și interdependențele dintre state, societăți și culturi

* Profesor universitar doctor, Facultatea de Comunicare și Relații Publice, Școala Națională de Studii Politice și Administrative, România.

s-au multiplicat și s-au intensificat. Răsturnările geopolitice din ultimele decenii, spectaculoase și imprevizibile, extinderea și adâncirea procesului de integrare europeană, intensificarea globalizării și revoluția din domeniul noilor tehnologii de comunicare, dar și de alte schimbări care au venit în avalanșă, au amplificat dialogul intercultural și interacțiunile dintre indivizi și grupuri aparținând unor medii culturale diferite. Tot mai mulți oameni au posibilitatea de a călători de la un capăt al lumii la celălalt și de a cunoaște alte realități sociale sau de a lucra în firme multinaționale, eterogene din punct de vedere etnic, lingvistic și cultural. În cazul acestor experiențe interculturale, ocazionale sau de durată, comunicarea devine mai problematică, întrucât presupune depășirea unor bariere lingvistice și psihologice, precum și dobândirea unor abilități și capacități noi de relaționare socială, de adaptare și de înțelegere a diferențelor culturale.

În acest context, preocupările și studiile dedicate proceselor de comunicare interculturală au dobândit o relevanță teoretică indiscutabilă și o însemnătate aplicativă tot mai mai evidentă. Cu timpul, cercetările de acest gen s-au cristalizat într-un domeniu științific relativ distinct, la intersecția mai multor discipline sociale înrudite (științele comunicării, antropologia, studiile culturale, psihosociologia, lingvistica, semiotica ș.a.). După opinia unor teoreticieni, comunicarea interculturală ar trebui recunoscută ca o disciplină nouă, alături de cele consacrate în epoca modernă. E o disciplină care a dobândit în ultimele decenii un loc distinct în programele de studiu ale universităților din întreaga lume.

Dar, indiferent de statutul pe care îl acordăm acestei discipline, ceea ce ne interesează este fenomenul complex pe care îl investigază. E firesc să vedem în comunicarea interculturală *un orizont tematic și problematic nou*, care solicită abordări interdisciplinare. În consecință, toate disciplinele sociale și umane sunt chemate să contribuie, cu perspectiva lor particulară, la analiza și înțelegerea acestui ansamblu de teme, probleme, situații, preocupări și cercetări care privesc formarea competenței de comunicare interculturală. Această competență a devenit o condiție indispensabilă pentru eficiența activităților în multe domenii (politică, administrație, afaceri, știință, artă, educație, jurnalism, turism, marketing etc.). Pentru a se face înțeleși și a înțelege mesajele pe care le receptează, actorii sociali implicați în interacțiuni interculturale sunt nevoiți, într-un fel sau altul, să învețe repertoriul cultural specific al noilor interlocutori, care au adesea credințe, valori și atitudini diferite în privința unor probleme fundamentale ale vieții. Acest proces de învățare reprezintă o nouă provocare pentru omul contemporan și pentru sistemele educaționale din toate țările.

2. Lumea modernă și construcția spațiilor interculturale

Înainte de a aborda statutul științific al acestei noi discipline, trebuie să aruncăm o privire asupra contextului istoric în care ea s-a născut și s-a impus. Studiile dedicate comunicării interculturale au fost inițiate după al doilea război mondial în SUA, din rațiuni pragmatice, și anume nevoia unei pregătiri speciale pentru funcționarii care urmau să lucreze în medii socioculturale străine: diplomați, militari, agenți comerciali, personalul din serviciile de informații etc. Motivațiile de ordin economic, militar și geopolitic au impulsat cercetările privind comunicarea interculturală mai mult decât „interesele de cunoaștere” (cum ar spune Habermas) ale unor intelectuali și antropologi care au descins în teritorii exotice, noneuropene, și au descoperit, fascinați, miracolul diversității umane și culturale (este cazul emblematic al lui Claude Levi-Strauss, recent dispărut). După 1945, SUA s-au impus ca o putere economică mondială,

având interese și legături comerciale în toate colțurile lumii. Trupele americane au staționat o vreme în fostele teatre de război, Japonia și în RFG, iar apoi, odată cu apariția NATO, sfera contactelor interculturale pe cale militară s-a lărgit considerabil și de aici a apărut și necesitatea unui personal calificat în acest domeniu. Un proces similar s-a petrecut și de cealaltă parte a baricadei, în sfera de influență sovietică, țările estice fiind integrate în Tratatul de la Varșovia și în CAER, organizații care presupuneau contacte interculturale frecvente, până la nivel operativ.

De fapt, războiul rece a divizat lumea, în special continentul european, dar a articulată, printre altele, și două blocuri/zone regionale, bine delimitate, de interacțiune de tip intercultural. Deși și încercările de a stabili punți de comunicare nu au lipsit (vezi procesul Helsinki), schimburile de valori, dialogul și comunicarea dintre culturile europene au fost blocate sau afectate profund de tensiunile ideologice și geopolitice dintre cele două zone și, mai ales, de politicile culturale obtuze ale unor regimuri comuniste. Aceste bariere care au dispărut abia după revoluțiile anticomuniste. În același timp, proiectul european, pornit din motivații economice, nu militare, a constituit, pentru spațiul occidental, *un cadru de comunicare interculturală* între agenți economici, firme, bănci, structuri guvernamentale și administrative, parcurgând o perioadă de gestație până la apariția și consacrarea Uniunii Europene în forma ei actuală. După colapsul regimurilor comuniste, Europa s-a reunificat treptat, globalizarea economică s-a accelerat, iar teatrele de operațiuni militare ale NATO s-au extins în Balcani, Irak și Afganistan.

Revenim la ideea inițială. Interacțiunile practice dintre societăți, state, civilizații, popoare, alimentate de motivații economice, geopolitice și militare, au favorizat procesul real de comunicare interculturală în toate epocile istorice. Ilustrarea acestei idei ar presupune să ne referim, de exemplu, la expansiunea civilizației antice grecești în lumea mediteraneană și a Mării Negre, la imperiile din lumea antică, la fabuloasa acțiune a lui Alexandru cel Mare, care a pus în interacțiune cultura greacă și cea orientală, apoi la epoca elenistică, la Imperiul Roman, care a interconectat popoare și societăți atât de diferite, din Marea Britanie până în teritoriul Iranului de azi. Toate au fost și forme istorice de comunicare interculturală.

Nu am insistat întâmplător pe dimensiunea economică și pe cea militară, care au furnizat motivații pentru geneza acestei noi discipline științifice. În Evul Mediu putem consemna câteva procese cu implicații uriașe în sfera contactelor interculturale: migrația popoarelor asiatice în spațiul european, extinderea civilizației musulmane în Spania și cruciadele. Spania a fost zona de confruntare și interferență dintre islam și creștinism, iar ulterior Europa de sud-est. În sfârșit, modernitatea a debutat cu războaie de cucerire duse de europeni pe continentul american, după 1492, a continuat apoi cu războaiele religioase din interiorul Europei (până în 1648), dublate de confruntarea prelungită cu Imperiul Otoman și de expansiunea militară și colonială a marilor puteri europene în spațiile noneuropene. Desigur, ar fi multe alte elemente de context socio-cultural care ar trebui amintite aici, începând cu descoperirile geografice din zorii modernității și contactele tot mai frecvente ale occidentalilor cu realitățile umane și culturale din „lumea nouă” și din spațiile noneuropene care vor intra treptat sub cupola vastelor imperii coloniale. Astfel, interacțiunile economice (în expansiune, sub toate aspectele lor) și cele militare au pus față în față societăți, popoare și culturi diferite și au impulsionat astfel, mai mult decât alți factori, *construcția unui spațiu intercultural*, cu dimensiuni variabile, întâi pe suportul unor blocuri de vecinătăți regionale, apoi la nivel continental și astăzi global.

Cu privire la epoca modernă, teoreticienii vorbesc de formarea unor „lumi” economice integrate, regionale, și apoi, treptat, a unui „sistem mondial modern” (Braudel, Wallerstein),

iar în privința dimensiunii militare trebuie să ne amintim că scenariul modernității este marcat, în momentele sale cheie, de conflicte de acest gen, cu implicații geopolitice. În același timp, trebuie să menționăm că în interiorul Europei a avut loc un proces semnificativ de interacțiune complexă și de sincronizare progresivă între culturile moderne, în perioada de construcție și de consolidare a identității lor. Pe traseul de difuzare dinspre centru spre periferie, ideile politice, instituțiile, programele educaționale, marile curente de idei, de la umanism, luminism, romantism, evoluționism, pozitivism, realism, până la mișcările de avangardă artistică din secolul XX, într-un cuvânt, modelele culturale occidentale au dobândit o răspândire continentală. Departe de a se dezvolta în izolare, culturile naționale moderne au pus în mișcare un mecanism fecund al interdependențelor, ce a devenit astăzi global prin noile mijloace de comunicare, dovedind faptul că au în mod intrinsec o vocație universală, vocația de a exprima condiția umană, sondând formele ei concrete dintr-un anumit timp și loc.

Paralel cu procesul de consolidare a identității lor distincte, culturile europene au întreținut un dialog intens și fecund, favorizat și de fondul lor istoric și spiritual comun, fond latent, dar care a fost activat în anumite momente istorice cruciale. Umanismul renescentist, raționalismul modern, proiectul luminist, revoluția franceză, experiența napoleoniană, construcția statelor naționale, procesele de democratizare și tot ceea ce a urmat ne arată că fluxurile de idei, schimburile de valori, împrumuturile și influențele (cu un vector preponderent dinspre Vest spre Est) au creat treptat *un spațiu intercultural de interferență, dialog și solidaritate în Europa*. Acest spațiu în care se întâlneau și colaborau elitele intelectuale, liderii politici, instituțiile de învățământ, presa și mediile academice a reprezentat un pat germinativ pentru cristalizarea unei conștiințe europene comune, care a devenit o conștiință a unei „comunități de destin” a popoarelor europene după experiența traumatizantă a celui de al doilea război mondial (Morin, 2004).

Lansarea proiectului politic și economic al unificării europene a stimulat cercetările dedicate comunicării interculturale și generat (deși cu întârziere, după Tratatul de la Maastricht, din 1993), ample dezbateri privind unitatea și diversitatea culturală a Europei. Aceste dezbateri au cunoscut o intensitate deosebită în perioada de elaborare și adoptare a Constituției europene, document care a suferit, după 2006, mai multe ajustări și redactări, sub presiunea unor țări și grupuri politice europene (populare, liberale și social-democratice), până ce a fost adoptat în forma sa finală, Tratatul de la Lisabona, care a intrat în vigoare în decembrie 2009. În acest perimetru tematic s-au pronunțat, din perspective diferite, și unii gânditori recunoscuți pe plan internațional pentru contribuțiile lor teoretice în domeniul științelor sociale și politice precum Jurgen Habermas (cu ideea „patriotismului constituțional”), Edgar Morin (imaginea culturală a Europei ca „unitas multiplex”), Giovanni Sartori (adept al pluralismului cultural în spațiul european, el respinge ideologia americană a multiculturalismului, care încurajează și „fabrică” minorități, diferențe, clivaje), Anthony Smith (teoria privind perenitatea națiunilor și caracterul „abstract”, neorganic și evanescent al unei posibile identități culturale europene de nivel supranațional).

Întâlnirea cu „celălalt”, diferit prin limbă, credințe, obiceiuri, a provocat inițial o criză a conștiinței europene – semnificativă fiind interogația formulată de Montesquieu: „Cum poate fi cineva persan?” – dar a stimulat gândirea filosofică și reflecția critică asupra diferențelor culturale, a lărgit cadrele mentale, orizontul cunoașterii și a erodat treptat viziunile europocentriste și a pregătit mentalitățile pentru tranziția spre paradigma relativității culturale. Multe procese care s-au desfășurat în perioada modernității pot fi interpretate ca etape sau faze intermediare pentru construcția spațiului intercultural european. În același sens al

interculturalității au acționat știința modernă (care a constituit treptat un cadru unificat de înțelegere a lumii, acceptat și asimilat în diverse spații culturale), reprezentările literare ale altor „lumi” (de la Defoe, Swift, Kipling la Jules Verne și André Malraux) și cercetările de antropologie culturală din ultimele două secole.

Așadar, interacțiunile economice, militare și cele culturale au mers mână în mână și au creat zone de interferență culturală, în funcție de datele contextului istoric și geopolitic. Să ne amintim că secolul XX a cunoscut două războaie *mondiale*, care au fost și prilejul unor ample contacte și interferențe de ordin cultural, ca să nu mai vorbim de conflictele actuale și de dimensiunile lor civilizaționale și religioase, potrivit lui Huntington. Istorie universală e scena gigantică a unor întâlniri, interferențe și confruntări dintre popoare, societăți și grupuri umane diferite sub raport cultural. *E o istorie a interculturalității*. Atunci, ne-am putea întreba, de ce o disciplină menită să studieze diferențele culturale și procesele de comunicare dintre aceste entități a apărut atât de târziu?

3. Globalizarea ca *imago mundi*: un câmp gravitațional unic

Toate aceste procese de comunicare interculturală au fost amplificate în ultimele decenii de noile tehnologii și de fenomenul complex al globalizării. Interacțiunile dintre societăți și culturi s-au intensificat și au dobândit o dimensiune fără precedent. Globalizarea economică și lumea postmodernă au „dărâmat zidurile” dintre societăți și culturi (Malița, 1998), au spart treptat zăgăzurile și frontierele statelor naționale, au impus liberalizarea piețelor și a comerțului, pentru a asigura o circulație rapidă a bunurilor și a capitalurilor. Pe un alt versant, corelativ, putem constata că aceste procese au antrenat o circulație impresionantă a oamenilor, a informațiilor și a ideilor, pe o scară ce a devenit cu adevărat globală. Interacțiunile fizice dintre oameni aparținând unor arii culturale diferite s-au multiplicat indefinit, din varii motive, iar traficul și fluxurile de comunicare prin intermediul noilor tehnologii informatice și, în special, al internetului, au explodat, pur și simplu, în ultimul deceniu.

