

Alex Mucchielli

ARTA DE A COMUNICA

**METODE, FORME ȘI PSIHOLOGIA
SITUAȚIILOR DE COMUNICARE**

Traducere de Giuliano Sfichi, Gina Puică
și Marius Roman

**POLIROM
2015**

Tablă de materii

Introducere	ii
-------------------	----

PARTEA I

Paradigmele de referință și metodele de studiere a comunicării

Capitolul I - Noțiunea de paradigmă	15
Capitolul II - Paradigma structural-expresivă	17
1. Paradigma	17
1. Obiectul studiilor	17
2. Schema canonică a expresivității umane	18
3. Originile psihanalitice ale paradigmei	20
2. Analiza de conținut	21
3. Analiza comunicării ca expresie a unei organizări interne a psihicului	23
4. Concluzie	26
Capitolul III - Paradigma formal-tranzacțională	27
1. Paradigma	27
1. Obiectul studiilor	27
2. Metodele analizei tranzacționale	34
3. Analiza comunicării prin intermediul tranzacțiilor	35
4. Concluzie	38

Capitolul IV – Paradigma relațional-sistemică	40
1. Paradigma	40
1. Obiectele studiilor	40
2. Sistemele de interacțiuni și proprietățile lor	43
2. Metodele de analiză	46
1. Observarea globală și reconstituirea sistemului	46
2. Observarea „ <i>hic et nunc</i> ” și încercarea de a afla „cum...”	47
3. Căutarea regulilor ce guvernează comunicările	48
3. Analiza relațională și sistemică a comunicării	48
4. Concluzie	51
Capitolul V – Paradigma fenomenologică și praxeologică	53
1. Paradigma	53
1. Obiectele de studiu	53
2. Metodele de analiză	58
1. Analiza fenomenologică	58
2. Metoda comprehensivă	61
3. Analizele etnometodologice	62
3. Analiza fenomenologică și praxeologică a comunicării	65
4. Concluzie	67
Concluzie – psihologie a proceselor intrapsihice sau psihologie a relațiilor ?	68

PARTEA A II-A

Formele comunicării interpersonale

Capitolul I – Comunicarea globală și mizele sale existențiale	75
1. Comunicarea ca fenomen global	75
2. Mizele fundamentale ale comunicării	79
1. Miza informativă	80
2. Miza de poziționare	80
3. Miza de mobilizare	82
4. Miza relațională	84
5. Miza normativă	85
3. Concluzie	86

Capitolul II – Comunicarea implicită și crearea normelor relaționale	88
1. Comunicarea implicită a liderului și efectele sale induse	88
2. Comunicările implicite în construirea identității	92
3. Comunicarea implicită și crearea normelor de referință	99
4. Concluzie	104
Capitolul III – Comunicarea paradoxală	105
1. Definiție	105
2. Situația de dublă constrângere și efectele sale	107
3. Injoncțiunea paradoxală în terapie	110
4. Concluzie	112
Capitolul IV – Comunicarea de sugestie și situațiile de influențare	114
1. Puterea cuvântului	114
2. Rolul situației	116
3. Elementele situaționale inductoare și competența în relație cu mediul	118
4. Concluzie	123
Capitolul V – Comunicarea defensivă	125
1. Comunicarea de apărare transpersonală	125
1. Maladia mintală ca o comunicare în scop de manipulare	125
2. Apărările transpersonale în analiza tranzacțională	127
3. Comunicările de apărare transpersonală potrivit fenomenologiei sociale a lui Laing	128
2. Comunicarea de apărare socială	130
1. Evidențierea comunicărilor de apărare socială în anchete și sondaje	130
2. Evidențierea comunicărilor de apărare socială în interviuri și examinări psihologice	133
3. Marile categorii de comunicări de apărare socială	137
1. Clasificarea comunicărilor defensive	137
4. Intervențiile de neutralizare a comunicărilor defensive în interviuri	139
1. Minimizarea implicării subiectului	139