Globalizarea și revoluția din domeniul IT au „aplatizat” lumea ((Friedman, 2007), au creat un nou cadru în care se desfășoară competițiile economice și confruntările militare, având în vedere batalia pentru resurse strategice, poziția pe care au cucerit-o companiile multinaționale, fluxurile de capital și fenomenul migrației forței de muncă. Acesta este, implicit, și cadru de interacțiune dinamică dintre culturi și societăți. Teoreticienii vorbesc, cu îndreptățire, de o *économie* globală și de *securitate* globală, în strânsă legătură cu fenomenul de *comunicare* globală, mijlocit de noile tehnologii, context în care și procesele de comunicare interculturală au cunoscut o extensie globală și au generat o problemă nouă, inclusiv preocupări privind securitatea culturală a națiunilor sau îngrijorări privind identitatea culturală americană, asupra căreia globalizarea a avut un efect de bumerang (Huntington, 2004, Scruton, 2004).

Interacțiunile și contactele dintre societăți și culturi sunt fenomene care s-au desfășurat, cu intensități diferite, în toate perioadele istoriei umane. Ceea ce trebuie spus de îndată este că aceste procese au astăzi o amplitudine și o rază de acțiune fără precedent, că ele se desfășoară la o altă scară istorică, au alte dimensiuni și implicații decât în trecut. Mulți teoreticieni semnalează această schimbare și susțin că procesul fundamental la care asistăm este tranziția de la o eră caracterizată prin autonomia culturală a societăților „la o eră a generalizării interrelațiilor și comunicațiilor”, în care predomină procesele interculturale (Leclerc, 2003, p. 10).

Unele studii dedicate globalizării se focalizează pe analiza cauzelor, altele pe cea a efectelor, dar toate utilizează conceptul de globalizare pentru a defini *cadru* în care se desfășoară procesele actuale (Held et al, 2004, Tomlinson, 2002, Bauman, 2001). Este semnificativ faptul că teoreticienii se referă mai mult la context și mai puțin la conținuturi, la *un nou tip de relații* dintre entitățile lumii (economii, piețe, societăți, state, culturi, organizații, grupuri, indivizi), folosind o gamă largă de sinonime din aceeași zonă semantică: interacțiuni, conexiuni, legături, interdependențe, rețele, comprimarea spațiului și a timpului, simultaneitate, sincronizare, context unic. Globalizarea nu a uniformizat lumea, ci a mărit decalajele dintre societăți și a făcut mai vizibile diferențele culturale. De aceea, cred că trebuie să privim *globalizarea ca pe un fel de câmp gravitațional unic*, care acționează asupra tuturor societăților, dar cu efecte diferite, în funcție de răspunsul acestora la noile provocări.

Pentru a descrie și înțelege complexitatea acestei lumi, teoreticienii folosesc adesea imagini expresive, „metafore epistemologice” (cum le-a numit Eco), hărți mentale simplificate, ce rețin doar repere și indicative relevante pentru a ne putea orienta într-un teritoriu sociopolitic cu o geometrie variabilă, instabilă. În această ipostază se află și ideea de globalizare, pe care o utilizăm adesea ca o *imago mundi*, ca o macrometaforă pentru a sugera conexiunile multiple ale lumii, țesătura de „fire și noduri”, de legături și rețele nesfârșite în care trăim. McLuhan a anticipat, prin ideea de „sat global”, formulată cu o jumătate de secol în urmă, noua configurație a lumii postmoderne pornind de la efectele cumulative pe care le produc noile mijloace de comunicare asupra vieții sociale și asupra universului cultural. Satul global este o imagine mai adecvată pentru lumea actuală decât pentru lumea dizivată ideologic și politic din perioada războiului rece, atunci când scria autorul canadian. Într-o lume globală, precum în „Butterfly Effect”, fiecare parte a ei depinde de legăturile sale multiple cu toate celelelalte părți, iar interacțiunile dinamice și variate ale tuturor părților dau naștere unui întreg care nu poate fi privit doar ca o sumă a părților, pentru că dobândește trăsături noi, emergente, care rezultă chiar din aceste interacțiuni, printr-un „efect de compoziție” și de multiplicare.

Așadar, ne-am obișnuit să privim globalizarea ca un fel de *anvelopă* a lumii, o atmosferă ce înconjoară planeta și ne afectează pe toți, o atmosferă în care, cum spun meteorologii, se formează din senin „mase de aer” ce se deplasează într-un mod imprevizibil și incontrollabil, generând adesea turbulențe, crize, furtuni, uragane, tornade, ca într-o mișcare browniană. Tabloul lumii actuale, așa cum este definit prin conceptul de globalizare și cum este sugerat de metaforele cele mai utilizate în discursul științific și publicistic, are ca pivot ideea de interacțiune, dar el evocă, în unele reprezentări, și ideea de rețea, plasă, năvod. Menționăm, deocamdată, una dintre aceste metafore: „Peste planetă sunt aruncate plase care o strâng ca și cum ar apăra-o de dezintegrare. Una este a comunicării instantanee, alta a informației nelimitate, alta financiar-bancară și a economiei globale; o rețea se referă la ecologie, alta este a instituțiilor politice și de securitate, a problematicii comune, toate suprapuse pe vechea rețea a oamenilor de știință și pe cea străveche a idealului universal. Numim strângerea planetei în năframe și năvoduri: globalizare” (Malița, 1998, p.134).

4. O disciplină de intersecție: comunicarea interculturală

Pe suportul acestor procese, în ultima jumătate de secol, preocupările și studiile dedicate comunicării interculturale au cunoscut o dezvoltare spectaculoasă. Ele au dus, prin acumularea cercetărilor (publicații, studii, cărți, manuale, handbooks-uri, ghiduri turistice, programe

de studiu în universități etc.) la constituirea unei noi discipline, una de mare succes în mediile academice și universitare. Un lucru este cert: conceptul de comunicare interculturală a intrat în vocabularul actual al științelor sociale, însoțit de alte concepte din aceeași familie: multiculturalitate, pluralism cultural, diferențe culturale, aculturație, transculturalitate, împrumuturi și interferențe culturale, hibridare culturală, glocalizare, ca sinteză între global și local, aplatizarea lumii, satul global digital etc.

Comunicarea interculturală este un domeniu de cercetare ce poate fi dat ca exemplu pentru abordările interdisciplinare de astăzi, întrucât înnoadă fire probematice, perspective teoretice și strategii metodologice variate. În nucleul său se află corelația substanțială dintre *cultură* și *comunicarea*, două concepte fundamentale din sfera gândirii sociale de astăzi. Pornind de la interferența proceselor culturale și a celor de comunicare, mai vizibile azi ca oricând în spațiul culturii media, putem descifra semnificația unor structuri contradictorii ale lumii contemporane, care presupun o lectură din unghiuri multiple. De obicei, teoreticienii domeniului parcurg, în trepte, traseul de la contexte generale spre conținuturi particulare, de la paradigme spre problematizări și exemplificări, alternând registrul teoretic și cel aplicativ (Gudykunst, 2002, Jandt, 2010). Cultura are o vocație identitară și conceptul de cultură s-a impus în științele sociale pe măsură ce s-au intensificat interdependențele dintre societăți și culturi, fenomen care, fără a lipsi în stadiile anterioare, s-a amplificat în epoca modernă și contemporană. „De-a lungul întregii sale istorii, omul a fost doar vag conștient de existența culturii și chiar acest grad de conștiință l-a datorat numai contrastelor dintre obiceiurile proprii societății și obiceiurile societății cu care s-a întâmplat să intre în contact [...]”. Astfel că una dintre cele mai importante realizări științifice ale timpurilor moderne a fost recunoașterea existenței culturii“ (Linton, 1968, p.72).

În epoca modernă, tabloul disciplinelor științifice s-a diversificat, a devenit foarte complex, arborescent și aparent haotic, iar principiile *teoretice* de clasificare a acestui univers în expansiune al cunoașterii sunt mereu puse în discuție de *practicile* științifice curente. Disciplinele noi s-au născut la intersecția unor solicitări și interese practice cu preocupările și căutările comunității științifice. Aceasta este și situația comunicării interculturale, o disciplină ce își revendică azi un statut academic special, unul de sinteză, articulând într-o viziune interdisciplinară științele comunicării și diferite ramuri care abordează fenomenul cultural.

Sub presiunea încrucișată a factorilor pe care i-am amintit, identitățile culturale se schimbă în configurația lor lăuntrică și în modurile lor de manifestare și de expresie. Lumea a devenit, în întregul ei, un uriaș creuzet care topește și amestecă identitățile de ieri, de la cele individuale la cele colective. În același timp, lumea a devenit o arenă în care se desfășoară o competiție acerbă între națiuni pentru construcția unei imagini favorabile în spațiul comunicațional global. Imaginea reprezintă acum un capitalul simbolic cu valoare strategică. Postmodernitatea a impus o schimbare de paradigmă în abordarea identităților. Identitățile culturale nu au existență decât dacă sunt vizibile și dacă se pot afirma decât prin *imaginea* lor, prin brandurile care le reprezintă. Dezbaterile pe aceste teme sunt foarte aprinse și angajează poziții teoretice și ideologice adverse. În acest gen de probleme, neutralitatea axiologică, pe care o recomandă Max Weber, este un obiectiv greu de realizat. Asistăm la o interacțiune fără precedent dintre societăți și culturi, la amestecul lumilor și la un proces inevitabil de hibridare culturală, proces care nu are analogii decât cu ceea ce s-a întâmplat în epoca postclasică a culturii greco-romane, în epoca elenistică și alexandrină.

Manualele de referință (Gudykunst, 2002, pp. 2-5, Samovar *et al.*, 2009) fixează perioada de geneză a studiilor interculturale în anii imediat următori celui de al doilea război mondial,

când s-a înființat, în SUA, Institutul pentru Serviciile Străine (Foreign Service Institute – FSI), cu scopul de a pregăti personalul diplomatic (și nu numai) pentru a cunoaște cultura și obiceiurile țărilor în care urmau să-și desfășoare activitatea. Era un răspuns la constatarea că diplomații americani aveau dificultăți de comunicare și de înțelegere în raporturile lor cu oficialitățile și cu populația țării-gazdă. O cunoaștere vagă și insuficientă a problemelor politice și sociale din țările gazdă și mai ales a culturii specifice a acelor țări, a practicilor uzuale, a tabu-urilor religioase și a ceremoniilor sociale, reprezintă, implicit, o barieră de comunicare și un obstacol în negocierile comerciale și politice.

Edward T. Hall (1914-2009) este considerat părintele fondator al acestei discipline. Format în cadrul glorioasei școli antropologice americane, el a impus în literatura de specialitate o serie de concepte prin care a diferențiat culturile în funcție de importanța contextului în actele de comunicare (culturi de context înalt și cele de context scăzut – „high context culture” și „low context culture”), atitudinea față de timp (culturi monocronice și culturi policronice) și raporturile spațiale dintre interlocutori (<http://www.edwardthall.com>). Continuând tradiția inaugurată de antropologi de renume precum Franz Boas, E. Sapir, R. Kroeber, Ruth Benedict sau R. Linton, el a imprimat studiilor interculturale o perspectivă cu adevărat interdisciplinară, largă, cumulând idei și abordări din câmpul diferitelor științe umane, perspectivă care se regăsește și azi la autorii de referință din domeniu. Lucrările lui E.T.Hall au devenit puncte de reper în constituirea și maturizarea disciplinei: *The Silent Language* (1959), *The Hidden Dimension* (1966), *Beyond culture* (1976).

Pornind de la schema lui Thomas Kuhn despre fazele de evoluție ale unei discipline științifice, Gudykunst consideră că studiile comparative de antropologie culturală inițiate de școala lui Franz Boas și discipolii săi în prima jumătate a secolului XX ar reprezenta faza „paradigmatică” a disciplinei. Lucrările lui E.T.Hall ar reprezenta faza de afirmare și de consacrare a unei paradigmei dominante în câmpul tematic al disciplinei. El este cel care a redefinit problemele și a delimitat orizontul tematic al disciplinei, a reorganizat într-un sistem coerent ideile și abordările ce priveau raporturile dintre culturi și comunicarea interculturală la nivel individual și de grup. Într-un cuvânt, a construit un cadru de interpretare pentru fenomenele de interferență cultura/comunicare și o paradigmă explicativă pentru un domeniu de cercetare și pentru o disciplină științifică.

Ceea ce cred că trebuie remarcat în mod special este faptul că Hall a dezvoltat o teorie complexă despre cultură, prin care s-a detașat de paradigma behavioristă, dominantă în mediul american, și de modelul linear al comunicării. În teoria lui, cultura e văzută ca un ansamblu complex al „extensiilor” tehnice și simbolice ale omului, ca o realitate stratificată pe diferite niveluri (Hall, 1981, p. 40). Folosind metafora aisbergului, el pune accent pe distincția dintre componentele care se află „sub linia de plutire” (credințe, valori, idei, mentalități, viziuni asupra lumii, semnificații simbolice implicite), care sunt realități profunde, invizibile, necuantificabile, și componentele aflate „deasupra liniei de plutire” (comportamente, practici, relații, bunuri, instrumente, uzanțe, obiceiuri, ritualuri, limbaje, instituții). Prin această departajare, teoria lui Hall are afinități evidente cu paradigma europeană, în special cu ideile teoreticienilor germani, pentru care distincția dintre cultură și civilizație are o relevanță explicativă. Interesat de importanța pe care o are contextul comunicării și de perspectiva spațio-temporală ce diferențiază culturile, Hall poate fi plasat și în descendența Școlii de la Chicago, care au fost un laborator de gestație pentru teoriile interacțiunismului simbolic și pentru modelul comunicării ritualice.