2. Găsirea „bunici distanțe relaționale”	140
3. Diminuarea sentimentului subiectului că riscă să fie judecat	142
5. Concluzie	144
Capitolul VI – Comunicarea proiectivă	145
1. Proiecția în psihologie	145
1. Proiecția din punct de vedere psihanalitic	145
2. Proiecția din punct de vedere existențialist	146
2. Definiția comunicării proiective	148
3. Reinnoirea tehnicilor proiective prin utilizarea paradigmei fenomenologice și praxeologice	150
1. Istorică descoperire a unui referent situațional existent într-un desen nonfigurativ folosit ca material proiectiv	150
2. Generalizarea ideii de referent cultural putând fi conținut în materialul proiectiv figurativ	152
3. Lectura analogică a comunicărilor proiective obținute la o planșă cu referențial cunoscut	157
4. Concluzie	158
Concluzie	159

PARTEA A III-A

Psihologia situațiilor de comunicare

Capitolul I – Comunicarea în timpul întâlnirii	163
1. Reflexele și predispozițiile prealabile întâlnirii	163
1. Reacția de alertă față de cel care vine	163
2. Categorizarea celui care vine în cunoscut-necunoscut	164
3. Categorizarea activităților celui care vine în bun-rău pentru mine	165
4. Predispoziția generală față de semenii	167
2. Identificarea semenilor	168
1. Identificarea socială	169
2. Identificarea relațională	172
3. Autoprezentarea	173
1. Autoprezentarea „conformă” sau „de prestație”	173
2. Manipularea imaginii de sine oferite celuilalt	174

3. Efectul de întipărire al primelor relații	176
4. Primele schimburi verbale	178
1. Dinamica de ansamblu a întâlnirii	178
2. Întâlnirea în situații idiomatice standard	179
3. „Formulele de petrecere a timpului” în conversația socială	181
4. Întâlnirea „autentică”	183
5. „Contractul de comunicare”	184
5. Concluzie	186
Capitolul II – Comunicarea în întâlnirea amoroasă și în viața de cuplu	188
1. Alegerea ființei iubite	188
1. Ideile „a priori” despre iubire și despre viața în cuplu	189
2. Procesul de alegere amoroasă	191
2. Elementele psihologice care determină alegerea amoroasă	194
1. Sistemul de reprezentări ale celuilalt ca „demn de a fi iubit”	194
2. Sistemul de așteptări și respingeri de roluri jucate de viitorii parteneri	197
3. Comunicarea „autentică” în faza idilică	200
4. Comunicarea conjugală	204
1. Evoluția relației intime	204
2. Caracteristicile comunicării la cuplurile fericite sau nefericite	205
3. Comunicarea conflictuală într-un cuplu	207
4. Reeducarea comunicării de cuplu	210
5. Concluzie	211
Capitolul III – Comunicarea în convorbiri și în dialog	213
1. Convorbirea psihanalitică	213
1. Concepția asupra maladiei mintale în psihanaliză	214
2. Rolul și tehnicile psihanalistului în cură	217
3. Fenomenele comunicaționale induse în situația de cură	219
2. Dialogul de ajutorare și atitudinea non-directivă	220
1. Situația de ajutorare psihologică : obiectivele și contractul de comunicare	221
2. Atitudinile relaționale din convorbire și efectele lor induse	222

3. Efecte și întrebuințări ale atitudinii de comprehensiune	226
1. Inducerea climatului de încredere	226
2. Întrebuințările atitudinii de comprehensiune în comunicare	226
4. Convorbirea în psihoterapia existențialistă	230
1. Conceptul de maladie mintală în psihologia existențialistă	230
2. Rolul și tehnicile psihoterapeutului în psihoterapia existențialistă	231
5. Tehnicile din convorbirile și interviurile non-directive	232
1. Orientările generale ale atitudinii non-directive	232
2. Tehnicile specifice ale interviului non-directiv (sau comprehensiv)	233
6. Dialogul	236
1. Distincția dintre discuție și dialog	236
2. Dialogul creativ	237
3. Regulile comunicării dialogice	238
4. Metacomunicarea ca proces de relansare a dialogului	240
7. Concluzie	241
Concluzie	243
Concluzie generală	245
<i>Bibliografie</i>	247
<i>Index tematic</i>	257

În consecință, prima comunicare globală și paralingvistică pe care trebuie s-o facă Celălalt pentru a nu ne pune în defensivă este să ni se prezinte în așa fel încât conduita lui să ne apară ca inofensivă și banală. „Inteligibilitatea socială” a conduitei sale se referă obligatoriu la „obișnuința de a vedea”, la niște norme comportamentale, la conduite conforme și deci la anumite pattern-uri cunoscute. Conformismul autoprezentării, așa cum a arătat Goffman, apare aici ca o comunicare ce anticipează reacțiile de apărare ale Celuilalt¹. Se știe de altfel că autoprezentarea inofensivă a fost ritualizată în gesturi calme de oferire, de semnalizare demonstrativă a intențiilor: întinderea mâinilor goale, ridicarea mâinii drepte goale, ridicarea mâinilor deasupra capului, drapelul alb etc.².

3. Categorizarea activităților celui care vine în bun-rău pentru mine

În ceea ce privește întâlnirea cu semenul, după problema definirii acestuia în cunoscut-necunoscut, se pune problema de a evalua natura relației pe care o vom avea cu el. Categorizarea semenului se perfecționează și devine astfel o categorizare făcută în termeni de „valoare egocentrică”, adică în termeni de „bun/rău în raport cu mine”³.

Se știe că, în general, ceea ce predetermină categoriile percepției sînt orientările „sistemului de pertinență” al individului⁴. Experiențe

1. E. Goffman, *Les rites d'interaction*, Ed. de Minuit, 1974.

2. Eibl-Eibesfeldt, *op.cit.*, 1970, pp. 417-482, capitolul „L'éthologie de l'homme”.

3. H. Tajfel, „La catégorisation sociale”, în *Introduction à la psychologie sociale*, coord. S. Moscovici, Larousse, 1972, p. 280.

4. Conceptul de sistem de pertinență (Schutz) înlocuiește în psihologia modernă ceea ce odinioară primea numele de motivații și nevoi. Sistemul de pertinență reprezintă ansamblul mecanismelor afective și cognitive care intervin în interpretarea lumii. El este „orientat” de mizele și de proiectele dominante ale actorului într-o situație dată.

clasice din psihologia percepției arată că pragurile de percepție sînt cu atît mai coborîte cu cît elementele perceptibile se înscriu în preocupările și valorile indivizilor¹. Sensul lui „bun” sau „rău” se referă deci la aceste categorii de preocupări. De exemplu, dacă un subiect are intenția de a se face plăcut, tot ce va permite acest mod de expresie va fi „bun” și va declanșa o conduită de apropiere-seducție. Așadar, voi reacționa la venirea semenului în funcție de rezultatele obținute prin evaluarea intențiilor sale, transpuse în binomul „bun” sau „rău” pentru mine. Conduita mea se va înscrie, de altfel, în trei forme reflexe generale: evitarea, inhibiția sau apropierea.

Evaluarea intențiilor se face plecînd de la reperarea „declanșatorilor sociali”, adică a semnalelor precise ori ansamblurilor de semnale (sau chiar a șirurilor de semnale) care evocă imediat calitatea situației de interacțiune ce va avea loc. Majoritatea acestor semnale sînt de natură paralingvistică: mimică, gesturi, atitudini, tonalitate a vocii etc. Ele trimit la două tipuri generale de relație: relația amical-primitoare și cea ostilă, de respingere.

Întîlnim „zîmbetul primitor” la toate rasele omenești: „dorința de a relaționa” este redată prin secvențe identice de mișcări ale unor elemente faciale (privirea, coborîrea privirii, zîmbetul, întoarcerea privirii etc.); brațul ridicat, cu palma înainte, se regăsește pretutindeni ca gest de întîmpinare; „primirea amicală” este întotdeauna indicată printr-o ridicare din sprîncene, urmată de un zîmbet. „Aerul amabil”, „aerul deschis”, primitor sînt configurații faciale și atitudinale globale ușor recognoscibile. Cîteva dintre aceste semnale au fost ritualizate: darurile, conduitele de liniștire, de supunere, ospitalitatea și, în sfîrșit, politețea. Toate semnalele au aceeași finalitate: îl liniștesc pe celălalt, evită sau îi atenuază alerta defensivă, îi permit apropierea, arătîndu-i că nu există nici o primejdie. La fel, există semnale relaționale care se raportează la

1. L. Postman, J. Bruner și E. McGinnies (1948), „Valeurs personnelles en tant que facteurs sélectifs dans la perception”, trad. în A. Lévy, *Psychologie sociale. Textes fondamentaux*, Dunod, 1970, pp. 125-138.

relația ostilă, de respingere. Aerul ostil sau amenințător, orgolios, disprețuitor ține de jocuri de fizionomie: tipul de privire, poziția mușchilor feței, a sprâncenelor. Și aceste semnale pot fi ritualizate: demonstrație de forță, amenințări simbolice, simulacru de atac, gesturi ostentative de refuz sau de mînie. Toate vor să semnifice refuzul relației, să-l facă pe celălalt să înțeleagă că trebuie să evite înțilnirea, să se țină la distanță.