Am subliniat aceste idei ale fondatorului disciplinei pentru că ele se regăsesc și în corpul multor teorii actuale asupra comunicării interculturale și în lucrările de referință ale unor autori precum William B. Gudykunst, Geert Hofstede, Fred Jandt, Larry Samovar și Richard Porter. Meritul lor este că au încercat să sistematizeze ideile, abordările și teoriile din domeniu, pentru că, în ultimele decenii, studiile dedicate comunicării interculturale și-au lărgit câmpul problematic, iar bibliografia temei s-a diversificat considerabil, mai ales în domeniul cercetării aplicative.

Studiile despre comunicarea interculturală își găsesc suportul în întregul complex al științelor sociale și umane, dar în primul rând în antropologia culturală, sociologie și psihosociologie, semiotică și științele limbajului, imagologie, management, publicitate și marketing, relații internaționale și, evident, științele comunicării. Disciplinele care abordează fenomenul cultural (antropologia culturală, filosofia culturii și studiile culturale în general) reprezintă trunchiul masiv din care s-a desprins, ca o ramură viguroasă, noua disciplină: comunicarea interculturală. Este simptomatic faptul că întemeietorii noii discipline și teoreticienii care au impus-o în ultimele decenii ca o arie distinctă de cercetare științifică și ca o linie de studii universitare vin, pe trasee diferite, din această sferă a științelor sociale. În aceste domenii erau deja acumulate metodologii de cercetare și expertize calificate asupra temelor investigate de noua disciplină: contactele și interacțiunile istorice dintre societăți și culturi, problema diferențelor culturale, conceptualizată prin ideea de *pattern cultural*, procesele de aculturație, influențe și împrumuturi culturale, etnocentrism și relativism cultural etc.

5. Cultura media – o infrastructură simbolică a interculturalității

Științele comunicării, cu toate ramificațiile lor, reprezintă al doilea trunchi din care s-a născut noua disciplină. Este important să putem explica de ce procesele de comunicare, în registrul verbal și în cel nonverbal, la nivel interpersonal, de grup sau organizațional, au variații și diferențe în funcție de contextele culturale. Dar, și mai important este faptul că științele comunicării ne oferă o perspectivă pentru a înțelege funcțiile complexe ale limbajului, diferențele dintre tipurile istorice de culturi în raport cu predominanța unor mijloace de comunicare (oralitate, scris, audiovizual), efectele sistemului mediatic asupra universului cultural al omului contemporan, un univers configurat și stăpânit de noile media, de ceea ce teoreticienii numesc *new popular culture*. E o lume a brandurilor și imaginilor, e lumea culturii media, care reprezintă cea mai extinsă și accesibilă infrastructură simbolică a comunicării interculturale.

Dezvoltarea explozivă a mijloacelor de comunicare în masă a generat treptat o nouă realitate culturală, un nou tip de cultură: cultura de masă. Este vorba de un vast teritoriu cultural, situat într-un spațiu intermediar, între cultura specializată modernă și cultura populară tradițională, premodernă. Datorită impactului ei social enorm, analiza culturii de masă a devenit o temă prioritară pentru teoreticienii culturii în secolul XX. Pentru a defini această cultură și a preveni anumite confuzii, Școala de la Frankfurt a impus sintagma de industrii culturale. Cultura de masă nu este o cultură produsă de mase, ci este produsă de sistemul mediatic și este destinată maselor. În interpretarea critică a lui Adorno și Marcuse, industriile culturale sunt o uriașă mașinărie de manipulare a maselor, prin care societățile capitalismului târziu, ca societăți de consum, au reușit să administreze dorințele indivizilor și structurile inconștientului colectiv. Pe măsură ce sistemul mediatic s-a perfecționat și s-a diversificat, devenind un dispozitiv uriaș care înfășoară planeta, s-au diversificat și formele și produsele culturii de masă.

Derutați de proliferarea acestor forme de manifestare, teoreticienii au propus mai multe concepte pentru a defini acest fenomen: cultură de consum, cultură de divertiment, cultură de spectacol, cultura media. Este o cultura produsă, distribuită și dependentă ombilical de sistemul mediatic.

Turiștii, imigranții, diplomații și agenții comerciali o întâlnesc și o recunosc pretutindeni, oriunde s-ar deplasa, de la New-York la Tokio, Atena sau Madrid. E un strat cultural fără pecete identitară, deși poate avea unele variații și semne distinctive, de la o regiune la alta. Ea are o răspândire globală și există un număr considerabil de consumatori, mai ales din rândurile tinerilor, care se recunosc în ea și trăiesc în universul ei. Edgar Morin a afirmat cu jumătate de secol în urmă că acest tip de cultură pare a fi „prima cultură universală din istoria omenirii”. Ceea ce ne interesează în acest context este că această cultura media *a impus un cod de comunicare nu doar intercultural, ci unul transcultural*. Prin toate produsele ei, de la filme, publicitate, emisiuni, divertismente, spectacole, ea vehiculează mituri, convenții, imagini, forme de raportare la lume, atitudini, tipuri de vestimentație și stiluri de viață care au o extensie globală. Marshall McLuhan ne-a avertizat că predominanța comunicării audiovizuale va detrona supremația culturii scrise moderne și formele ei de identitate culturală și va produce o „retribalizare” a omenirii, în cadrul unui „sat global” solidarizat de noile forme de comunicare și de o civilizație a imaginii.

Simbioza dintre cultură și comunicare e mai pregnantă și mai vizibilă pe acest strat cultural, al culturii de masă și al culturii media, care nu e acoperă toată suprafața culturii contemporane (nu e *toată* cultura), ci e un aspect dominant al ei. Cultura media are o tendință hegemonică și imperialistă, ea impregnează, mijlocește și colonizează toate formele de creație și de manifestare, de la cele științifice, artistice și religioase la cele cotidiene, funcționale. De aceea, putem vorbi de un complex sau de *un fenomen cultura/comunicare*. Sistemul mediatic e un întreg univers, care a aplatizat lumea (Friedman, 2008). El are și o dimensiune globală, interculturală și transculturală. Poate că ar fi mai adecvat să vorbim de un *habitat mediatic*, în care trăim scufundați ca peștii în apă, fără să-l vedem, după cum ne spunea McLuhan. Ce se află în casele noastre? Computere, televizoare, aparate de radio, cărți, reviste, ziare, telefoane fixe și mobile, arhive cu fotografii, discuri și CD-uri, cabluri, fire, antene, sonerii, ceasuri, oglinzi, hărți, simboluri, embleme, tablouri, calendare ș.a.. E universul multimedia în care trăim, un amalgam de tehnologii și artefacte de care suntem dependenți în existența noastră cotidiană. Acest habitat sau medium e relativ la fel în toate colțurile lumii.

Trecerea de la „Galaxia Gutenberg”, galaxia modernității, în care forma predominantă de comunicare era cultura scrisă, la o „civilizație a imaginii”, în care forma predominantă este audiovizualul, în care locul central este ocupat de imaginea televizuală, de ecran, semnifică o ruptură în ordine culturală. Unii teoreticieni au comparat situația oamenilor captivi în universul mediatic actual cu cea descrisă de Platon în „mitul peșterii”. „Devine din ce în ce mai evident că, asemeni oamenilor din peștera lui Platon, noi trăim într-o lume creată de mass media mai degrabă decât în realitatea însăși” (DeFleur, Ball-Rokeach, 1999, p. 258). Analogia nu este întâmplătoare, pentru că și noi suntem seduși de umbrele care se derulează la nesfârșit pe toate ecranele. Trăim într-o cultură a „ecranului global”, care este prezentă în cluburi, pe strada, pe stadioane și pe toate ecranele, de la televizor la calculator și la telefonul mobil. „Este epoca ecranului global. Ecranul de oriunde și oricând, din magazine și aeroporturi, restaurante și baruri, metrou, automobile și avioane; ecranul de toate mărimile, ecran plat, ecran în aer liber și miniecran mobil; ecranul la purtător și ecran pentru proiecții interioare; ecranul bun la toate și pe care poți vedea orice. Ecran video, ecran miniatural, ecran grafic, ecran no-

mad, ecran tactil: secolul care abia a început se anunță a fi cel al ecranului omniprezent și multiform, planetar și multimediativ... Odată cu instaurarea epocii ecranul global, este pe cale de a se produce o imensă mutație culturală care afectează tot mai multe aspecte ale creației, dar și ale existenței înseși“ (Lipovetsky, Serroy, 2008, p. 8.).

Așadar, în centrul culturii contemporane se află sistemul mediatic prin care omul se raportează la lume, la societate și la semenii. *Această experiență mediatică are multe elemente comune și familiare pentru oameni din diverse culturi. Ea funcționează astfel ca un fundal și ca un suport favorabil pentru comunicarea interculturală.* Teoriile despre comunicarea interculturală se concentrează aproape exclusiv pe comunicarea interpersonală sau de grup, și pierd din vedere acest aspect. Teoriile și studiile dedicate schimbărilor culturale sub impactul globalizării se întâlnesc astfel cu cele care examinează efectele comunicării și ale sistemului mediatic asupra lumii contemporane.

Această conjuncție a teoriilor despre fenomenul cultură/comunicare este rezultatul actualei conjuncturi istorice și socioeconomice, pe care am descris-o în linii generale. Din combinația acestor factori multipli s-a născut noua disciplină, comunicarea interculturală. Mulți teoreticieni îi conferă un statut academic distinct, cu argumente pertinente și bine documentate. Noua disciplină are un domeniu de cercetare relativ bine circumscris (teme, probleme și situații de interes sub raport științific și practic), a dobândit în ultimele decenii un loc particular în programele de studiu ale universităților din întreaga lume, exista multe publicații specializate și asociații internaționale în domeniu. Disciplina a atins un grad de maturitate, de sistematizare și de instituționalizare și a acumulat deja o arhivă impresionantă de observații, date, descrieri, narațiuni, informații, studii de caz, abordări teoretice, metodologii de analiză și interpretări variate privind specificitatea situațiilor și a proceselor de comunicare interculturală.

De obicei, în limbajul publicistic, mai puțin specializat, termenul de comunicare interculturală se referă la toate formele de comunicare ce implică agenți individuali și colectivi, instituții și organizații aparținând unor culturi diferite. Mai recent, teoreticienii au introdus distincții mai riguroase între 1) comunicarea interculturală (la nivel microsocial, persoane sau grupuri), 2) comunicarea dintre culturi sau transculturală (Cross-cultural communication), care presupune analiza comparativă a unor caracteristici ale diverselor culturi, privite ca entități simbolice diferite și 3) comunicarea internațională (la nivel macro: instituții publice, structuri politice, țări, guverne, organisme internaționale). Este evident că aceste niveluri interferează și au un fond teoretic comun (Gudykunst, Mody, 2002, pp. 3-5).

Referințe bibliografice

1. Bauman, Zygmunt, *Modernitatea lichidă*, Editura Antet, 2001.
2. DeFleur, Melvin L., Ball-Rokeach, Sandra, *Teorii ale comunicării de masă*, Iași, Polirom, 1999.
3. Dobrescu, Paul, *Geopolitica*, București, Editura Comunicare.ro, 2004.
4. Friedman, Thomas L., *Pământul este plat. Scurtă istorie a secolului XXI*, Iași, Editura Polirom, 2007.
5. Gudykunst, William, Mody, Bella, *International and intercultural communication*, Sage Publications, 2002.
6. Hall, E. T., *Beyond Culture*, Anchor Press/Doubleday & Companz, Inc. 1976/ Anchor Press/Doubleday Garden City, New-York, 1981.
7. Huntington, Samuel P., *Cine suntem? Provocări la adresa identității culturale americane*, Editura Antet, 2004.
8. Held, David, McGrew, Anthony, Goldblatt, David, Perreton, Jonathan, *Transformări globale. Politică, economie și cultură*, Iași, Polirom, 2004.

9. Jandt, Fred. E, *An introduction to intercultural communication: identities in a global community*, 6th ed., Thousand Oaks, Sage Publications, 2010.
10. Kellner, Douglas, *Cultura media*, Iași, Institutul european, 2001.
11. Leclerc, Gérard, *Mondializarea culturală: civilizațiile puse la încercare*, Chișinău, Întreprinderea Editorial-Poligrafică Știința, 2003.
12. Linton, Ralph, *Fundamentul cultural al personalității*, București, Editura științifică și enciclopedică, 1968.
13. Lipovetsky, Gilles, Serroy, Jean, *Ecranul Global*, Editura Polirom, Iași, 2008.
14. Malița, Mircea, *Zece mii de culturi, o singură civilizație*, București, Editura Nemira, 1998.
15. Morin, Edgar, *Gândind Europa*, București, Editura Trei, 2002.
16. Samovar, Larry A., Porter, Richard E., McDaniel, E. R., *Intercultural Communication. A Reader*, Wadsworth Cengage Learning, USA, Boston, 2009 .
17. Tomlinson, John, *Globalizarea și cultura*, Timișoara, Editura Amarcord, 2002.
18. Scruton, Roger, *Vestul și restul, Globalizarea și amenințarea teroristă*, București, Humanitas, 2004.