Semnalele paralingvistice de mai sus îi permit individului să evalueze natura relației viitoare și să se situeze în raport cu aceasta. El va putea fie să-și abandoneze precauțiile, fie să le sporească, fie chiar să evite înțilnirea.

4. Predispoziția generală față de semenii

Trebuie să evocăm aici o problemă bine cunoscută în psihologia comunicării: faptul că anumiți indivizi comunică foarte ușor cu semenii, pe cînd alții au darul de a stîrni de fiecare dată tensiuni. Pentru numeroși psihologi, prima modalitate de a trăi relația cu semenii (deci, în general, calitatea relației cu mama) lasă anumite urme în psihic. Climatul din copilărie și relațiile cu mama modelează un fel de „predispoziție generală față de semenii”, care va fi substratul relației pe care adultul va tinde să o lege cu ceilalți și deci substratul comunicărilor pe care le va putea realiza¹. O mamă calmă, iubitoare și încrezătoare își ajută copilul să construiască un fel de aptitudine de a intra într-o relație de încredere cu semenii, care îl va ajuta în toate comunicările sale. Invers, se știe că toți copiii maltratați, o dată ajunși adulți, au mari dificultăți în a stabili relații de încredere sau de simpatie cu ceilalți. Ei tind, dimpotrivă, să aibă cu toată lumea relații tensionate, substratul unor comunicări conflictuale.

Psihologii au demonstrat că nu ajungem neutri la înțilnirea cu semenii. Avem o predispoziție generală față de aproapele nostru care

1. A. Adler (1912), *Le tempérament nerveux*, Payot, 1976.

ne va face să fim din start mai mult sau mai puțin bine dispuși față de el și să începem conversația mai mult sau mai puțin ușor, într-un mod mai mult sau mai puțin increzător sau defensiv. Această dispoziție generală este reziduul tuturor experiențelor noastre relaționale cu semenii. Desigur, ea poate varia în funcție de cum îl categorizăm pe cel care vine spre noi („Oh! E de genul celor de care trebuie să mă păzesc!”), așa cum poate varia în funcție de experiențele pe care le avem în viața de zi cu zi („Credeam că relațiile cu oamenii din sud sînt superficiale, dar am învățat să-i deosebesc între ei după semne foarte precise”).

2. Identificarea semenilor

Există trei niveluri posibile de identificare a semenilor: îl identificăm pe celălalt într-un ansamblu cultural, într-un grup sau chiar față de propria noastră psihologie. E ca și cum am răspunde succesiv la următoarele întrebări: Cine este acest individ, după cutare sau cutare criteriu cultural? Cine este acest altul, după criteriile de evaluare a poziției sale într-un ansamblu social mai restrîns, căruia îi aparțin și eu? Cine este acest semen, după propriile-mi criterii psihologice de evaluare a oamenilor¹? De foarte multe ori, cele trei niveluri de evaluare a celuilalt funcționează în același timp, căci sîntem cufundați permanent în triplul context al societății ambiante, al grupurilor de apartenență și al relațiilor noastre interindividuale. În funcție de situațiile sociale în care se găsește actorul social, accentul va fi totuși pus pe unul sau altul dintre aceste contexte.

1. Cf. cele trei niveluri de identificare a semenilor în A. Mucchielli, *L'identité*, PUF, col. „Que sais-je?”, cap. „L'identification d'autrui”, pp. 31-37.

1. *Identificarea socială*

Evaluarea celuilalt se face automat și inconștient. Ea este legată de percepția însăși. „Să percepi o persoană înseamnă să o clasezi în anumite categorii semnificative din punct de vedere cultural, să iei cunoștință de statutul și de rolul său.”¹ Mai înseamnă, atunci când relația este individualizată, să o situăm psihologic față de noi înșine. Fiecare societate, fiecare grup și fiecare individ posedă un „repertoriu de identități” care face posibilă cunoașterea celuilalt. Indicii care definesc elementele categorizării sociale sînt, în primul rînd, toate semnele și elementele constitutive ale fațadei sociale (semnele exterioare, aparențe etc.)². Aceste semne sînt în esență de natură culturală, adică dobîndite prin participarea la societate. Învățarea socială constă în faptul de a înmagazina informații pentru a putea repera imediat, la semenii noștri, acele elemente care vor permite identificarea lor.

Fiecare epocă istorică a unei societăți își secretă, de altfel, propriile „personaje sociale”, stereotipuri constitutive pentru imaginarul social, care servesc la înțelegerea celorlalți. În secolul al XIX-lea, romancierii francezi descriau rentierul, băcanul, notarul, femeia-cum-se-cade, grizeta, credincioasa, scriitoarea pedantă, puștiul parizian etc. În zilele noastre, mass media și moda marionetelor televizate desenează caricatura tehnicianului, a politicianului, a sportivului de performanță, a jurnalistului, a omului de știință media-tic ș.a.m.d.

V. Packard relatează cazul amuzant al unei femei din înalta societate care, îmbrăcîndu-se cum în pripă ca să se plimbe la țară (rochie veche, batic peste părul nepieptănat, unghii nefăcute etc.), se oprește într-un

-
1. J. Stoezel, *La psychologie sociale*, Flammarion, 1963, p. 215.
 2. Cf. A. Mucchielli, *L'identité*, PUF, col. „Que sais-je?”, cap. „L'identification d'autrui”, pp. 31-37.

magazin de lux, în care dintotdeauna voise să intre, însă nu avusese timp. Vînzătoarea o întîmpină nu tocmai amabil și îi prezintă o rochiță de nimica, ieftină, ceea ce o jignește pe doamnă și o face să iasă. A doua zi, îmbrăcată „normal”, este primită cu deferență în magazin de către aceeași vînzătoare, care de altfel nici nu o recunoaște.¹

Experimentele privind identificarea semenilor arată că evaluarea se face mai curînd cu ajutorul formelor perceptive (*Gestalten*), sesizate imediat ca totalități reperabile, decît cu ajutorul „semnelor” izolate².

De exemplu, le-au fost prezentate unor subiecți două fotografii ale unor personaje, cu cerința să identifice individul din fotografie. După ce au dat definiția, au fost intervievați cu scopul de a se afla care erau „indicatorii sociali” după care s-au ghidat pentru a face identificarea. Una dintre fotografiile înfățișa un american de culoare, baterist de jazz celebru (căsătorit, cu doi copii), ajuns la Paris, într-o gară, pentru a da un concert. Analiza răspunsurilor privind identificarea personajului din fotografie a relevat două mari categorii de evaluări: 1) cele care cad în capcana unei definiții bazate pe elementele: negru = imigrant = muncitor, gară = muncitor feroviar = hamal; la acestea se adaugă cascheta uniformei, rezultatul fiind „bagajist” (*Gestalt*: gară-negru-caschetă); 2) cele care rezistă inducției pe baza acestor elemente (indeosebi a elementului gară, perceput și aici înaintea altora), care iau în considerare atitudinea generală (destindere, privire, îmbrăcăminte), apoi indiciile ce confirmă prima impresie – opunîndu-se deci definiției de „bagajist” (bagaje, bijuterii, mîini) –, și care conchid că este vorba de un călător (*Gestalt*: gară-atitudine generală-bagaje-îmbrăcăminte-mîini-lanț-caschetă-bijuterii).

Se remarcă faptul că prima *Gestalt* este mai scurtă decît a doua. În ambele tipuri de evaluare, atribuirea sensului se face plecîndu-se de la decor (gara): aceasta dă, împreună cu indiciile „negru” și „caschetă”, ideea de „bagajist”, dar asociată unui ansamblu de elemente complementare (disonante față de ideea de „bagajist”) oferă evaluarea corectă.

1. V. Packard, *A l'assaut de la pyramide sociale*, Calmann-Lévy, 1960.

2. A. Mucchielli (1978), *Les réactions de défense dans les relations interpersonnelles*, ESF, 1980, exercițiu, pp. 18-27.