Sinteze

Marie-Hélène FRAYSSINET *

Rapports de pouvoirs et formes de communication dans les décisions des collectivités territoriales

Résumé

La décentralisation territoriale renvoie la notion de décision à une volition de l'autorité locale conçue comme neutre et rationnelle. Mais cette approche reste tributaire d'une dimension uniformisante et totalisante du collectif. D'autres thèses proposent le maintien de la pluralité dans l'organisation où le collectif n'est plus transcendantal. La mise en représentation des pouvoirs est alors explicative de la décision. La communication a pour enjeu l'expression de cette diversité et doit être conçue comme indépendante de toute logique ou finalité définie a priori.

Mots-clés : collectivités territoriales, décisions, pouvoirs, communication, institutions.

1. Introduction

La prolifération des structures locales comme d'autres organismes, au niveau interne ou international, interroge sur l'appareil structuré de domination que l'État représente. L'apparition de groupements pesant sur le pouvoir politique a en effet été largement décrite et expliquée comme mettant en cause l'institutionnalisation du pouvoir¹. Les groupes existent et leur influence n'est guère contestable, mais cette dernière a cependant bien du mal à être mesurée, formalisée. Pas toujours organisés, ils n'apparaissent pas clairement en tant qu'acteurs sociaux rendant ainsi difficile « une définition de l'adversaire »². Davantage perceptibles en terme de mouvements que d'organisations ils renvoient l'idéal des discussions de l'espace public³ pour la résolution des conflits à une utopie. Leur influence est diffuse, les conflits ne sont plus uniquement ouverts et institutionnalisés⁴.

L'État a en effet bien du mal à rendre compte de ces mécanismes de pouvoirs où les oppositions et résistances sont nivelées. Classiquement les relations d'autorité viennent de l'organisation et non de l'action collective. La notion de pouvoir est conçue comme un monopole étatique pour prendre des décisions obligatoires. La décentralisation est encore administrative avant d'être politique. Elle implique en effet une approche totalisante du groupement et son analyse démontre le nivellement nécessaire à une décision voulue comme rationnelle.

La clause générale de compétence⁵, modalité d'organisation étatique, est ainsi peu ouverte aux phénomènes collectifs. Enfermée dans les contingences de l'intérêt général pour son exercice, elle renvoie aux aléas de cette notion⁶. Cette dernière est largement dominée par un principe d'uniformité⁷, répondant de la disparition d'une distinction claire entre l'espace public et l'espace privé où l'État essaie à présent d'effacer les inégalités de la sphère sociale.

* Enseignant chercheur docteur, Technopolis – LERASS, Université Paul Sabatier de Toulouse 3, France.

Cette intervention ne peut cependant avoir lieu qu'au prix d'une position d'extériorité homogénéisant les disparités.

Parallèlement, l'utilisation de la personnalité juridique, procédé certes commode, renvoie la personne publique à une unité⁸, le collectif n'étant perçu que par ses composantes individualisées supposées partager le même objectif.

L'étude de la décentralisation caractérise ainsi la décision administrative conçue comme neutre. La décision est le choix⁹ d'une solution qui semble la plus adaptée, entre plusieurs alternatives, face à un problème donné. Dans cette approche en effet nulle trace d'oppositions ou de conflits où les diverses procédures mises en place en amont garantissent leur résolution rationnelle. L'uniformisation est la condition de la décision.

Mais ces organisations ne permettent plus le règlement des conflits par la prise de décision. L'État régulateur a du mal à remplir cette fonction. Le droit, conçu comme mode de régulation des rapports sociaux, tend à être contesté comme en témoigne la prolifération de règles toujours plus nombreuses et précises, perdant ce qui est leur trait caractéristique¹⁰.

Si pouvoirs et décisions sont inséparables et constituent les deux faces de l'organisation, une autre approche est cependant possible. L'organisation peut en effet être conçue comme rationalisée ou au contraire comme répondant d'un mouvement diffus qui ne la recouvre pas, qualifié parfois d'institution¹¹ comme lieu de pouvoirs. La décentralisation est alors aussi en ce sens « à côté » de l'Etat et le traverse.

Les pouvoirs définis comme une relation de domination et d'influence¹², lieu où se concentre la communication¹³, sont au centre de l'analyse. Derrière le caractère ordonné et structuré des organisations se déroulent des processus de pouvoirs. La décision n'est plus envisagée sous l'angle du choix. Elle devient le fruit d'une lutte et c'est tout l'enjeu de l'analyse de la décision que de faire apparaître ces jeux de pouvoirs uniformisés dans les structures classiques.

La décision dépend du groupe et de la manière dont leurs membres communiquent. L'appréhension du collectif conditionne ainsi son analyse.

Les organisations administratives véhiculent toujours les options rationnelles du choix décisionnel alors que c'est la « maturation » de la décision qui doit être interrogée (2), résultante des oppositions et résistances (1).

2. La décision, de l'uniformité à la différenciation

Les théories micro sociologiques du collectif, dépassant les approches en terme de comportements individuels ou encore d'entités supra individuelles, sont explicatives d'autres processus décisionnels particulièrement dans la création de mécanismes contraignants où l'État n'intervient qu'*in fine*.

Tandis que dans les thèses classiques le collectif est nécessairement uniformisé pour permettre la décision (1.1), les oppositions et résistances sont en revanche maintenues dans ces théories (2.2).

2.1. L'uniformité des thèses classiques comme condition de la décision

La décision des thèses classiques renvoie avant tout à la problématique de l'organe et de sa compétence¹⁴, chaînon indispensable du choix. La question essentielle « pour une théorie administrative, qu'elle soit juridique ou des sciences des organisations, est de savoir quel organe

est chargé de telle fonction. Question essentielle de compétence ; supprimez cette question, il n'y a plus de théorie juridique ou de sciences des organisations possibles »¹⁵.

La fragmentation du processus en préparation, décision, exécution explique la décision uniquement par la majoration de « l'élément » volonté au moment du choix. L'organe est autonome et libre dans ses choix car sa volonté est considérée comme telle, émancipée des diktats d'une autorité supérieure.

La volonté autonome de l'organe est ainsi consacrée par l'absence de relation hiérarchique entre les autorités, l'autorité décentralisée et l'autorité de contrôle, et renvoie à l'initiative des actes.

La décentralisation est ainsi perçue comme vecteur d'autonomie dans les fins poursuivies, prohibant l'intervention du pouvoir central dans la détermination du contenu de l'acte. Et en effet, « retenir le principe du respect de l'initiative de l'autorité décentralisée, c'est, ipso facto, retenir celui de respect des dispositions choisies par ladite autorité. C'est prohiber l'intervention du pouvoir central dans la détermination du contenu de l'acte »¹⁶.

La décision est conçue comme individuelle et découlant d'une autonomie dans la relation entre deux autorités. Les relations de la collectivité avec ses membres ne sont pas considérées, pour ces derniers la décision est unilatérale.

Mais si l'autonomie de l'organe local est reconnue de par l'absence de pouvoir hiérarchique de l'autorité centrale, elle est néanmoins toujours subjective car encadrée par une hiérarchie normative sous l'égide de l'intérêt général¹⁷. Pour assurer l'unité et l'indivisibilité de l'État, cette hiérarchie des actes assure un principe d'uniformité auquel la décision locale est subordonnée. Les diverses finalités de l'initiative autonome sont unifiées sous la bannière de l'intérêt général¹⁸. La décentralisation, entre autonomie et unité, a ainsi toujours pour enjeu la maîtrise de la décision de la collectivité sous l'égide d'un intérêt général uniformisant.

Bien des théories ont pourtant démystifiées la décision individuelle mettant l'accent sur le poids social ou autre qui pèse sur l'individu et mettant par là même en cause toute rationalisation. Plusieurs théories explicatives du processus décisionnel ont ainsi posé le principe d'un décideur « apparent », dépassant l'idée du sujet rationnel et partant d'une rationalité limitée¹⁹ pour expliquer les choix du décideur, la prise de décisions dans les organisations. Parallèlement la cybernétique a largement contribué à destituer la linéarité de la décision, la décision n'est plus un phénomène isolé. La rationalité du sujet est ainsi écartée et d'autres mécanismes sont proposés pour expliquer la décision en amont dans et par l'organisation.

D'autres encore ont « déréifié »²⁰ l'organisation, où ses structures et objectifs sont le produit même des interactions qu'ils encadrent et sont donc soumis aux mêmes limites de rationalité que les comportements humains²¹. March²² a alors souligné la difficile cohérence de cette organisation dominée par l'aléa.

Et c'est bien toute la difficulté de l'analyse où la destitution de l'individu renvoie soit à l'imprévisibilité soit au maintien voire au renforcement de la rationalité de l'organisation et de ses objectifs.

Les organisations restent encore en effet lien social et « lieu » de résolution de conflits²³ et conduisent à un construit transcendantal. La communication au sein de l'organisation est informative²⁴ et organisationnelle, dans la droite ligne d'une décision non aléatoire et d'une organisation qui s'auto-institue.

Cette dimension est en effet largement ancrée dans les structures administratives, où une logique autoritaire est maintenue comme répondant d'une logique étatique de l'organisation et de sa décision.

L'État impose ainsi une approche autoritaire de répartition et d'encadrement des relations des collectivités avec lui mais aussi entre collectivités²⁵, prix de la décision rationnelle. La création de structures intercommunales par l'État ne répond pas par exemple en première analyse à une volonté d'établir une coopération horizontale mais de maintenir voire de renforcer une perspective verticale d'intégration.

Des procédures d'exclusion des interventions²⁶ entre collectivités, de dissociations artificielles de leurs actions entraîne une inévitable multiplication des organisations locales dans un cadre contraignant pour une action commune. Les procédures sont complexes, contingent les interventions, sans parvenir à dépasser un enchevêtrement inévitable.

Les compétences ne sont pourtant pas d'application mécanique, elles demandent le plus souvent une solidarité entre collectivités et avec les administrés, un « sentiment » impossible à décréter et à enfermer dans la logique de la notion de compétence. Elles ont rarement vocation à s'exercer de manière isolée et nécessitent le plus souvent des actions conjointes. L'intercommunalité n'a ainsi pas eu le succès souhaité.

2.2. La décision, fruit d'oppositions et résistances

La prolifération même des structures et des réformes des collectivités territoriales pose d'ailleurs en ce sens la question de leur pertinence. Le foisonnement des institutions notamment administratives, tant au niveau national²⁷ que local²⁸, ne suffisent pas en tant que nouvel espace communicationnel à résoudre les conflits. Leur transcendance même, leur non immanence, suffisent à les disqualifier car imposant encore une ligne uniformisante par la fixation d'un objectif qui leur est extérieur. Cette dimension découle immédiatement de l'appréhension du collectif comme une collection d'individus atomisés et « fédérés » dans une organisation superposée.

Pour certains théoriciens cependant le collectif n'est pas conçu avant tout comme composé d'individualités mais de flux²⁹ au niveau infra individuel³⁰. Ce ne sont pas des relations entre individus et groupes, le groupe n'étant pas soumis à une « conscience collective », qui sont étudiées mais des rapports d'ondes, de pouvoirs.

La notion de pouvoir elle-même n'a plus immédiatement la même dimension que dans les thèses classiques, où « l'étude de cette microphysique suppose que le pouvoir qui s'y exerce ne soit pas conçu comme une propriété, mais comme une stratégie, que ses effets de domination ne soient pas attribués à une appropriation mais à des dispositions, à des manœuvres, à des tactiques, à des techniques, à des fonctionnements; qu'on déchiffre en lui plutôt un réseau de relations toujours tendues, toujours en activité plutôt qu'un privilège qu'on pourrait détenir; qu'on lui donne pour modèle la bataille perpétuelle plutôt que le contrat qui opère une cession ou la conquête qui s'empare d'un domaine ³¹».

Le pouvoir n'est pas appréhendé en fonction d'un titulaire dont il faut justifier la force. Une analyse originale et féconde³² pose ainsi l'imitation³³ comme lien social, forme de pouvoir et de domination sociale. Le pouvoir est avant tout accord sur des valeurs, des désirs où l'obéissance est « une espèce d'imitation »³⁴, où « les obligations sont basées sur des croyances »³⁵.

L'analyse sous l'angle des pouvoirs ne conduit jamais à une uniformité, préalable indispensable des thèses classiques des organisations. Les flux imitatifs suscitent des résistances pour renforcer la croyance³⁶, où un flux est toujours de croyances et de désirs³⁷. Si plusieurs pouvoirs existent et finissent pas se rejoindre, ce dernier n'est pas fixé et a besoin d'oppositions³⁸ et d'innovation³⁹ pour se maintenir. Les théories micro sociologiques, prenant résolument en compte les résistances, maintiennent les oppositions et par là la diversité comme

composantes du lien social. Ces oppositions se traduisent par une hiérarchie des flux imitatifs, consubstantielle au social et conséquence d'une « différenciation »⁴⁰.

La hiérarchie a alors une acception particulière, elle n'est pas conçue de prime abord dans l'organisation. Cette perspective renverse en effet cette notion où la hiérarchie devient un mouvement du bas vers le haut. C'est une hiérarchie des flux imitatifs où le pouvoir n'a pas a priori de particularités intrinsèques. Défini comme un lien imitatif des « apôtres » vers un « modèle », il n'a pas de traits distinctifs. L'imitation est d'ailleurs par elle-même une forme de domination sociale.

La hiérarchie avec la micro sociologie évolue selon le degré de proximité du « modèle » de celui qui lui est soumis : les possibles de la décision ne sont pas les mêmes selon leur degré d'éloignement. Le contenu de la décision et son caractère obligatoire, basés sur l'adhésion à des croyances et fondé sur des oppositions et innovations, évoluent.

L'imitation est de prime abord imitation du supérieur le plus proche car plus une obligation va forcer la conviction, plus elle sera obéie. Le pouvoir ne devient central que par la réflexion d'imitations initialement locales. Dans cette logique, il s'appuie cependant sur une communauté d'imitations nécessairement plus restrictives.

Cette approche bouleverse ainsi la notion d'obligation. L'obligation n'est pas dans le modèle mais dans l'imitateur. Les représentations mentales sont en effet à la source de l'obligation, à l'antithèse des représentations légales ou contractuelles classiques impliquant une habilitation. Ce n'est donc plus le choix décisionnel qui est important mais son caractère obligatoire, qui en conditionne le contenu. Nous ne sommes plus dans la dimension d'une « mise en représentation » des rapports sociaux dans une organisation à la fois lien social et lieu de résolution des conflits. La communication n'est plus représentative, il n'y a plus de césure entre le représentant et le représenté. La dimension symbolique de la Nation et de son sujet « absolu » ne confère plus à elle seule l'identité.

Et c'est bien toute l'originalité de ces thèses que de proposer une « construction » de l'organisation bien différente des thèses classiques.

3. Décision et organisation

Ces théories micro sociologiques sont parfois critiquées car *in fine* c'est toujours l'individu qui prend une décision et ces « pouvoirs diffus » seraient impossibles à conceptualiser⁴¹. Mais cette perspective conduit surtout à dépasser l'uniformisation inévitable des thèses classiques pour rendre compte des oppositions et résistances. Aucune rationalité n'est présupposée qu'elle soit dans l'individu ou dans l'organisation. Il ne s'agit plus d'inventer un nouvel espace public ni de nouveaux interlocuteurs permettant d'expliquer le choix décisionnel.

L'analyse sous l'angle des pouvoirs offre ainsi d'autres perspectives. Mais la question essentielle est celle du lien avec l'organisation, déconstruite dans ces théories. L'admission d'un pouvoir objectif du « subordonné » (1) amène sûrement une autre approche garante du pluralisme (2).

3.1. Pouvoirs et décision « locale »

Simon⁴² considère que les structures ne sont pas seulement des divisions techniques ou sociales. La dimension informationnelle et décisionnelle est une donnée fondamentale. Mais les limites de la rationalité interdisent tout optimisation de la décision. L'individu, faute de

disposer d'une information parfaite, se contente dans ses choix de la première solution qui lui semble satisfaisante. Une « bonne » décision découle donc de la proximité entre la source d'information et son lieu d'utilisation.

La décentralisation a trouvé ainsi sa justification renforcée par l'analyse micro sociologique où cette conclusion est reprise mais dans une autre dimension. La décision, qui n'a pas initialement de champ spécifique, retrouve une unité dans le pouvoir institué de l'organisation. Dans l'organisation, où le pouvoir redevient l'aptitude à prendre une décision obligatoire, l'autorité locale exerce un pouvoir et pas seulement une compétence.

Mais si la réalité d'une multiplicité de pouvoirs immanents est envisageable, sa retranscription dans les procédures juridiques décisionnelles est néanmoins plus hasardeuse. Ces procédures n'ont pas pour vocation de les laisser apparaître, bien au contraire. Cette « latitude » laissée à la collectivité territoriale est cependant une nécessité, un impératif⁴³ ; en ce sens une autre analyse des techniques juridiques est envisageable et peut permettre ainsi de le déceler.

Dans l'approche micro sociologique ce n'est pas la structure hiérarchique de l'organisation ni une habilitation étatique qui confère à la décision sa force obligatoire, mais des mécanismes d'adhésion. La perspective classique n'analyse pas la décision sous l'angle de son caractère obligatoire. Ces thèses établissent certes l'indépendance de deux volontés, l'État et la collectivité territoriale, mais établir l'indépendance des deux volontés ce n'est pas expliquer le rapport des deux décisions en cause, celle de l'État envers la collectivité et celle de la collectivité à ses membres. C'est cependant une question essentielle quant à l'autonomie de cette dernière.

Le pouvoir hiérarchique dans l'organisation décentralisée ne doit plus être appréhendé en premier lieu sous l'angle de la volonté de l'organe local. Il n'est plus en effet immédiatement un pouvoir sur une volonté mais sur une décision et son devenir. Tandis que le schéma classique pose la décision comme un acte isolé d'autres décisions⁴⁴, se sont les relations entre décisions qui sont ici étudiées.

L'admission d'un pouvoir propre de la collectivité est ainsi décelable. La collectivité détient un véritable pouvoir dans la mesure où elle a la maîtrise du caractère décisoire, obligatoire de ses actes. L'approche des thèses classiques peut alors être inversée. L'autorité décentralisée n'est ainsi jamais tenue de prendre la décision de l'autorité centrale. Par exemple un avis de l'État peut être obligatoire pour une collectivité, mais cette dernière n'est jamais tenue de l'exécuter. Il peut en ce sens y avoir absence d'initiative de la collectivité, et dans le même temps respect du caractère décisoire de sa décision ou plutôt de l'absence de décision. A contrario la décision l'État n'a pas dans cette hypothèse un caractère obligatoire. Parallèlement l'autorité centrale ne peut pas, pour simple opportunité, appeler une modification de la décision prise par l'autorité locale.

L'autonomie signifie alors que la décision locale est obligatoire immédiatement et sans intervention préalable qui viendrait lui conférer ce caractère. Le contrôle sur les actes des collectivités s'effectue en effet a posteriori par le juge⁴⁵ où la compétence offre parfois la sentiment d'une habilitation de l'État vers une collectivité ...a postériori.

La collectivité détient un pouvoir décisionnel⁴⁶, bien différent des délégations de compétences des thèses classique entre autorités car répondant d'une autonomie objective.

C'est d'ailleurs peut-être, par certains aspects et selon la lecture qui en est donnée, l'apport des dernières réformes sur les collectivités territoriales.

3.2. Pouvoirs et organisation

La réforme des collectivités territoriales prévoit ainsi de nouvelles modalités de décentralisation mais, par certaines dimensions, c'est peut-être bien davantage que la méthode qui change.

Si la simplification des structures territoriales⁴⁷ est reportée *sine die*, en revanche est proposée une répartition des compétences fondée sur le critère rural-urbain⁴⁸, dépassant le schéma classique de répartition homogène des compétences selon des niveaux territoriaux différents.

D'autres principes déjà ancrés dans la Constitution, tel que la notion de collectivité chef de file⁴⁹ ou encore le principe de subsidiarité⁵⁰, peuvent aussi permettre une action à géométrie variable des collectivités. L'articulation des interventions entre collectivités est modifiée. Cette approche revient à dépasser la logique de la compétence qui était jusqu'alors maintenue dans les relations entre collectivités, instaurant un mécanisme autoritaire. Si ces dispositions sont adoptées, en dehors de la définition des « modalités », l'État n'aura plus vocation immédiate à contrôler leurs actions communes et n'interviendra plus directement dans la coordination des interventions entre collectivités.

Cette approche permet aussi d'ouvrir les collectivités au poids social et à une nouvelle responsabilisation⁵¹, là où la notion de compétence ne fait que les limiter.

L'État décentralisé est néanmoins unitaire. Dans cette perspective l'État n'est pas tenu de prendre en compte cette dimension sociale et donc juridique des collectivités, même si l'encadrement autoritaire de leur action reste à l'évidence une gageure dans le cadre d'une décentralisation effective. Cette approche est donc tout à fait partielle mais c'est aussi tout l'enjeu des thèses micro sociologiques que de lui donner une autre dimension.

C'est aussi toute la difficulté de ces thèses que d'appréhender la notion d'organisation qu'elles déconstruisent. Le pouvoir local « organisé » n'intervient à l'évidence pas dans toutes les matières ce qui est en effet tout l'objectif de son organisation.

Ces théories ne donnent cependant pas véritablement de « clé » pour la résolution des conflits. Les flux sont par essence diffus et mouvants. Les contradictions, les oppositions restent externes au modèle où il s'agit d'une contradiction de flux et non une contradiction intrinsèque à un même flux. L'organisation n'a plus par ailleurs de contours nets et n'est plus immédiatement superposée. Mais la différenciation est au fondement de l'organisation contrairement aux thèses classiques.

Le va et vient incessant⁵² entre « ondes » et organisation appelle ainsi une réalisation de cette dernière dans la durée où le pouvoir institué s'organise progressivement et surtout à chaque niveau de l'organisation, niveau dont la visibilité dépend cependant d'une création par l'État.

Pour autant aucune société finale n'est convoquée dans ces thèses, les valeurs et croyances ne viennent pas de l'extérieur, elles ne font pas partie du décidable, et ne reçoivent donc pas a priori de contenu. Certaines études montrent d'ailleurs que le développement des dispositifs numériques amène aussi à des replis identitaires, à des communautarismes. La circulation des informations ne conduit peut-être pas à la circulation des croyances.

L'organisation ne doit plus avoir pour ambition de s'auto-instituer, mécanisme impliquant des stratégies de communication des valeurs où cette communication globale finit aussi par disloquer le lien social en l'atomisant. Le contrôle et la surveillance comme formes de communication sont ainsi dépassés⁵³.

La communication est nécessairement dialogique, et c'est entre l'organisation et le lien social dont elle est issue qu'il faut la retrouver. Elle se déploie alors dans le passage d'une

communication imitative informelle⁵⁴ vers une communication formelle, où elle devrait ainsi rendre possible une « mise en représentation »⁵⁵, être ce nouvel espace de distanciation pour donner un sens et permettre justement le rapprochement⁵⁶.

L'imitation fonctionne à la communication mais une communication participative où l'émetteur et le récepteur sont réflexifs⁵⁷. L'émetteur n'est pas tout puissant, l'imitateur a un rôle très actif. Le message ne se répète pas indéfiniment puisque sont introduites les oppositions, ce qui permet alors son déploiement. Si les flux ne peuvent pas être formalisés, leur expression peut en revanche être facilitée et recueillie à chaque niveau de l'organisation, où la réflexivité reste toujours au cœur de l'innovation. La communication devient appartenance consentie parce qu'« échappant à toute logique d'intention et à toute justification formulée a priori »⁵⁸.

L'organisation la plus achevée est probablement dans ces thèses celle qui garantit la pluralité. Sa condition est sûrement une non contestation de ses procédures et modes de communication, condition *sine qua non* de son ouverture au pluralisme. Émancipée des contingences de la nécessité et de la domination, elle s'ouvre à la diversité.

Et le foisonnement des « communications entre les peuples et entre les classes auront pour effet de les ramener séparément au goût et au maintien pieux de leurs originalités distinctives, de leurs usages, et de leurs mœurs particuliers... »⁵⁹.

4. Conclusion

Le pouvoir est « le modèle d'une activité qui ne laisse aucune œuvre derrière elle et épuise sa signification dans sa propre existence »⁶⁰. Le pouvoir est presque immédiatement transformé en compétence au sein d'une organisation. C'est toute la difficulté d'analyse du lien entre pouvoirs et organisation qui est posée où cette dernière n'est plus superposée. Cette déconstruction par le « menu » a le mérite de dépasser l'inévitable uniformisation opérée par les thèses organisationnelles classiques pour l'analyse de la décision. Mais cette perspective est aussi exigeante. La représentation des pouvoirs, condition de leur visibilité et de leur contrôle, condition aussi de l'altérité et de la pluralité, est incertaine. Seul le maintien des individualités, équilibre entre les rapports de pouvoirs et les formes de communication dans l'organisation, peut alors garantir une dimension pluraliste. Sera peut-être alors organisé ce qui pourtant ne peut pas être divisé dans un nouvel espace d'initiatives. Les discussions de l'organisation ne sont décidément plus celles des Lumières.

Notes

¹ En ce sens par ex. J. Chevallier, *Public – Privé*, C.U.R.A.P.P., P.U.F., 1995.

² Alain Touraine, *Pourrons-nous vivre ensemble ?*, Paris, Fayard, 1997, p. 496.

³ Selon l'analyse de J. Habermas, *L'espace public*, Payot, 1978.

⁴ Tel le dialogue parfois ambiguë avec les médias.

⁵ Définit comme habilitation pour les prise de décisions juridiques selon un champ matériel pour les établissements publics, un « cercle de personnes » pour les collectivités territoriales.

⁶ Sa généalogie la restitue à l'origine dans la logique libérale de l'intérêt public dont elle perdra la rationalité avec l'altération de ce modèle.

⁷ Taxé parfois d'idéologie, v. en ce sens F. Rangeon, *L'idéologie de l'intérêt général*, Economica 1986.

⁸ La personnalisation est en effet la traduction d'une conception spécifique des intérêts collectifs en présence, où c'est seulement « un intérêt suffisamment caractérisé pour être isolé (qui) devient sujet ou personne », E. Gaillard, le pouvoir en droit privé, Economica, 1985 p.182.

⁹ Et qui renvoie d'ailleurs au fractionnement de la décision des thèses classiques des organisations.

¹⁰ Classiquement entendu comme stabilité, généralité, systématisme.

¹¹ Aussi bien par des juristes, tel que Maurice Hauturière, La théorie de l'institution et de la fondation – essai de vitalisme social, Cahiers de la nouvelle journée, n° 4, 1925, que par les sociologues de l'institution.

¹² v. H. Mintzberg, Le pouvoir dans les organisations, Les éditions d'organisation, 1986 ; M. Crozier, Le phénomène bureaucratique, Seuil, 1983.

¹³ v. P. Schwebig in R. Reitter et A. Ramanantsoa : Pouvoir et politique, Mc Graw Hill, Annexe 1.

¹⁴ La vision de l'acte est essentiellement présentée, à la suite d'A. De Laubadère, comme linéaire, où cinq points sont développés. Tout d'abord c'est une théorie de l'organe avec la compétence pour créer un acte, puis la théorie des formes et procédures d'élaboration. Ensuite vient l'analyse de l'entrée en application de l'acte, son exécution et enfin sa disparition.

¹⁵ Lucien Sfez, qui fait une critique de cette présentation, La décision, p. 34, PUF, 1984 ; voir aussi J. Chevallier et Danielle Loshak, Traité de science administrative, LGDJ 1978.

¹⁶ Serge Regourd, L'acte de tutelle en droit administratif, L.G.D.J. 1982, p. 208.

¹⁷ Ce qui revient à considérer une fin unique possible, comme extérieure et devant nécessairement s'imposer.

¹⁸ Le contrôle de légalité renvoie à un contrôle jurisprudentiel.

¹⁹ J.G. March et H.A. Simon : Organizations, John Wiley, New York, 1958, traduction française Les organisations, Dunod, 1974.

²⁰ Par ex. Lindblom, in The science of muddling through, Public Administration Review, 1959.

²¹ Graham Allison, Essence of Decision, Explaining the Cuban Missile Crises, Little, Brown and Co. 1971, qui renvoie la politique gouvernementale à un jeu de négociations, ce qui renvoie à son tour à la théorie des jeux.

²² „Bounded Rationality, Ambiguity, and the Engineering of Choice“, Bell Journal of Economics, 9 1978, dans notamment les « anarchies organisées ».

²³ Cyert et March („A behavioral theory of the firm“ 1963) parlent ainsi de l'organisation comme d'une arène.

²⁴ Où l'information constitue d'ailleurs un enjeu chez Michel Crozier, constitutive de jeux de pouvoirs.

²⁵ Là où la notion de compétence n'établit pourtant initialement qu'un rapport entre l'État et l'autorité décentralisée.

²⁶ Où les compétences sont le moins possible partagées. Une autorité locale ne peut en effet pas intervenir dans un domaine de compétence expressément attribué à une autre collectivité.

²⁷ Comme en atteste par exemple la perte de puissance des organisations syndicales.

²⁸ Avec par exemple les établissements publics intercommunaux et les divers syndicats locaux.

²⁹ G. Deleuze, F. Guattari, Mille plateaux, Minuit, 1980.

³⁰ Tel que le conçoit Gabriel de Tarde qui inspira Gilles Deleuze.

³¹ Michel Foucault, Surveiller et Punir, Gallimard, 1975.

³² Celle de Gabriel de Tarde notamment, qui a par ailleurs influencé bon nombre de sociologues, même si ses théories sont longtemps restées dans l'ombre de celles de Durkheim. Tarde est le précurseur selon Bruno Latour de la théorie de l'acteur – réseau.

³³ Gabriel de Tarde, ou encore notamment René Girard qui a pu étudier le « désir mimétique », La violence et le sacré, éd. Grasset et Fasquelle, 1972.

³⁴ G. de Tarde, Les lois de l'imitation, présentation Bruno Karsenti, éd. Kimé, 1993, p. 215.

³⁵ G. de Tarde, Les transformations du droit, Berg – international, rééd. 1994, p. 134.

³⁶ Où le lien social, chez Tarde, a trois composantes : la répétition imitative, l'opposition et l'adaptation.

³⁷ En ce sens G. Deleuze, F. Guattari, Mille plateaux, Minuit, 1980, p. 267.

³⁸ Où l'innovation suppose l'existence d'un modèle. C'est la théorie de l'invention de Gabriel de Tarde; Paul Ricoeur a pu également développer « l'innovation sémantique », Temps et récit, 3 t., Paris Seuil, 1983, 1984, 1985.

³⁹ L'innovation n'est cependant pas assimilable au progrès, elle ne tend pas vers une société finale. Elle est conçue comme opposition, amélioration d'une opposition antérieure.

⁴⁰ Gabriel de Tarde, *Les lois de l'imitation*, op. cit.

⁴¹ Par ex. Erhard Friedberg, *Le pouvoir et la règle – dynamiques de l'action organisée*, Sociologie Seuil, 1993, p. 194 et s.

⁴² H. A. Simon, *Administrative Behaviour. A study of decision. Making process in Administrative Organization*. The free Press, Macmillan, New York, 1945.

⁴³ Où le projet de loi maintient « une capacité d'initiative...justifiée par l'intérêt local » et garantissant « le respect des initiatives locales, nécessaires pour assurer l'adaptation aux spécificités des territoires ».

⁴⁴ En ce sens v. Lucien Sfez, *La décision*, PUF, 1984, p. 31.

⁴⁵ Décision du Conseil Constitutionnel n° 2004-490 DC du 12 février 2004 où le conseil constitutionnel précise qu'« aucune exigence constitutionnelle n'impose que le caractère exécutoire des actes des collectivités territoriales dépende dans tous les cas de leur transmission au préfet ».

⁴⁶ Ce qui renvoie d'ailleurs dans les thématiques du changement à la nécessaire implication du subordonné, v. en ce sens Erhard Friedberg, *Le pouvoir et la règle – Dynamiques de l'action organisée*, Seuil, 1993.

⁴⁷ Le rapport Attali préconisait à terme la disparition du département, Jacques Attali, *Rapport de la Commission pour la libération de la croissance française*, Paris, XO Éditions – La documentation française, 2008.

⁴⁸ Reprenant la proposition n° 8 du rapport Balladur qui concerne la création par la loi à partir de 2014 de onze métropoles qui pourront être rejointes par d'autres intercommunalités. Sur la distinction rural/urbain, v. Pierre Sadran, *La répartition des compétences entre les collectivités : quelle clarification ?*, p. 34, in *Regard sur l'actualité – collectivités locales : quelle réforme ?*, La documentation Française, mai 2009.

⁴⁹ Art. 72 al. 5 de la Constitution – Aucune collectivité territoriale ne peut exercer une tutelle sur une autre. Cependant, lorsque l'exercice d'une compétence nécessite le concours de plusieurs collectivités territoriales, la loi peut autoriser l'une d'entre elles ou un de leurs groupements à organiser les modalités de leur action commune. Le projet de réforme prévoit l'application de ces principes, à titre toutefois exceptionnel.

⁵⁰ Où les « collectivités locales ont vocation à prendre les décisions relatives à l'ensemble des compétences qui peuvent le mieux être mises en œuvre à leur échelon ».

⁵¹ Cette analyse conduit ainsi à d'autres perspectives pour la prise en compte du risque et de la responsabilité. Cette dernière dans les thèses classiques n'évacue pas le sujet et donc la nécessité de la faute.

⁵² B. Latour notamment, rejoint ces propositions où l'organisation ne peut être envisagée qu'en tenant compte d'un environnement large fait notamment de processus de pouvoirs, les membres étant un relai entre l'organisation et l'environnement.

⁵³ et la société disciplinaire comme a pu le montrer Gilles Deleuze.

⁵⁴ Ou du message transmis différent du message verbal comme a pu le montrer l'école de Palo Alto.

⁵⁵ Tel est d'ailleurs aussi l'un des enjeux de la dimension communicationnelle dans l'analyse des communautés de pratique.

⁵⁶ Pour Tarde l'imitation mode renvoie au modèle démocratique, tandis que l'imitation coutume est un modèle aristocratique, *Les lois de l'imitation*, op. cit., pp. 332-333. L'imitation coutume renvoie à l'imitation d'un modèle ancien, les ancêtres. L'imitation mode concerne celle des contemporains, des modèles étrangers ou nouveaux.

⁵⁷ Où nombre de théories ont été proposées, intégrant des « filtres » entre l'émetteur et le récepteur.

⁵⁸ Gino Gramaccia, *Le numérique au risque du « sub politique » : la parole dans l'espace public*, in *La communication organisationnelle en Débat*, sous la direction d'Arlette Bouzon, L'Harmattan, 2006, p. 201.

⁵⁹ Gabriel de Tarde, *Les lois de l'imitation*, op. cit., p. 424.

⁶⁰ Paul Ricœur, préface H. Arendt, *Condition de l'homme moderne*, Calmann-Levy, 1961, p. 26.

Références bibliographiques

1. Arendt Hannah, *Condition de l'homme moderne*, préface Paul Ricœur, Paris, Calmann-Levy, 1961.
2. Chevallier Jacques, *Public – Privé*, Paris, P.U.F., 1995.
3. Chevallier Jacques et Loshak Danielle, *Traité de science administrative*, Paris, L.G.D.J., 1978.
4. Crozier Michel, *Le phénomène bureaucratique*, Paris, Seuil, 1983.
5. Deleuze Gilles, Guattari Félix, *Mille plateaux*, Paris Minuit, 1980.
6. Foucault Michel, *Surveiller et Punir*, Paris, Gallimard, 1975.
7. Friedberg Erhard, *Le pouvoir et la règle – Dynamiques de l'action organisée*, Paris, Seuil, 1993.
8. Gaillard Emmanuel, *Le pouvoir en droit privé*, Paris, Economica, 1985.
9. Graham Allison, *Essence of Decision, Explaining the Cuban Missile Crises*, Little, Brown and Co. 1971.
10. Gramaccia Gino, *Le numérique au risque du « sub politique » : la parole dans l'espace public*, in La communication organisationnelle en Débat, sous la direction d'Arlette Bouzon, Paris, L'Harmattan, 2006.
11. Habermas Jürgen, *L'espace public*, Paris, Payot, 1978.
12. Hauriou Maurice, *La théorie de l'institution et de la fondation – essai de vitalisme social*, in Aux sources du droit : le pouvoir, l'ordre et la liberté, Cahiers de la nouvelle journée, n° 4, 1925 – réimprimé Caen n°23, 1990.
13. Lindblom Charles E., *The science of muddling thought*, in Public Administration Review, 1959.
14. March James G. et Simon Herbert A., *Les organisations*, Paris, Dunod, 1974.
15. Mintzberg Henri, *Le pouvoir dans les organisations*, Paris, Les éditions d'Organisation, 1986.
16. Rangeon François, *L'idéologie de l'intérêt général*, Paris, Economica 1986.
17. Regourd Serge, *L'acte de tutelle en droit administratif*, Paris, L.G.D.J. 1982.
18. Ricœur Paul, *Temps et récit*, 3 t., Paris, Seuil, 1983, 1984, 1985.
19. Sfez Lucien, *La décision*, Paris, PUF, 1984.
20. Simon Herbert A., *Administrative Behaviour. A study of decision. Making process in Administrative Organization*. New York, The free Press, Macmillan, 1945.
21. Tarde (de) Gabriel, *Les lois de l'imitation*, présentation Bruno Karsenti, Paris, Kimé, 1993.
22. Tarde (de) Gabriel, *Les transformations du droit*, Paris, Berg – international, 1994.
23. Touraine Alain, *Pourrons-nous vivre ensemble ?*, Paris, Fayard, 1997.

Dan Florin STĂNESCU*
Andra Cătălina ROȘCA**

Transformational leadership in the public sector – not a bedtime story

Abstract

Public Manager represents a special category of civil servant which contributes to the reforms in Romanian public administration. He leads, coordinates and assists the coordination of activities which, by their nature, require a general perspective and a specific level of expertise as compared to those of other categories of civil servants. The main objective was focused on identification of public managers leadership style (Avolio & Bass). In order to reach the above objective we have asked 101 public managers enrolled in the YPS program to fill in the MLQ – Multifactor Leadership Questionnaire. Low scores were obtained for passive/avoidant leadership, respectively at MBEP (management by exception – passive) and LF (laissez-faire – avoids involvement) scales. High scores were evident on the scales that describe transformational leadership scales, respectively IB (idealized influence – acts with integrity), IM (inspirational motivation – inspires others) and IS (intellectual stimulation – encourages innovative thinking).

Key words: public manager, transformational leadership, full range leadership, Avolio & Bass, MLQ.

1. Introduction

The idea of the present research naturally arises following our direct involvement both in the selection and in the training process of the future public managers included in the YPS program – Young Professionals Scheme. The aim of the project is to prepare a nucleus of leaders of the new generation within the public service, a body of professional managers in public administration, who have the capabilities of being politically neutral and are professionally trained in the spirit of modern principles and values of the public sector management in the European Union (Stănescu, 2009).

Secondly, an article published by Warsen Bennis in *American Psychologist* No.1/2007 draws our attention. The article claimed that contemporary world is under the threat of several dangers: a nuclear or biological catastrophe, intended or accidental; an epidemical/pandemical disease spread worldwide; the management of human institutions. It is very interesting that the first catastrophes are only likely to happen with the support of the last one. Despite the fact that this vision might appear exaggerated, we cannot help noticing the importance of an efficient leadership body, wise and oriented towards the public good of an organization (Sternberg, 2007).

* PhD Senior Lecturer, National School of Political Studies and Public Administration, Bucharest, Romania.

** Researcher, University of Bucharest, Romania.

The new leadership requests have a growing focus on the transformational leadership in the context of a diversified labour market and of the global recession.

As previously mentioned (Stănescu, 2009), the public manager represent a special category of civil servants which contributes to the reforms in romanian public administration – from the strategical levels to the operational ones. He leads, coordinates and assists the coordination of activities which, by their nature, require a general perspective and a specific level of expertise as compared to those of other categories of civil servants.

In order to enable them to fulfil their tasks, Public Managers are exposed to a range of placements in government departments and agencies and they are placed in regularly changing roles of intensive responsibility to prepare them for future senior managerial positions. Through the training program they are prepared to work in different administrative contexts, at central, territorial and local level.

Starting from this background we have decided to investigate this “special breed” of civil servants, using the full range leadership developed by Avolio & Bass. The full range model of leadership was developed to broaden the range of leadership styles typically investigated in the field. The model was labeled “full range” to challenge the leadership field to broaden its thinking about what constitutes a much broader range of leadership styles than the paradigms of initiation of structure and consideration.

The Full Range of Leadership Model includes, in addition to the components of transformational leadership, also several components of transactional leadership behavior, along with laissez-faire behavior.

The full range model of leadership assumes the existence of differences in the effectiveness of leadership styles, based on the active/passive distinction. Broad categories of leadership range from Passive / Avoidant Leadership or Laissez-Faire, passes trough Transactional Leadership and focuses at the other end on Transformational Leadership.

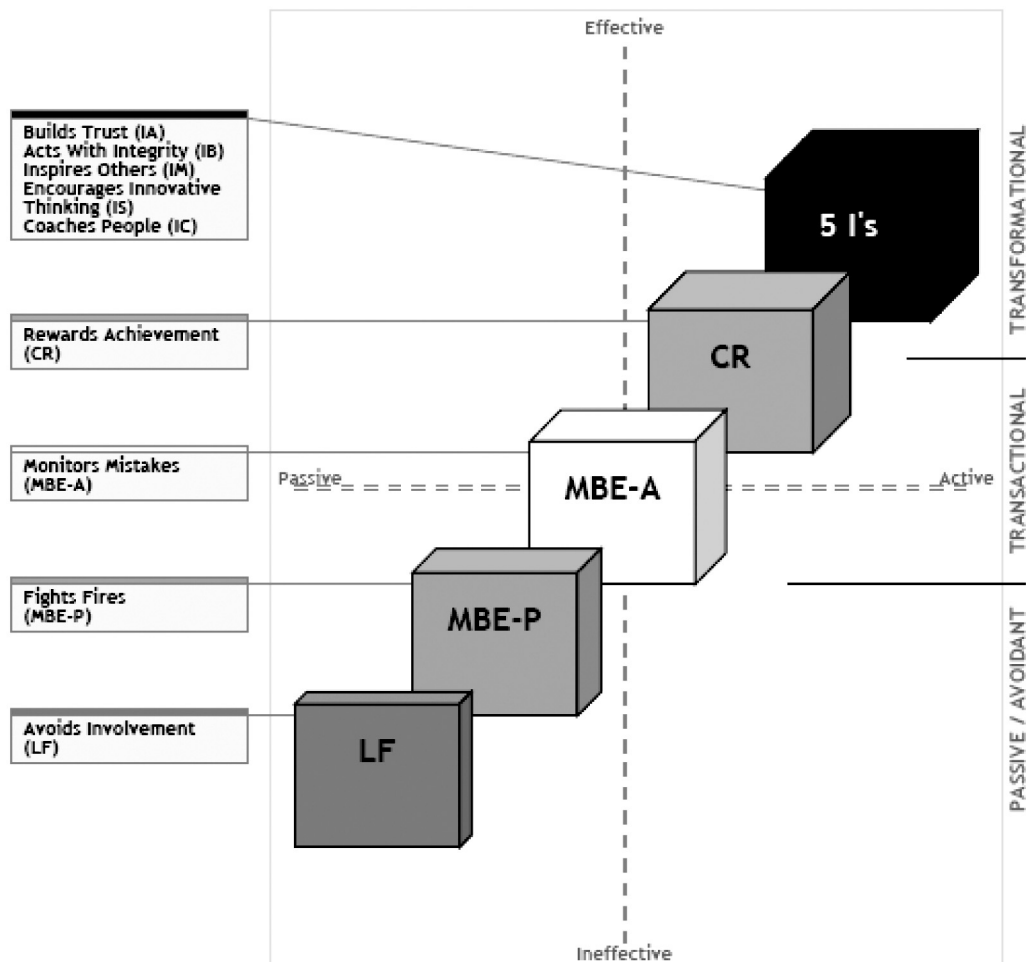
Transactional leadership occurs when the leader rewards or disciplines the follower, depending on the adequacy of the follower’s performance. Transactional leadership depends on contingent reinforcement, either positive contingent reward (CR) or the more negative active or passive forms of management-by-exception (MBE-A or MBE-P).

Contingent reward (CR) leadership involves the leader assigning or obtaining follower agreement on what needs to be done with promised or actual rewards offered in exchange for satisfactorily carrying out the assignment. Contingent reward is transactional when the reward is a material one, such as bonus. Contingent reward can be transformational, however, when reward is psychological, such as praise.

Management-by-exception (MBE-A or MBE-P) – in active MBE, the leader arranges to actively monitor deviances from standards, mistakes, and errors in the follower’s assignments and to take corrective action as necessary. MBE-P implies waiting passively for deviances, mistakes, and errors to occur and then talking corrective action. Active MBE may be required and effective in some situations, such as when safety is paramount in importance. Leaders sometimes must practice passive MBE when required to supervise a large number of subordinates who report directly to the leaders.

Laissez-faire leadership (LF) is the avoidance or absence of leadership and is, by definition, most inactive, as well as most ineffective according to almost all research on the style. As opposed to transactional leadership, laissez-faire represents a non-transaction. Necessary decisions are not made, actions are delayed, responsibilities of leadership are ignored and authority remains unused.

Figure 1. Full range leadership model (Bass & Avolio, 1994).



2. Instruments

In order to reach the proposed objectives we have used the MLQ – Multifactor Leadership Questionnaire (Avolio & Bass, 2004b). The Multifactor Leadership Questionnaire (MLQ) is a structured, verbal, omnibus measure of leadership styles. The questionnaire consists of 45 items, which can be applied in its self-evaluation form directly to the evaluated person or, in its hetero-evaluation form, to the evaluated person's colleagues, superiors, subordinates or clients. The questionnaire is covering what is known as the "full-range" leadership model and its essential advantage on other similar instruments consisting in the possibility to include the transformational leadership component in the evaluation (www.testcentral.ro).

MLQ scores in 12 scales – nine scales and subscales assess the leadership behaviours, while three of them measure the performance and results associated to these behaviours. Thus,

the MLQ composite scales are the following: Passive / Avoidant Leadership, Transactional Leadership, Transformational Leadership and Outcomes of Leadership.

Passive / Avoidant leadership style could be easily defined as “non-leadership” and is the exact opposite of an efficient transformational leadership style. Passive leaders avoid to identify and clarify potential problem areas, avoid to get involved, to set standards and to monitor for results. This leadership style has most of the time a negative effect on leadership results.

Transactional scales emphasizes the transaction or exchange that takes place among leaders, colleagues, and followers. This exchange is based on the leader discussing with others what is required and specifying the conditions and rewards these others will receive if they fulfill those requirements.

Transformational scales assesses those behaviors associated with transformational leadership. Transformational leaders do more with colleagues and followers than set up simple exchanges or agreements. They behave in ways to achieve superior results by employing one or more of the core components of transformational leadership. Conceptually, leadership is charismatic, and followers seek to identify with the leader and emulate him or her. The leadership inspires followers with challenge and persuasion, providing both meaning and understanding. The leadership is intellectually stimulating, expanding the followers’ use of their abilities. Finally, the leadership is individually considerate, providing the follower with support, mentoring, and coaching.

Transformational leaders motivate others to do more than they originally intended and often more than they thought possible. They set more challenging expectations and typically achieve higher performances. Transformational leaders also tend to have more committed and satisfied followers. Moreover, transformational leaders empower followers to pay attention to their individual needs and personal development, helping followers to develop their own leadership potential (Avolio & Yammarino, 2002).

Transformational leadership involves inspiring followers to commit to a shared vision and goals for an organization or unit, challenging them to be innovative problem solvers, and developing followers’ leadership capacity via coaching, mentoring, and provision of both challenge and support.

Transformational leaders are those who stimulate and inspire followers to both achieve extraordinary outcomes and, in the process, develop their own leadership capacity. Transformational leaders help followers grow and develop into leaders by responding to individual followers’ needs by empowering them and by aligning the objectives and goals of the individual followers, the leader, the group, and the larger organization.

Transformational and Transactional leadership are both related to the success of the group. Success is measured with the MLQ by how often the raters perceive their leader to be motivating, how effective raters perceive their leader to be at different levels of the organisation, and how satisfied raters are with their leader’s methods of working with others. (Avolio & Bass, 2004b).

3. Sample description

The present research comprised 101 public managers enrolled in the 4th Young Professionals Scheme project cycle, age between 23-34 years old, and high educational level (university and post-university level), 40 subjects were male and 61 female.

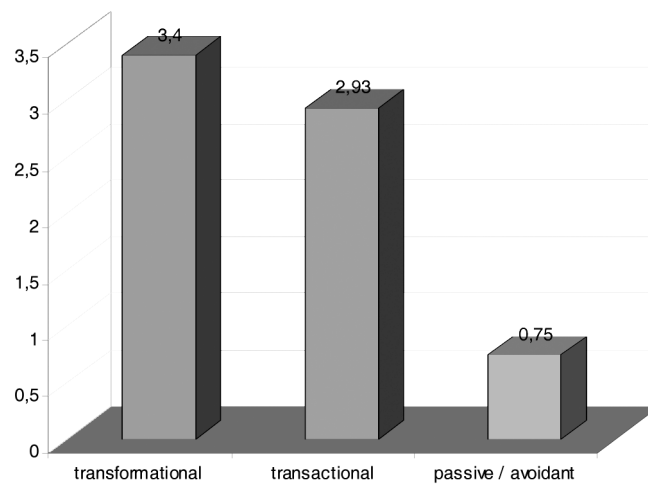
Table 1. Subjects ages by gender.

Gender/Age	20-25	26-30	> 30	Total
Male	8	28	4	40
Female	18	38	5	61
Total	26	66	9	101

Results

The data analyse led us to the following results: the highest score was obtained to the transformational leadership scale ($M = 3,40$, $S.D. = 0,30$), followed by transactional leadership ($M = 2,93$, $S.D. = 0,43$) and, with very low scores by passive / avoidant leadership ($M = 0,76$, $S.D. = 0,38$).

Figure 2. Leadership profile.



Transformational leadership is commonly described by four main features (Avolio & Bass, 2004): idealized influence, inspirational motivation, intellectual stimulation and individual consideration.

Idealized influence – transformational leaders behave in ways that result in their being role models for their followers. The leaders are admired, respected, and trusted. Followers identify with the leaders and want to emulate them. Among the things the leader does to earn this credit is considering the needs of others over his or her own personal needs. The leader shares risks with followers and is consistent rather than arbitrary. He or she can be counted on to do the right thing, demonstrating high standards of ethical and moral conduct. He or she avoids using power for personal gain and only when needed.

Inspirational motivation – transformational leaders behave in ways that motivate and inspire those around them by providing meaning and challenge to their followers' work. Team spirit is aroused. Enthusiasm and optimism are displayed. The leader creates clearly communicated expectations that followers want to meet and also demonstrates commitment to goals and the shared vision.

Intellectual stimulation – transformational leaders stimulate their followers' efforts to be innovative and creative by questioning assumptions, reframing problems, and approaching

old situations in new ways. Creativity is encouraged. There is no public criticism of individual members' mistakes. New ideas and creative problem solutions are solicited from followers, who are included in the process of addressing problems and finding solutions. Followers are encouraged to try new approaches, and their ideas are not criticized because they differ from the leaders' ideas.

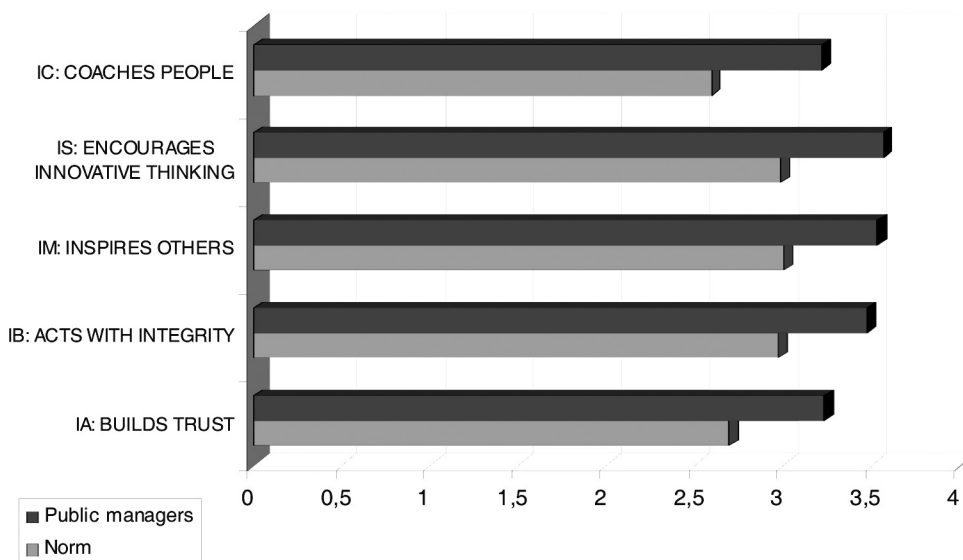
Individualized stimulation – transformational leaders pay special attention to each individual's needs for achievement and growth by acting as coach or mentor. Followers and colleagues are developed to successively higher levels of potential. Individualized consideration is practiced as follows: new learning opportunities are created along with a supportive climate. Individual differences in terms of needs and desires are recognized. The leader's behavior demonstrates acceptance of individual differences. A two-way exchange in communication is encouraged, and a "management by walking around" work space is practiced. Interactions with followers are personalized. The individually considerate leader listens effectively. The leader delegates tasks as a means of developing followers. Delegated tasks are monitored to see if the followers need additional direction or support and to assess progress; ideally, followers do not feel they are being checked on (Avolio & Bass, 2004b).

Table 2. Leadership profile scores.

	Transformational	Transactional	Passive / Avoidant
Mean	3,40	2,93	0,75
Standard dev.	0,307	0,438	0,383

Following the same approach we have analyzed the distribution of scores on scales and sub-scales. Thus, regarding the transformational leadership scales (IA – builds trust, IB – acts with integrity, IM – inspires others, IS – encourages innovative thinking, IC – coaches people) one could easily observe that the scores are above the norms on all the scales.

Figure 3. Transformational leadership scales.



The high scores at IA scale – idealized attributes – identify leaders whom their followers attribute these special qualities. This does not mean that they necessarily possess these qualities. They inspire power and pride in their followers, by going beyond their own individual interests and focusing on the interests of the group and of its members.

High scores on IB – idealized behaviors scale are typical for leaders who manifest positive and highly valued behaviors, like dominance, consciousness, self-control, a high moral judgment, optimism and self-efficiency. They talk about their most important values and beliefs, they focus on a desirable vision and almost always consider the moral and ethical consequences of their actions.

High scores on IM – inspirational motivation scale identifies leaders who inspire others. Often, inspiration can occur without the need for identification of associates with the leader. Inspirational leaders articulate, in simple ways, shared goals and mutual understanding of what is right and important. They provide visions of what is possible and how to attain them. They enhance meaning and promote positive expectations about what needs to be done.

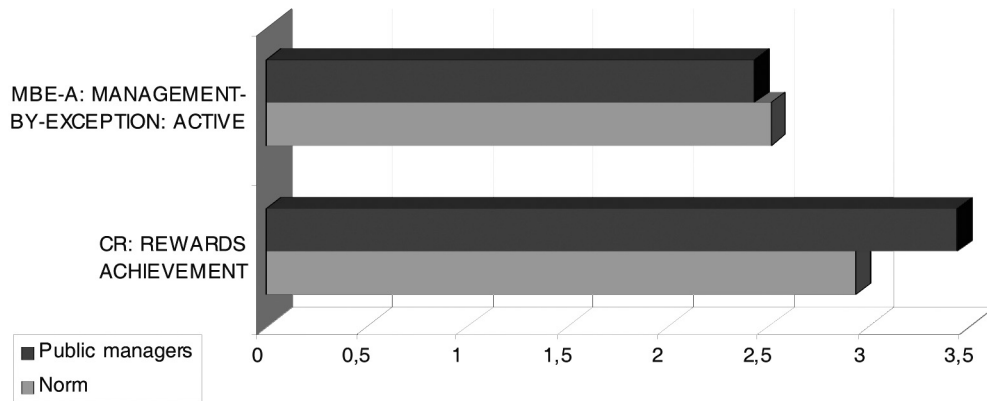
The IC – intellectual stimulation scale identifies leaders who are able to encourage innovative thinking. In addition to Idealized Influence and Inspirational Motivation, transformational leadership also involves the intellectual stimulation of associates' ideas and values. Through Intellectual Stimulation, transformational leaders help others to think about old problems in new ways. They are encouraged to question their own beliefs, assumptions, and values, and, when appropriate, those of the leader, which may be outdated or inappropriate for solving current problems. As a consequence, associates develop the capacity to solve future problems unforeseen by the leader. Associates learn to tackle and solve problems on their own by being creative and innovative. A key measure of a leader's effectiveness is how capable their associates are when operating without the leader's presence or direct involvement. An intellectually stimulating leader arouses learn to tackle and solve problems on their own by being creative and innovative. A key measure of a leader's effectiveness is how capable their associates are when operating without the leader's presence or direct involvement. An intellectually stimulating leader arouses in others a greater cognizance of problems, awareness of their own thoughts and imagination, and recognition of their beliefs and values (Avolio & Bass, 2004b).

Table 3. Transformational leadership scores.

	IA	IB	IM	IS	IC
Mean	3,23	3,47	3,53	3,56	3,21
Standard dev.	0,416	0,421	0,447	0,383	0,473

At the transactional leadership scales, the subjects scored above the norms at CR – rewards achievement scale. Contingent rewards are an important leadership instrument in the transactional area, they result in bringing followers and groups to perform up to standard. Those type of leaders discuss in clear terms responsibilities for specific tasks and projects, state performance objectives, clarify rewards and punishments and express satisfaction when they get the correct output.

Figure 4. Transactional leadership scales.



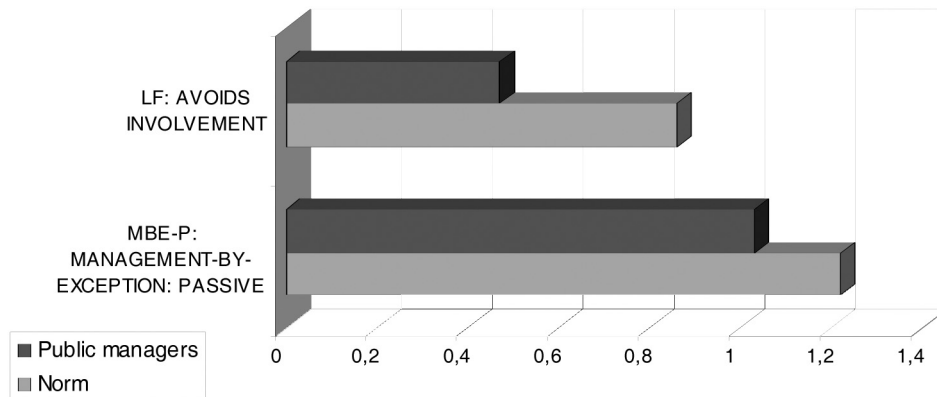
Scores below the norms were observed at the MBE-A – management by exception-active scale. This scale identifies leaders who focus on monitoring mistakes. Therefore, the respondents do not focus their attention on a careful monitoring of deviations, mistakes and errors and on quick and thorough corrective measures, if appropriate. Leaders practicing an active management by exception use to keep track of mistakes, concentrate on errors and exceptions from the rule and on the treatment of these oversteps (Avolio & Bass, 2004b).

Table 4. Transactional leadership scores

	CR	MBE-A
Mean	3,44	2,43
Standard dev.	0,456	0,683

The lowest scores were obtained at passive / avoidant leadership ($M = 0,76$, $S.D. = 0,38$), which represent that form of leadership having a negative impact on individuals', groups' and organizations' performance, as well as a strong emotional impact on subordinates and colleagues.

Figure 5. Passive / Avoidant leadership scales.



The two subscales comprising the passive / avoidant leadership are MBE-P – management by exception – passive and LF – avoids involvement. If active management by exception leaders focuses on continuously monitoring mistakes and deviations from the expected norm and taking corrective measures against the apparition of errors and mistakes, before these errors appear, the MBE-P passive management by exception waits for problems to appear before taking corrective actions. This is a reactive behavior and the corrective actions are most of the time punitive.

Typical behaviors included in the Laissez-Faire style are those who describe leaders who refuse to assume the responsibilities that are part of their position as leaders, they do not offer enough information to their followers, do not offer feedback, do not acknowledge or work towards their followers' satisfaction. High scorers in this scale avoid approaching important problems, are absent when needed, avoid making decisions and have late reactions to urgent problems.

Table 5. Passive / Avoidant leadership scores.

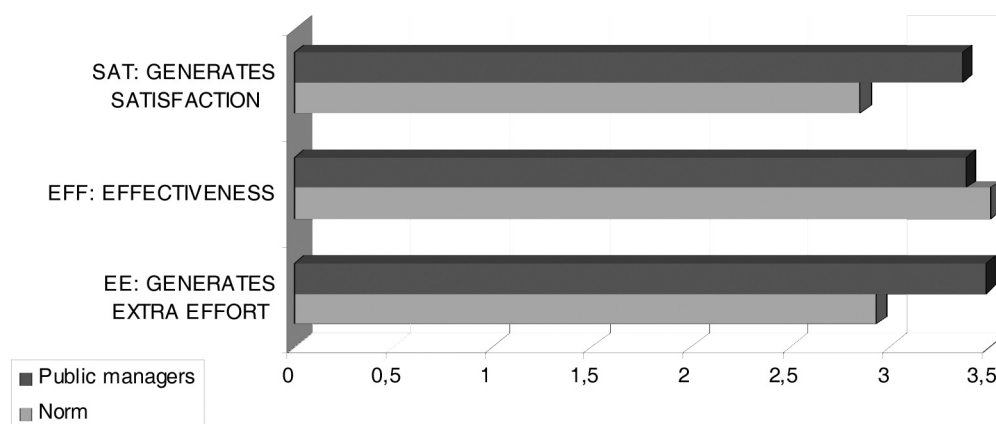
	MBE-P	LF
Mean	1,03	0,47
Standard dev.	0,493	0,427

One can easily notice that scores are very low and below the norms for both scales, which means that public managers are perseverant persons, goal oriented, good communicators and leaders. They are persons who do not postpone decision making, they are able to act quickly and tend to have a warm, supporting attitude towards the others.

At the same time, low scores at LF – avoids involvement, describe dynamic, capable persons, who are aware of their own value, are self-conscious and self-trusting (Avolio & Bass, 2004b).

Both transformational and transactional leadership are closely related to individual, group and organizational success. Leadership efficiency is evaluated by the MLQ based on perceptions of followers, who should see their leaders as being good motivators, as having efficient interaction skills with different organizational levels and as generating satisfaction with work methods.

Figure 6. Leadership outcomes.



High scores were obtained also at the EE – generates extra effort scale. Extra effort, as one of the direct effects of an efficient leadership style, is defined as the wish of followers to strive for superior performance by deploying supplementary efforts, positively exceeding legitimate behavioral expectations of their leaders, their group or their organization. High scorers in this scale amplify the wish of their followers to succeed and to overstep objectives and induce positive supplementary behaviors.

Table 6. Leadership outcomes scores.

	EE	EFF	SAT
Mean	3,48	3,38	3,36
Standard dev.	0,515	0,443	0,529

Interesting enough is the score obtained at the EFF – effectiveness scale, which identifies leaders who are able to be efficient. Those leaders efficiently represent the group in front of the higher organizational authority, are efficient in meeting organizational objectives and generally generate a higher efficiency in all the structures they are involved with. At this scale the subjects scored below the norms. Probably the explanation may lay in the reduced impact which public managers were able to make on the strategical level in the romanian public administration, their results being mainly significant at the institutional level (Stănescu, 2009).

The SAT – generates satisfaction scale identifies leaders who are able to generate satisfaction in their followers. The scores were again above the norms, describing leaders who generate interpersonal satisfaction in their followers and colleagues. These leaders are warm, nurturing, open, authentic, honest persons, with good interpersonal and social skills, capable of developing feelings of satisfaction in their followers.

4. Conclusions

Although the role of public managers is still confusing among the decision makers within the public administration, they have succeeded in making their voice heard both by the results they obtained and the capacity to adapt. The administrative system is normally somehow inert, a feature generated by the high level of the existing bureaucratic practices. This is why, despite their proven qualities, public managers are expected to face certain challenges in relation to their acceptance and integration in the administrative system, especially now, when this system is facing a major crisis.

References

1. Avolio, Bruce & Yammarino, Francis (2002), *Transformational and charismatic leadership: the road ahead*, JAI Elsevier Science, Oxford.
2. Avolio, Bruce & Bass, Bernard (2004), *Teorii ale leadershipului – Anexă teoretică la manualul MLQ*, MindGarden Inc., CA.
3. Avolio, Bruce & Bass, Bernard (2004), *MLQ – Multifactor Leadership Questionnaire*, MindGarden Inc., CA.

4. Bass, Bernard & Avolio, Bruce (1994), *Improving organizational effectiveness through transformational leadership*, SAGE Publications, CA.
5. Bass, Bernard & Riggio, Ronald (2006), *Transformational leadership – second edition*, Lawrence Erlbaum Associates Publishers, New Jersey.
6. Bennis, Warren (2007), The challenges of Leadership in the Modern World, *American Psychologist*, No.1/2007.
7. Dinu, Dragoș (2008), *YPS Support to the Capacity Building of NACS*, Support to NACS in relation to Public Managers & Organisational Development, București.
8. Lucking, Richard (2008), *Romanian Public Administration, Public Managers and the Young Professionals' Scheme – A Future Strategy*, Bucharest.
9. Nită, Renaldo (2008), Adapting the Young Professionals Scheme to the needs of the civil service reform, RO – 2005/017-553.01.03.02, *Report on Public Managers' Job Definition*, Bucharest.
10. Prati, Melita, Douglas, Ceasar, Ferris, Gerald, Ammeter, Anthony & Buckley Ronald (2003), Emotional intelligence, leadership effectiveness and team outcomes, *The International Journal of Organizational Analysis*, Vol.11, No.1/2003.
11. Stănescu, Dan (2009), *Innovation dans le secteur public : défis et perspectives pour les managers publics*, ESSACHESS. Revue interdisciplinaire de sciences humaines et sociales, Vol.2, No.2 (4)/2009.
12. www.testcentral.ro, retrieved April 16, 2010.

Call for papers

Romanian Journal of Communication and Public Relations launches its call for papers. The fields of interest are: communication, public relations, advertising, journalism, political marketing, human resources, project management, development policies and other related fields.

The Journal is published three times a year. Also, a special issue with the most valuable articles presented at the International Conference organized by National School of Political Sciences and Public Administration is published once a year.

The Romanian Journal of Communication and Public Relations is edited by Faculty of Communication and Public Relations (NSPSPA).

Some of its permanent columns are: Communication, Public Relations, Mass media, Crisis Management, Political Analysis, Case Studies, Reviews.

Articles, research papers, case studies, papers presented in conferences and national or international symposiums can be submitted in view of publication. Papers will be selected by a commission of professors and researchers with experience in the above-mentioned fields.

